

Ruth Buø

Rådgivning – et mulighetsrom

**En kvalitativ studie av rådgiveres opplevelse av egen
kreativitet i møte med klient**

Masteroppgave i Rådgivningsvitenskap
Våren 2012

Veiledet av Eleanor Allgood

Institutt for voksnes læring og rådgivningsvitenskap
Fakultetet for samfunnsvitenskap og teknologiledelse
Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, NTNU
Trondheim

Begrepet ”et mulighetsrom” i oppgavens tittel er lånt fra informant kalt Karin.

Forord

På fremsiden er det et bilde av en himmel med skyer. Bildet er ment å illustrerer symbolikken i ”muligheter”, et tema som har vært gjennomgående i denne studien.

Når jeg nå skriver de siste linjene i oppgaven, begynner det å demre for meg at en viktig reise i mitt liv er over, idet jeg leverer inn denne oppgaven. Uten tvil har mastergradsstudiet vært lærerikt, og jeg har hatt studievenner som har bidratt til å gjøre disse to årene til de beste i min studietid.

Jeg ønsker å rette en stor takk til alle som har bidratt til denne oppgaven. Først og fremst: Tusen takk til informantene som gav av sin tid og innsikt, og som gjorde denne oppgaven mulig. Dere har alle inspirert meg til videre rådgivningspraksis. Takk også til staben ved Ekspert i Team, NTNU og ”Skapende Sirkler”-konferansen for kreativ inspirasjon. Dere hjalp til med å bringe dette temaet frem i lyset.

En stor takk til min veileder, Eleanor Allgood for god veiledning og støtte i prosessen. Uten ditt engasjement for og tro på denne oppgaven og meg, hadde ikke dette resultatet vært mulig. Du har inspirert meg gjennom å åpne mange dører innenfor rådgivningsperspektiver og for litteratur, som jeg tar med meg videre. Ikke minst har din tilgjengelighet og omsorg vært enestående.

Takk også til studievenner som har bidratt med støtte og innspill, lest korrektur og gjort tiden på lesesalen sosial og trivelig. Jeg vil også rette en takk til venner utenfor lesesalsboblen, dere har vært gode å ha, og har bidratt med å sette ting i perspektiv.

Tusen takk til mamma og pappa som alltid har hatt troen på meg, og som støtter meg i tykt og tynt, deres oppmuntring og kjærlighet betyr mye. En spesiell takk til mamma for gjennomlesning og korrektur.

Til sist vil jeg rette en stor takk til min elskede Kjartan for din kjærlighet og omsorg. Du er verdens beste motivator, og dine egenskaper som korrekturleser har vært uvurderlige. Det har vært godt å komme hjem til deg hver dag, og din støtte er uten sidestykke, nå gleder jeg meg til nyvunnen fritid sammen med deg!

Ruth Buø

Trondheim, Mai 2012.

Sammendrag

Temaet for denne studien er rådgiveres kreativitet. Hensikten har vært å se nærmere på hvordan rådgivere opplever seg selv som kreative i møte med klient. Med rådgivere siktes det til en som arbeider med friske mennesker, og som støtter dem i en utviklings- eller bevisstgjøringsprosess, som for eksempel karriererådgiving. I studien er det benyttet en kvalitativ tilnærming inspirert av fenomenologisk forskning. Datainnsamlingen ble gjennomført ved bruk av intervju, av til sammen fire informanter. I analysearbeidet er karakteristikker fra den konstant komparative metode brukt.

Resultatene fra analysen består av fem hovedkategorier som utgjør hovedtemaene i studien: "Tilstedeværelse", "Å søke etter muligheter", "Varierte tilnærminger og metoder", "Opplevelser som inspirerer og utfordrer", og "Personer i relasjon". Videre er "Å bruke seg selv" en delkategori under tilstedeværelse.

I studien er det hovedsakelig benyttet teori fra Joseph Zinker, Rollo May, Carl Rogers og Allgood og Kvalsund. Flere teoretikere er presentert i studien. Teori innenfor gestalttradisjonen er sentralt.

Studien peker mot at rådgiveres kreativitet er et interessant og viktig tema å se nærmere på for fremtidig forskning. Et tema som kan sies å være lite utforsket. Sentralt er hvordan rådgivere opplever kreativitet som nært forbundet med et møte, og at møtets art er av betydning. Videre fremstår rådgiveres holdninger som en viktig faktor, der det å kunne skape en tilnærming eller metode i møte med klient er vektlagt. Videre er også tilstedeværelse pekt på som en nøkkel til egen kreativitet.

Abstract

The topic of this study is creativity within counseling. The purpose has been to look closer at how counselors experience themselves as creative in meeting with clients. The term counselor refers to a person who works with non-clinical clients, but who supports individuals in an inquiry into a problem, as in career counseling. The methodological basis for this study has been a qualitative approach, inspired by phenomenological research. The data gathering consisted of individual interviews with four informants. In the analysis features from The Constant Comparative Method have been used.

The results from the analysis consist of five main categories or themes: "Presence", "Looking for possibilities", "Variations in approach and method", "Experiences that inspire or challenge oneself", and "Persons in relation". Furthermore, "To use oneself" is a sub-category of "Presence".

The study draws mainly on theories by Joseph Zinker, Rollo May, Carl Rogers and Allgood og Kvalsund. Additional theorists are presented within the paper. Theory from the Gestalt orientation is central.

The study points to how counselors' creativity is an interesting and important theme to further investigate, a theme that has seldom been explored in scientific literature. Central results are how counselors experience their creativity as closely interchanged with the meeting with a client, and how the nature of the meeting is essential. Furthermore, the counselor's attitudes emerge as an important theme, in which the ability to create an approach or method in meeting with the client is important. Additionally, presence is seen as a key to opening up one's own creativity.

Innhold

1	Innledning	1
1.1	Begrepsavklaring	2
1.2	Oppgavens struktur	3
2	Teori	5
2.1	En introduksjon til emnet	5
2.1.1	Kreativitet som i skapelse, endring og et møte	6
2.2	Teorier som kan knyttes til rådgivers kreativitet	7
2.2.1	Mot til å skape	9
2.3	Tilnærminger til rådgivning	9
2.3.1	En eksperimentell fremgangsmåte	10
2.3.2	Bruk av kunst	10
2.3.3	Empati, aksept og genuinitet	11
2.4	Relasjonen mellom rådgiver og klient	11
2.4.1	Betydningen av å være tilstede i møte med klient	11
2.4.2	Personer i relasjon	12
2.4.3	Maktforhold	13
3	Metode	15
3.1	Kvalitativ metode	15
3.1.1	Fenomenologi	16
3.2	Valg av forsknings sted og informanter	16
3.3	Intervju	17
3.3.1	Det kvalitative intervju	17
3.3.2	Intervju som datainnsamling	17
3.4	Transkribering	19
3.5	Analyseprosessen	19
3.6	Kvalitet og etikk i studien	21
3.6.1	Etiske hensyn	21
3.6.2	Validitet og reliabilitet	21
3.6.3	Member Checking	22
3.6.4	Generalisering	22
3.7	Forskerrollen	22
3.7.1	Min forståelse av kreativitet	23
3.7.2	Intervju som metode	23
3.7.3	Arbeidet med analysen	24
4	Analyse	25
4.1	Beskrivelse av informanter	25
4.2	Tilstedeværelse	26
4.2.1	Å bruke seg selv	28
4.3	Å søke etter muligheter	29
4.4	Varierte tilnærminger og metoder	30
4.5	Opplevelser som inspirerer og utfordrer	31
4.6	Personer i relasjon	33
5	Diskusjon	35
5.1	Tilstedeværelse som en nøkkel til kreativitet	35
5.2	Kunsten å bruke seg selv	37
5.3	Å se på rådgivning som et mulighetsrom	38
5.4	Betydningen av å ha en skapende holdning	40

5.5	Hvor er jeg i møte med deg- betydningen av egne følelser og opplevelser	42
5.6	Kreativitet i relasjon	43
6	Avslutning	47
6.1	Avsluttende kommentarer	49
6.2	Begrensninger ved studien	50
6.3	Implikasjoner og ideer for fremtidig forskning	50
6.3.1	Estetikk	50
6.4	Til slutt	51
	Litteraturliste	53
	Vedlegg	II
	<i>Vedlegg A Prosjektgodkjennelse fra NSD</i>	<i>II</i>
	<i>Vedlegg B Informasjonsskriv og samtykkeerklæring – norsk utgave</i>	<i>IV</i>
	<i>Vedlegg C Informasjonsskriv og samtykkeerklæring – engelsk utgave</i>	<i>VI</i>
	<i>Vedlegg D Intervjuguide – norsk utgave</i>	<i>VIII</i>
	<i>Vedlegg E Intervjuguide – engelsk utgave</i>	<i>X</i>

1 Innledning

Kreativitet er et tema som har engasjert teoretikere innenfor blant annet psykologi. Interessant nok har det først og fremst vært med fokus på klienten, fremfor praktikerens selv (May, 1975; Rogers, 1961; Zinker, 1977), noe som gjør en utforskning av hjelpers kreativitet verdt å se nærmere på. Gjennom mastergradsstudiet i rådgivning har det blitt vekt en undring i meg: Hvordan kan en forstå kreativitet hos rådgivere? I studiet har jeg blitt introdusert for tilnærminger og metoder som lar en uttrykke seg selv ved bruk av for eksempel kropp og bilder. Uttrykksmåter som i likhet med dans, som jeg har erfaring med fra mitt personlige liv, er noe jeg opplever kan være forløsende på en helt annen måte enn gjennom verbale uttrykksformer. Ett konkret eksempel som har bidratt til min interesse for kreativitet i rådgivning var når jeg i samtale med en klient fra utenfor studiet, foreslo en visualiseringsøvelse som gjorde en stor forskjell for vedkommende, ved å sette personen i kontakt med en ”glemt” egenskap hos seg selv. På denne måten erfarte jeg at det å benytte seg av andre metoder enn dialog kunne være til hjelp for klienten, og som et supplement til samtalen. Disse refleksjonene har dannet grunnlaget for min forståelse av kreativitet i rådgivning, og for ønsket mitt om å ville utforske temaet nærmere, som synes å være lite forsket på. Kreativitet har etter mitt syn en verdi i seg selv ved at den kan hindre stagnasjon, og jeg mener det er viktig å undersøke dette temaet nærmere, både for å kunne hjelpe klienten bedre, men også for å kunne bidra med nye perspektiver innenfor rådgivningsfaget. Det ledet frem til problemstillingen: *Hvordan opplever rådgivere seg som kreative i møte med klient?*

De fleste har en forståelse av kreativitetsbegrepet, men går en ordet etter i sømmene, kan det forsvinne litt mellom fingrene. Å spørre hva kreativitet er kan gi mangfoldige svar. Begrepet blir også mer sammensatt sett fra ulike perspektiver: Hva er kreativitet for kunstneren sammenlignet med for mannen i gaten? Har kreativitet en plass i alle - og hva gjør noe kreativt? Denne studiens hensikt er ikke å begi seg ut på den omfattende oppgaven det ville være å definere hva kreativitet er, heller ikke rådgiverens kreativitet. Formålet er snarere å se nærmere på hvordan kreativitet kan oppleves hos rådgiver i møte med klient. Sammen med de opplevelsene som presenteres i analysen kan eksisterende teori gi noen mulige perspektiver på kreativitet, og oppgaven kan samlet sett gi leseren inspirasjon til forståelsen av begrepet kreativitet. Andre forskere ville kanskje trukket frem andre syn på begrepet. Fordi jeg har

valgt å fokusere på rådgiver er klientens perspektiv ikke vektlagt i oppgaven, imidlertid blir relasjonens betydning trukket frem. I studien er en kvalitativ tilnærming, inspirert av fenomenologi benyttet. Datainnsamlingen består av intervju med til sammen fire informanter, og i analysen er elementer fra den konstant komparative metode brukt. Resultatene fra analysen bunnset ut i fem hovedkategorier, som presenteres og diskuteres i egne kapitler.

1.1 Begrepsavklaring

Forståelsen av begrepet ”rådgiving” i denne studien er i tråd med Allgood sin bruk av begrepet: *”En rådgiver forstås som en hjelper som jobber med den ”normale” populasjonen i befolkningen; de som lever aktive i sine nærmiljøer/familier, og som søker hjelp med problemer som inkluderer utfordringer med skilsmisse eller tapet av en nær person, for eksempel; eksistensielle utfordringer; vanskeligheter med beslutningstaking i områder som karriere; og lignende”* (Allgood, i Allgood & Kvalsund, 2005, s.2. Min oversettelse). For å kunne gi leseren en best mulig forståelse av denne studien er det nødvendig å se nærmere på en avklaring mellom rådgiving og andre hjelpetradisjoner. Rådgivning som en profesjonell hjelperelasjon trekker inn tilnærminger og metoder fra blant annet terapifeltet, noe som medfører at disse tradisjonene har mye til felles når det gjelder teori og metoder, samt relasjonsaspekter mellom hjelper og hjelpesøker (Kvalsund, i Allgood & Kvalsund, 2005; Hart, Blattner, & Leipsic, 2001; Kvalsund, 2005). En lignende parallell kan trekkes mellom rådgivning og tradisjonene veiledning og coaching (Hart, et al., 2001; Johannessen, Kokkersvold, & Vedeler, 2010; Kvalsund, 2005). Derfor har denne studien som utgangspunkt at det ikke er store skiller mellom rådgiving, veiledning, coaching og terapi i forhold til hjelpers kreativitet. Siden rådgivning er i fokus har jeg valgt å benytte betegnelsen rådgiver gjennom hele oppgaven, selv om enkelte forfattere benytter betegnelsen terapeut (Kvalsund, i Allgood & Kvalsund, 2005). Det samme gjelder for informantenes utsagn som diskuteres i et rådgivningsperspektiv, selv om en av informantene ikke er rådgiver, men veileder, coach og terapeut. Der det er aktuelt benyttes hjelperelasjoner som en fellesbetegnelse på de ulike tradisjonene (Kvalsund).

Kunst kan forstås som: *”(...) skapende eller utøvende, tolkende estetisk virksomhet, f.eks. dans, musikk, litteratur, billedkunst”* (Kunnskapsforlagets papirleksikon, 2009). I teksten benyttes begreper som: ”kunstinspirerte metoder”, eller ”kunstuttrykk”. Med dette siktes det til metoder som trekker inn verktøy fra kunst disipliner som billedskapelse og tekst. Øvrige begreper som benyttes i teksten defineres underveis.

1.2 Oppgavens struktur

Oppgaven er strukturert i seks kapitler. Etter innlendingen følger et teorikapittel som tar for seg teori som kan knyttes til studien. Deretter følger et metodekapittel som omhandler den metodiske fremgangsmåten og vurderinger som er gjort underveis. Etter metodekapittelet følger et analysekapittel som beskriver resultatene fra analysen av intervjuene i form av kategorier, etterfulgt av et diskusjonskapittel der resultatene diskuteres, og ses i sammenheng med teori. Til sist følger et avsluttende kapittel der det blant annet ses nærmere på betydningen av studien og implikasjoner for fremtidig forskning.

2 Teori

I dette kapitlet presenteres teori som i stor grad danner et bakteppe for forståelsen av problemstillingen, og drøftingene av resultatene fra analysen i studien. Sentrale teorier som benyttes i drøftingen er presentert her, imidlertid presenteres noe teori også i drøftingen der det anses som relevant. Kreativitet er ikke et enkelt begrep å definere, og det eksisterer heller ingen enighet om hva det innebærer (Kvalsund, 2003). Hele denne oppgaven kan sies å handle om ulike perspektiver på kreativitetsbegrepet, og som nevnt i innledningen er det ikke hensikten her å definere kreativitet, men å gi leseren noen mulige vinklinger på temaet. Utvalget av teori er gjort med tanke på hva som anses som mest relevant og interessant i forhold til problemstillingen. Fordi det er lite forsket på, kan det nevnes at det har vært utfordrende å finne relevant teori og forskning direkte knyttet til problemstillingen. Innledningsvis presenteres en kontekst rundt kreativitetsbegrepet knyttet til oppgavens tema. Videre følger en presentasjon av teori om sentrale aspekter ved kreativitet. Deretter følger en presentasjon av teori omkring hva som kjennetegner kreativitet hos rådgivere, ulike tilnærminger innenfor rådgivning, og teori som omhandler relasjonen mellom rådgiver og klient.

2.1 En introduksjon til emnet

Ifølge Levine (2001) med flere, har alle mennesker et potensiale til å skape og å ha en kreativ orientering mot verden (Halprin, 2003; McNiff, 1998; Winnicott, 1974; Zinker, 1977). At kreativitet er viktig kan illustreres på flere måter. Innenfor alle yrker kreves det et visst skapende mot ifølge May (1975). Å våge å tenke annerledes, tenke i nye spor (May), kan bidra til forandring og innovasjon. Innenfor ledelsesfaget er betydningen av kreativitet for utvikling av bedriften og en selv, trukket frem som sentralt (Joiner & Josephs, 2007). For eksempel er evnen til å se problemer i et nytt lys, ved å kunne gi slipp på vante måter å forstå ting på, verdsatt (Joiner & Josephs). Kreativitet har blant annet vokst frem som en del av terapifaget gjennom tilnærmingen kunstterapi. Her forbindes kreativiteten med kunstneriske disipliner som billeddannelse og musikk, og at bruk av kunst kan ha en legende effekt for klient (Levine, 2001). I en artikkel hentet fra nettsiden Counselling Today (Shallcross, 2011), snakker forfatteren, og flere, om betydningen av rådgivers kreativitet. Budskapet i artikkelen kan sies å være at det er viktig at rådgivere tenker utenfor boksen. Her forbindes kreativitet hos rådgivere med rådgivers evne til å møte klienten på nye måter. I artikkelen trekkes det også paralleller til kunstterapifeltet, imidlertid er det å våge å tenke nytt det sentrale: *”When it comes to infusing creativity into counseling sessions, an open mind and a willingness to try*

are more important than artistic expertise” (Shallcross, 2011, s.1).

2.1.1 Kreativitet som i skapelse, endring og et møte

I denne delen vil det gis en introduksjon til sentrale aspekter ved begrepet kreativitet. I følge May (1975) er kreativitet *”den prosessen som går ut på å gjøre, skape, gi eksistens”* (s. 42), der prosessen er kjennetegnet av å skape noe konkret. At kreativitetsbegrepet er nært forbundet med skapelse støttes av flere (Gulbrandsen, 2001; Rogers, 1961; Zinker, 1977). Gulbrandsen (2001) utvider imidlertid forståelsen av begrepet ved å si at: *”å skape kan både være det å ”komme på”, unnfange og produsere tanker og ideer- og prosessen med å meddele dem til andre”* (s. 221). I denne oppgaven ses skapelse i samsvar med Gulbrandsens perspektiv, der skapelse også omfatter ideen før den virkeliggjøres.

Videre beskriver May (1975) sentrale faktorer forbundet med kreativitet. Et viktig kjennetegn er at kreativitet oppstår eller eksisterer i tilknytning til et møte, fordi det å skape alltid er forbundet med noe. Dette noe representerer den verdenen som mennesker omgir seg med. Med verden menes ikke bare den objektive virkeligheten, men også at individet er med på å skape denne verdenen. Denne forståelsen kan ses i sammenheng med et økologisk perspektiv. I et økologisk perspektiv lever mennesker i et uatskillelig forhold med omgivelsene (Gulbrandsen, 2001). Denne interaksjonen omfatter en utveksling av informasjon, gjennom blant annet våre sanser. En både påvirker og påvirkes av ens miljø, og kan aldri tre ut av ens omgivelser (Gulbrandsen). Individet og verden eksistere i et uatskillelig forhold, der *”det som skjer er alltid en prosess som setter individet og dets verden i samspill med hverandre”* (May, 1975, s. 54). Det blir derfor problematisk å skulle lokalisere kreativiteten i personen alene (May). Rådgivningssituasjonen representerer bokstavelig talt et møte. Slik en forsker er kreativ i møte med sitt datamateriale, er rådgiveren ifølge May kreativ i møte med klient. Kreativiteten hos rådgiver blir med det uløselig forbundet med rådgivningsmøtet.

Kreativitet handler om endring (Zinker, 1977), for eksempel fra en metafor til en innsikt. Et mål med rådgivning kan sies å være å bidra til å skape bevisstgjøring og innsikter hos klient (Ivey, Ivey, & D'Andrea, 2010), noe som kan ses på som en form for endring. På denne måten synes rådgivning og kreativitet å være nært forbundet (Zinker, 1977). Innebærer det at all rådgivning er kreativ? I følge Zinker vil potensialet for skapelse være tilstede i ethvert møte mellom mennesker. At en stor del av ansvaret for forløsningen av dette potensialet ligger hos rådgiver, synes Zinker å mene når han beskriver kreativ rådgivning som et møte der rådgiver

skaper en struktur, et laboratorium der klienten kan utforske seg selv. Ut fra dette kan man trekke at rådgiverens fokus på kreativitet blir sentralt for den skapelsen som i utvidet forstand kan finne sted i et rådgivningsmøte.

2.2 Teorier som kan knyttes til rådgivers kreativitet

Dette avsnittet kan sies å gå nærmere inn på kreativitet i rådgivning, ved å se på teorier som kan ses i lys av kreativitet hos rådgivere. I følge Zinker (1977) er rådgiveren som person av betydning, med dette menes blant annet hennes holdninger og erfaringer. I tillegg spiller ferdigheter og kompetanse en sentral rolle. May (1975) viser i tillegg hvordan den tilstanden rådgiver er i under samtalen kan være sentral for en kreativ opplevelse.

I følge May (1975) er kreativitet forbundet med å være i *”en tilstand av skjerpet bevissthet”* (s.66). Med dette forstås at en har sin fulle oppmerksomhet tilstede, og ut ifra det kan ha tilgang til mye informasjon. En kan ikke tvinge frem kreativiteten med viljens kraft, men med engasjement og oppmerksomhet kan en skape et møte som gir grunnlag for en skjerpet bevissthet. Engasjement og oppmerksomhet blir derfor viktige stikkord (May). Dette kan ses i sammenheng med Guldbrandsen (2001) som beskriver viktige elementer i kreativitet som blant annet å være i en konsentrert og nærværende tilstand. En innsikt eller en idé oppstår ofte som følge av et engasjement for noe (Grendstad, 1995; May, 1975). Ut av dette kan det trekkes at i rådgivning vil både rådgiverens engasjement i møtet, og hvor en har sin oppmerksomhet, kunne spille inn på egen opplevelse av kreativitet og tilgangen til for eksempel ideer og mulige innspill.

Zinker (1977) har laget en oversikt over det han mener er sentrale kjennetegn ved en kreativ rådgiver, og teksten nedenfor går nærmere inn på disse punktene. På grunn av oppgavens omfang vil imidlertid kun et utvalg presenteres her. I oppgaven brukes termen den ”kreative rådgiveren” for å beskrive mulige perspektiver på kreativitet hos rådgivere. I følge Zinker er den kreative rådgiveren opptatt av å være kreativ ikke bare i møte med klient, men har det som en gjennomgående holdning i andre deler av sitt liv. I samtalen er rådgiver tilstede i øyeblikket (Zinker), og følger en naturlig strøm av det som er figur og bakgrunn til enhver tid¹. Det kan kanskje beskrives som å ”danse i øyeblikket” (Whitworth mfl., 1998, omtalt i

¹ Figur-bakgrunn er en illustrasjon på hva som henholdsvis er i fokus og mer i bakgrunnen av bevisstheten, i et øyeblikk for en person (Clarkson, 2009).

Gjerde, 2010), eller å være i en tilstand av flyt (Zinker). Videre beskrives en kreativ rådgiver som å ha en lekende innstilling til livet. En har også med seg en undring og nysgjerrighet på sin egen person og andres. *"Som en arkeolog eller en Sherlock Holmes søker han etter hint eller ledetråder til andre menneskers ukjente steder"* (Zinker, 1977, s. 41). Rådgiverens oppfinnsomhet er et viktig stikkord i tilknytning til kreativitet. Zinker ser en kreativ rådgiver som en kunstner: *"En person som bruker oppfinnsomhet til å hjelpe mennesker med å forme sine liv"* (s.5). Det som skapes, for eksempel en ny metode, springer ut fra bilder, fantasier og tanker hos rådgiver (Zinker). Mer om dette kommer under kapittelet "tilnærming til rådgivning".

Zinker (1977) forbinder også en kreativ rådgiver med å ha en holdning om å bruke en selv i møte med klient, samtidig som en vektlegger å hente inspirasjon fra klienten og det fysiske rommet. Dette innebærer å ha en helhetlig tilnærming til rådgiving, der rådgiver søker kontakt med det som erfares i øyeblikket. Videre kan illustrasjonen av å bruke seg selv forstås som å ha kontakt med flere dimensjoner i en selv som kropp, tanke og følelser, og å se på disse som ressurser å ta i bruk i møte med klient, og som mulige bidrag i en skapelsesprosess. For eksempel har ideer og assosiasjoner en nær forbindelse til kreativitet (Gulbrandsen, 2001). Videre utdyper Gulbrandsen en forbindelse mellom å bruke seg selv og kreativitet. Han peker på hvordan sansene våre gir informasjon, noe som gir opphav til indre bilder og opplevelser av den ytre verden, selv om indre forestillinger også kan oppstå uten en forbindelse til den ytre verden. Våre sanseinntrykk gir på denne måten ofte opphavet til ideer og assosiasjoner som man får i møte med andre.

Å bruke seg selv kan også forstås i lys av de livserfaringene som rådgiver har med seg, noe som kan spille inn på de ideer og assosiasjoner rådgiver får i møte med klient. Zinker (1977) påpeker betydningen av å ha erfaring. Rådgiveres evne til å komme frem til innsikter og det som kan oppleves som plutselige innfall, kommer frem på bakgrunn av lang tids trening i ens profesjon (Zinker). Det synes som om evnen til å skape en ny metode kommer som følge av en sammensetning av egen akkumulert erfaring og kunnskap, som kanskje også er ubevisst, men som danner grunnlaget for en kreativ opplevelse. Innsikten bygger med det på erfaring og kunnskap. Å komme i kontakt med disse kildene kan oppleves som kreativitet, på samme måte som vitenskapsmannen får ideen til en ny oppfinnelse (Zinker).

2.2.1 Mot til å skape

May (1975) ser en sammenheng mellom kreativitet og det å ha mot til å skape noe nytt. Innenfor alle yrker kreves det et skapende mot, påpeker han. Rådgivning som fag synes ikke å være noe unntak. *”Med skapende mot menes det å oppdage nye former, nye symboler og nye mønstre som et nytt samfunn kan bygges på”* (May, 1975, s.20). Her ses mot i tilknytning til et samfunnsperspektiv, der de endringene som skjer i fagene får ringvirkninger utover i samfunnet. Et slikt eksempel er kanskje Rogers’ teori og praksis i møte med klienter som har revolusjonert ikke bare hjelperelasjoner, men også inspirert mannen i gata (Kramer, i Rogers, 1961). Trekker en perspektivet ned til betydningen for rådgivningsrelasjonen, kan kanskje sitatet skrives om: Med skapende mot menes det å oppdage nye former, nye symboler og nye mønstre som rådgivningen kan bygges på. Skapelsen innebærer da å videreutvikle rådgivningsmøtet med nye tilnærminger og metoder.

Mot kan ses i sammenheng med å være villig til å ta en utfordring. Den kreative rådgiveren er i følge Zinker (1977) en risikotager. Det handler om å være villig til å ta en sjanse på en metode eller et nytt perspektiv som betyr ukjent grunn, og som kan oppleves som risikofyllt for begge parter. Å våge noe innebærer nettopp en risiko for nederlag (May, 1975; Zinker, 1977) Ser en det i et annet perspektiv er det imidlertid viktig å ikke miste bakkekontakten: å ha øye for når det er riktig å gå inn på tryggere grunn igjen (Zinker). Av implikasjoner dette kan ha for rådgivning synes det som om rådgiver må være villig til å utfordre både seg selv og klient, men samtidig kunne akseptere begge parters grenser. Å takle risikoen for at klienten kan si nei er også viktig.

2.3 Tilnærminger til rådgivning

I denne delen av teorikapittelet går det nærmere inn på ulike tilnærminger til rådgivning som kan sies å være relevante i forbindelse med rådgivers kreativitet. Imidlertid representerer dette bare noen mulige perspektiver, andre tradisjoner kan tilføre nye. Den eksistensielle-humanistiske tradisjonen er en orientering som har hatt stor innflytelse på rådgivningspraksis og terapi (Ivey, et al., 2010). Både gestaltteori og personsentrertteori har vokst frem under denne tradisjonen. Spesielt for den eksistensielle-humanistiske tradisjonen er vektleggingen av klient-rådgiver-forholdet, og betydningen av relasjonen for rådgivningens vellykkethet (Ivey, et al.), noe som teksten nedenfor går nærmere inn på. Rollo May, som er tidligere omtalt i kapittelet, er en sentral teoretiker innenfor eksistensialismen (Ivey, et al.). Videre er

blant annet bruk av kunst, eksperimentell tilnærming innenfor gestaltterapi, og Rogers' relasjonsbegreper presentert.

2.3.1 En eksperimentell fremgangsmåte

Når kreativitet, som tidligere nevnt, ofte betraktes som å ha fokus på å skape (Gulbrandsen, 2001; May, 1975; Rogers, 1961; Zinker, 1977), er det lett å trekke en parallell til tradisjoner innenfor rådgiving som er opptatt av å skape nye metoder i møte med klient. Eksempler på dette er gestalt- og psykosyntese-rådgivning (Clarkson, 2009; Whitmore, 2010; Zinker, 1977). Zinker, som selv er gestaltterapeut, snakker om hvordan gestalttradisjonen i sin natur innebærer en *"tillatelse til å være kreativ"* (Zinker, 1977, s. 18). Det vil gå for langt utover oppgavens fokus å gi en redegjørelse for gestaltteori her, et viktig kjennetegn skal imidlertid nevnes. En viktig tilnærming innenfor gestaltteori er å eksperimentere med ulike metodiske tilnærminger i møte med klient (Zinker). Metoder kalt eksperimenter er et vidtfavnende begrep, og kan involvere å ta i bruk både kropp, følelser og fantasi hos klient, i arbeidet med et tema (Whitmore, 2010). Noen eksperimenter som *"tom stol"*² er ofte brukt, andre blir til i møtet (Zinker, 1977). Tidligere har rådgivers oppfinnsomhet blitt omtalt, og dette kan sies å være et viktig fokus i gestaltteori (Zinker). Her skapes metodikken ut ifra det klienten trenger i øyeblikket. Samtidig er det flere måter å se på skapelse i forhold til et rådgivningsmøte. Flyten i en hvilken som helst samtale mellom to personer og betydningen av selve møtet, kan skape noe nytt hos begge parter, uavhengig av situasjonen (Zinker). Møtet og samtalen blir da det betydningsfulle, og ut av dette virker relasjonen mellom rådgiver og klient sentral.

2.3.2 Bruk av kunst

I hverdagspråket knyttes kreativitet ofte til tegning, maling og andre kunstneriske aktiviteter. Som tidligere omtalt har kunst fått en plass i terapifaget, og bruk av kunst anses å kunne ha en helbredende effekt (Levine, 2001). Selv om rådgivning ikke har fokus på helbredelse eller terapi, kan kunstinspirerte metoder antas for å være gode verktøy, og kan være det klienten trenger for å komme seg videre, samtidig som de kan ha en terapeutisk effekt i seg selv (Levine, 2001). Ett eksempel som blir trukket frem i artikkelen hentet fra *Counselling Today* (Shallcross, 2011), er hvordan en rådgiver foreslo for sin klient å *"leke i sand"*, noe som hadde en stor innvirkning på denne klientens videre prosess i samtaler. Å bringe inn andre verktøy enn dialog i samtalen ses på som svært nyttig når det er vanskelig for klienter å

² Et eksperiment som omhandler det å utforske indre konflikter i en selv eller med andre personer, ved å ha en fantasisamtale med polariteter eller en person (Zinker, 1977).

uttrykke seg verbalt (Allgood & Svennungsen, 2008; Levine, 2001; Shallcross, 2011). I en studie utført av Allgood og Svennungsen (2008) beskrives hvordan en klient som hadde vanskeligheter med å uttrykke seg verbalt omkring sitt traume, fikk hjelp til å uttrykke sine følelser ved å lage figurer i plastelina. Selv om et trygt og empatisk forhold mellom rådgiver og klient var en nødvendig forutsetning for denne fremgangsmåten, var rådgivers kreativitet og kunnskap den skapende kraften bak metoden (Allgood & Svennungsen, 2008). Dette eksempelet illustrerer hvordan kreativitet kan spille en viktig rolle i rådgivningen, og være en nøkkel til klientens utvikling.

2.3.3 Empati, aksept og genuinitet

Carl Rogers er kjent for å ha bidratt med viktige tilnærminger til rådgivning i forhold til relasjonen med klient, og betydningen av hvordan en møter klient. Noen sentrale begreper presenteres her, siden de ses på som grunnleggende for mye rådgivingsarbeid og kan være et viktig bidrag til å forstå helheten i rådgiveres utgangspunkt. Genuinitet er et viktig begrep i denne sammenheng; det å møte klienten på en ekte måte (Rogers, 1961). Med det menes å uttrykke egne følelser og holdninger, i motsetning til å undertrykke dem bak en fasade, slik at det kan bli lite samstemthet mellom det en føler og det en forsøker å vise, noe som kan skape forvirring og usikkerhet hos klienten. Et annet begrep Rogers trekker frem er aksept. Med dette menes at rådgiver har en holdning mot klienten som et unikt og verdifullt menneske i seg selv, uavhengig av hvem personen er og hans bakgrunn. Det siste begrepet er empati. Med dette menes at rådgiver har et ønske om å forstå klienten, slik han eller hun forstår seg selv. For å kunne akseptere må vi forstå, begrepene aksept og empati er på denne måten nært forbundet med hverandre (Rogers). Disse begrepene mener Rogers er sentrale for at en trygg relasjon skal kunne oppstå mellom rådgiver og klient.

2.4 Relasjonen mellom rådgiver og klient

Denne delen av teorikapittelet går nærmere inn på betydningen av relasjonen mellom rådgiver og klient i sammenheng med kreativitet. En historie om tilstedeværelse hos rådgiver blir presentert, samt forståelsen av begrepet personer i relasjon, i tillegg til et blikk på maktforhold i rådgivning.

2.4.1 Betydningen av å være tilstede i møte med klient

Richard Hycner beskriver gjennom sitt møte med en klient kalt Reva, hvordan han erfarte ulike måter å være tilstede med klienten på (Hycner, i Hycner & Jacobs, 1995). Han forklarer videre hvordan to ulike tilnærminger utgjorde en betydelig forskjell for klienten og

relasjonen. I begynnelsen lå mye av hans fokus i det kognitive, og han var svært opptatt av egne tanker. Det kan sies at han møtte klienten på et kognitivt plan, med fokuset rettet mot sin egen opplevelse. Senere opplevde han å i større grad rette seg mot klientens erfaring, kanskje en større grad av empatisk tilnærming, ved å prøve å sette seg inn i klientens fenomenologiske opplevelse eller erfaringsverden. Det å trekke fokuset vekk fra eget hode, og heller først og fremst være tilstede med klienten, selv om ens egen opplevelse også er i fokus, ble et vendepunkt i møtet, der han etter dialog med klienten og seg selv ble klar over hvor viktig dette var for at klienten følte seg sett og hørt. Å ha rom i bevisstheten for den andre synes viktig ut ifra det perspektivet som Hycner (1995) presenterer. Rådgivere må være villige til å ta inn den andres opplevelse for å være fullt tilstede i møtet. Et slikt fokus kan kanskje gjøre det lettere å være klar over det som foregår i møtet, og være en åpenhet som gir grunnlag for ideer og skapelse, med tanke på tilnærminger og metoder som kan være til hjelp for klient.

2.4.2 Personer i relasjon

*(...) Selvet eksisterer kun i dynamisk relasjon med den andre*³ (Macmurray, 1999, s.17).

Som i de senere tiårs framvekst av kvalitativ metode innenfor forskning, der subjektivitetens rolle anerkjennes i større grad, kan et liknende behov for anerkjennelse av subjektivitetens betydning også spores i enkelte tilnærminger til rådgivning. Her ses ikke rådgiver som en uavhengig og objektiv hjelper, men i en uatskillelig relasjon med den hjelpetrequende (Allgood, i Allgood & Kvalsund, 2005). Dette avsnittet tar for seg et fokus innenfor rådgivning på relasjonens betydning.

Som sitatet ovenfor viser, lever mennesker i relasjoner. Dette kan også ses i sammenheng med den tidligere presenterte forståelsen av kreativitet forbundet med et møte (May, 1975). Mennesker er relasjonelle av natur, og en orienterer seg hele tiden mot andre. Begrepet personer i relasjon er knyttet til teorier omkring menneskets nære forbindelse til hverandre (Allgood, i Allgood & Kvalsund, 2005). ”*Eit menneske er inga øy*” skrev dikteren John Donne. (Oversatt av Bjørnstad, 2010, framside). Et menneske lever ikke uavhengig av andre mennesker, men får forståelse av seg selv og sine omgivelser gjennom kontakt med andre. For å forstå meg er jeg avhengig av deg, og motsatt (Macmurray, 1957/1991; 1961/1991, omtalt i Allgood & Kvalsund, 2005). Videre er personer i relasjon et begrep som omhandler det å se på mennesker som personer, og ikke som objekter til ens eget bruk. I stedet ses personer som hele mennesker med tanker, følelser og behov. Det innebærer en verdsettelse av menneskene i

³ Egen oversettelse. Originalt: (...) The self exists only in dynamic relation with the Other.

seg selv, utover deres nytteverdi, en forståelse av mennesker som subjekter fremfor objekter (Macmurray 1961/1991, omtalt i Allgood & Kvalsund, 2005). Gjennom å eksistere i relasjoner har en et ansvar for hvordan en ser på og behandler de menneskene en møter (Allgood, i Allgood & Kvalsund, 2005). Av implikasjoner dette kan ha for rådgivning er det viktig at rådgiver møter klient med empati, aksept og genuinitet (Rogers, 1961). Videre kan det bety at både klient og rådgiver kan lære og utvikle seg gjennom møtet, selv om klienten er i fokus (Allgood, i Allgood & Kvalsund, 2005).

Personer i relasjon begrepet viser hvordan mennesker som individer er gjensidig avhengig av hverandre (Allgood, omtalt i Allgood & Kvalsund, 2005). I motsetning til et paradigme der mennesker ses på som uavhengige, og selvstendighet er et ideal, er et gjensidig avhengighetsforhold til hverandre blitt argumentet for å være en mer realistisk beskrivelse av realiteten (Allgood). Noe som kan illustreres ved at rådgiver kan bli styrket gjennom møtet med klient, og ikke bare motsatt (Allgood). Den gjensidige avhengigheten sier videre noe om kreativitetens rolle i rådgivning. Selve møtet, og den relasjonen som oppstår mellom rådgiver og klient kan påvirke rådgivers opplevelse av egen kreativitet, da rådgiver ikke er uten innflytelse fra klient. Sjansen er større for at det pågår en gjensidig påvirkning fra begge parter.

2.4.3 Maktforhold

Makt er en viktig brikke i alle relasjoner, den kan sies å alltid være tilstede (Allgood, i Allgood & Kvalsund, 2003). I rådgivning blir ofte makt tillagt rådgiver i form av at denne personen sitter på kunnskap som kan være til hjelp for klienten (Allgood). Hvordan og hvorvidt rådgiver forholder seg til denne makten blir viktig for betydningen av makt i forholdet. I rådgivning kan rådgiver for eksempel ha mye makt ved å gjøre klienten avhengig av sin kunnskap (Allgood). For denne oppgaven er en sentral problemstilling den makten rådgiver kan besitte av å ses på som "eksperten" (Allgood). Ved å foreslå en ny metode for en klient, må rådgiver være bevisst den innflytelsen hun kan ha ovenfor klient. Er relasjonen trygg nok til at klient tør å si nei? Med andre ord: Hvordan er makten fordelt i relasjonen? Kreativitet kan innebære bruk av makt, selv om det ikke trenger å være på en negativ måte, da det å øve innflytelse også kan være positivt (Allgood). Et spørsmål er hvorvidt det er et overbruk av makt. Det at rådgiver er åpen for klientens perspektiv er viktig i et maktperspektiv, og for å kunne ha en fleksibel holdning til egne metoder og tilnærminger.

3 Metode

I dette kapitlet presenteres studiens forskningstilnærming. Det inkluderer metode og vitenskapsfilosofi, datainnsamling, analyse, forskerrollen og drøftelser rundt kvalitet og etikk. I forhold til forskningsmetode finnes det få fasiter, men mange vurderinger som må gjøres underveis (McLeod, 2001). Jeg vil derfor presentere de sentrale valgene jeg har gjort i prosessen og forsøke å begrunne dem.

I forskning er det problemstillingen som er den viktigste ledetråden i valg av metodisk tilnærming (Karlsdóttir & Moen, 2011). Jeg har valgt en kvalitativ tilnærming med bruk av intervju til prosjektet, da jeg mener det er den beste tilnærmingen for å besvare forskningsspørsmålet. Jeg var ute etter rike beskrivelser av fenomenet kreativitet i rådgivning, og jeg ønsket informantenes perspektiver, både deres opplevelser og erfaringer med praksis. En mer omfattende begrunnelse for dette valget håper jeg vil bli synlig gjennom kapitlet.

3.1 Kvalitativ metode

Kvalitative studier har som formål å forstå sosiale fenomener (Thagaard, 2010). Ett av kjennetegnene er at forskeren fokuserer på et avgrenset område, både av personer og lokalitet, for så å gå i dybden på det. Forskeren er i tillegg nær sitt datamateriale, for eksempel ved å benytte seg av observasjon eller intervju som datagrunnlag. På denne måten kan vedkommende få tak i grundige beskrivelser av det som studeres. De grundige beskrivelsene danner et grunnlag for å kunne få tak i informantenes perspektiver; deres refleksjoner og opplevelser omkring egen praksis. Dette er et viktig formål med kvalitative studier (Karlsdóttir & Moen, 2011). Samtidig må forskeren også forsøke å fri seg mest mulig fra sin forforståelse, for å kunne være åpen for informantenes perspektiver (Postholm, 2010). Fortolkning er også en viktig del av den kvalitative forskningsmetoden, for å forstå fenomenene som studeres må de fortolkes (Karlsdóttir & Moen, 2011; Thagaard, 2010). Forskerne ønsker da å komme bak ordene til informantene, for få tak i dypere meninger i det som blir sagt. Viktig er også en forståelse av at forskeren ikke er objektiv, men har med seg sin subjektivitet i forskningsarbeidet (Postholm, 2010). Sentralt ved kvalitativ metode er en forståelse av at virkeligheten, og dermed kunnskap, blir skapt i samspeilet mellom mennesker. Hva som er sannhet vil dermed være delvis kontekstavhengig (Postholm, 2010).

3.1.1 Fenomenologi

Begrepet fenomenologi stammer fra det greske ordet *phaino*, som betyr ”å plassere i lyset” (Heidegger, 1977, s. 74, gjengitt i Moustakas, 1994). Dette er en fin illustrasjon på hva fenomenologisk metode forsøker å gjøre. Fenomenologi har sitt fokus på den subjektive verden, og å forstå denne gjennom å undersøke dens fenomener. Filosofen Edmund Husserl er kjent som grunnleggeren av den transformale fenomenologien, heretter omtalt som fenomenologi (Moustakas, 1994). Husserl mente at det mennesker opplever ikke er en objektiv verden, men *vår opplevelse* av den, og det eneste vi kan si noe sikkert om er vår egen opplevelse. Det betyr ikke at en objektiv verden ikke eksisterer, men vår kunnskap er et samtidig produkt av den virkelige verden og vår bevissthet om den. Kunnskapen ligger i individet, dernest i empiriske undersøkelser, slik at et fenomen kan belyses ved å undersøke menneskers erfaring med fenomenet. (Moustakas). For å forstå et fenomen må vi dermed gå til erfaringsverdenen. Jeg er inspirert av en fenomenologisk tilnærming til forskning fordi det var erfaringsverdenen til informantene jeg ville ta del i. I undersøkelsene har jeg forsøkt å legge min egen forforståelse til side, for å la informantenes perspektiver tre mest mulig frem. Samtidig er jeg bevisst den påvirkningen jeg selv har i møte med informantene, slik at den kunnskapen som kommer frem er relasjonell og kontekstuell (Kvale & Brinkmann, 2010).

3.2 Valg av forsknings sted og informanter

Valg av forsknings sted falt naturlig sammen med valg av informanter. Da problemstillingen er ”*Hvordan opplever rådgivere seg selv som kreative i møte med klient?*” ble det naturlig å intervju rådgivere for å få tak i deres opplevelse av temaet. Begrepet rådgivere blir sett på i utvidet forstand da jeg som tidligere nevnt ikke anser studiens tema for å variere i stor grad innenfor de ulike hjelperelasjonene. Denne antakelsen støttes av teori (Zinker, 1977), og senere har jeg også fått støtte for denne hypotesen fra informantene. De fleste av dem driver både med rådgivning, veiledning, coaching, og noen også terapi.

Strategiske utvalg er vanlig i kvalitativ metode, da utvalget må kunne knyttes til problemstillingen (Thagaard, 2010). For å gjøre et strategisk utvalg satte jeg opp en del kriterier for utvelgelse av informanter. Først og fremst måtte de oppfatte seg selv som kreative, gjerne også av andre, da jeg ønsket å intervju ”kreative rådgivere”. Videre måtte de ha en del yrkeserfaring med hjelperelasjoner, noe jeg anser som en fordel for å ha god innblikk i praksis. Selv om det er uenighet på dette punktet, anses tre informanter som tilstrekkelig for omfanget av en masteroppgave, for å kunne finne en felles essens i de ulike

informantenes opplevelser (Postholm, 2010). Jeg endte opp med fire informanter og anser dette som å kunne styrke studien ytterligere. Det var en utfordring å skulle finne informanter blant rådgivere som så på seg selv som kreative, det gjorde det også vanskelig å sette strenge kriterier. Som påpekt i innledningen synes kreativitet å være et i mindre grad utforsket tema innenfor rådgivning, og derfor ønsket jeg heller ikke å sette store begrensninger. Ifølge Postholm (2010) er det viktigste å tenke på i utvelgelsen av informanter at de har opplevd erfaringen som forskningen rettes mot. For meg betyr dette at informantene må oppleve seg selv som kreative. For å finne informanter valgte jeg å benytte meg av snøballmetoden, det vil si å få tips om mulige informanter gjennom informanter eller andre, fordi dette var praktisk, men også fordi jeg på denne måten fikk informanter som opplevde seg selv som kreative, og som også ble oppfattet som kreative av andre (Thagaard, 2010). Dette synes for meg å øke sjansene for å finne essensen i det å være en kreativ rådgiver. Snøballmetoden er en ofte benyttet metode i intervjustudier (Thagaard). Til sist, ved å inkludere personer fra ulike miljøer unngikk jeg å ha kun personer innenfor samme bekjentskapskrets (Thagaard).

3.3 Intervju

3.3.1 Det kvalitative intervju

Intervju som metode er mye benyttet i kvalitativ forskning, og spesielt innenfor den fenomenologiske retningen (Kvale & Brinkmann, 2010; Postholm, 2010). Jeg valgte å benytte meg av intervju fordi jeg som nevnt var ute etter rike beskrivelser av temaet jeg ville utforske, og fordi jeg ønsket i størst mulig grad å få tak i informantenes ord på sin opplevelse. Derfor falt det naturlig å benytte dette verktøyet i datainnsamlingen. Et kvalitativt intervju har som formål å skaffe rike beskrivelser av informantenes opplevelser av forskningstemaet, og eger seg godt til å få innsikt i informantens følelser og tanker omkring dette (Dalen, 2008; Kvale, 1983; Thagaard, 1998). I begrepet intervju ligger det at det er et møte mellom personer. Hver samtale blir unik fordi det er ulike personer involvert (Kvale, 1983). En semi-strukturert intervjuguide ble benyttet i studien, noe som ofte benyttes i kvalitative intervjuer (Kvale, 1983; Postholm, 2010). Den kjennetegnes av å ha noen temaer og åpne spørsmål satt på forhånd som forskeren vil innom, samtidig som en åpner for å følge opp med andre spørsmål, alt etter hva som faller naturlig under samtalen.

3.3.2 Intervju som datainnsamling

Jeg valgte å benytte meg av en båndopptaker under intervjuene for å sikre meg at all informasjon som kom frem ble med. I tillegg var en viktig årsak at jeg kunne ha fokus på informanten under intervjuet og være mer tilstede i samtalen. Først valgte jeg å gjøre et

prøveintervju for å teste ut intervjuguiden, og for å få litt trening i å gjennomføre et kvalitativt intervju før selve datainnsamlingen. Dalen (2008) hevder at det å gjennomføre et prøveintervju er helt nødvendig som forberedelse til en kvalitativ intervjuundersøkelse. Etter å ha gjort et prøveintervju endret jeg litt på spørsmål som var uklare eller unødvendige, og tilføyde noen nye. Imidlertid viste det seg at dette intervjuet ble så vellykket og tilførte så interessant informasjon, at jeg etter en vurdering og nærmere avtale med informant, valgte å benytte dette intervjuet som en del av datagrunnlaget i studien.

Kvaliteten på intervjuet vil være avhengig av den kontakten, eller relasjonen som oppstår mellom partene. Det gir intervjuet som datainnsamlingsmetode en sårbarhet (Thagaard, 1998). For å oppnå et gjensidig godt møte med informantene vektla jeg å være genuin, positiv og imøtekommende (Ivey, et al., 2010). Å være et medmenneske, ikke bare en forsker, opplevde jeg som viktig for å skape gode relasjoner med informantene. Jeg tilpasset meg situasjonen og gjorde det som kjentes naturlig der og da, for eksempel ble det på ett tidspunkt naturlig å komme med en deling av hvordan jeg opplevde situasjon der og da, og jeg delte min opplevelse av å ha ”gåsehud”. Jeg tror det bidro positivt til relasjonen, og dermed intervjuet. Under det første intervjuet erfarte jeg hvor viktig det kan være å sette ord på forventinger til møtet og egne følelser omkring dette for begge parter. På den måten opplevde jeg at informanten ble mer avslappet. Jeg fikk også i datainnsamlingen styrket min tro på at intervju var en velegnet metode for å belyse temaet for oppgaven. Ett eksempel er hvordan en informant etter intervjuet satte ord på at vedkommende opplevde kreative øyeblikk i løpet av samtalen, og vi snakket litt rundt dette. Et annet eksempel er hvordan en informant tok tak i relasjonen mellom oss under intervjuet for å illustrere en kreativ fremgangsmåte, et eksempel på praksis som ble skapt som følge av intervjusituasjonen.

Ett intervju ble av praktiske årsaker gjort ved bruk av videokontakt på Skype. Dette ble også gjennomført på engelsk. Det er interessant å stille spørsmål om hvordan dette kan ha påvirket intervjuet. Den fysiske avstanden kan være en viktig faktor da det er nærliggende å tenke seg at det kan gi begrensinger for relasjonen mellom informant og intervjuer. Imidlertid opplevde jeg dette intervjuet som et nært møte, noe jeg også fikk bekreftet fra informant, samtidig som jeg anerkjenner at noe kan ha gått tapt på veien. At intervjuet var på engelsk opplevde jeg ikke som problematisk, da jeg ikke opplevde store kommunikasjonsproblemer mellom oss.

3.4 Transkribering

De transkriberte tekstene danner mye av grunnlaget for analysen av datamaterialet, sammen med forskerens notater og refleksjoner før, under og etter intervjuene (Dalen, 2008). Kvale og Brinkmann (2010) påpeker at det er viktige forskjeller mellom talespråk og skriftspråk, og at transkriberingsprosessen er en fortolkningsprosess i seg selv, noe som medfører at omskapingen fra tale til tekst krever en rekke vurderinger underveis. Bruk av båndopptaker gjør det mulig å skrive intervjuene ned ut ifra lydbåndene. Imidlertid vil omformingen være farget av mitt skriftspråk og måten jeg forstår informantenes talespråk på (Kvale & Brinkmann, 2010). I arbeidet med transkriberingen lyttet jeg nøye gjennom båndene for å få et så klart bilde som mulig av hva som ble sagt. Jeg skrev også ned tydelige uttrykk som endring i stemmeleie, eller ord som ble vektlagt, for å gjøre det lettere å få tak i de bakenforliggende meningene i analysearbeidet. Jeg skrev også ned mine egne inntrykk og følelser omkring intervjuet kort tid etter, mens jeg fremdeles hadde dette friskt i minne. For å anonymisere informantene så godt som mulig har jeg valgt å transkribere på bokmål, gitt informantene nye navn og fjernet mulige personidentifiserende forhold.

3.5 Analyseprosessen

Selv om analysearbeidet hovedsakelig fant sted etter datainnsamlingen, startet analysen allerede under intervjuene, der sentrale fenomener og temaer begynte å utkrystallisere seg (Postholm, 2010). Tidligere i kapittelet er et kjennetegn ved kvalitativ metode beskrevet som at forskeren må forsøke å sette sin forforståelse til side, for å kunne se datamaterialet med mest mulig åpne øyne, noe som innebærer en induktiv tilnærming til forskning (Postholm). Som under datainnsamlingen, har jeg i analysearbeidet forsøkt å sette min egen forforståelse til side, for å ha et mest mulig åpent sinn mot informasjonen som ligger i datamaterialet, i den grad det er mulig. I tillegg til at jeg ikke har lest ny teori under analyseprosessen for å kunne bli farget av denne. I analysen av datamaterialet har jeg benyttet meg av elementer fra den konstant komparative metoden, en metode som anses som egnet til å analysere fenomenologiske intervjuer, da den baserer seg på å utvikle kategorier fra intervjudata (Postholm). Siden ethvert forskningsprosjekt er unikt, vil ikke nødvendigvis en metodisk fremgang i sin helhet passe for analysearbeidet (Postholm). Det viktigste å tenke på i arbeidet med analysen, er å gjøre det som synes å egne seg best til datamaterialet, og som får frem hovedbudskap i intervjuene. Jeg har benyttet elementer fra den konstant komparative metoden, men gjort det som jeg mener egner seg best for datamaterialet, og som får frem informasjon fra intervjuene på en god måte (Dalen, 2008). I konstant komparativ metode

søker forskeren å systematisk lage kategorier av sentrale temaer basert på datamaterialet (Postholm, 2010). Hensikten er å få en fyldig beskrivelse av forskningstemaet, belyst gjennom ulike perspektiver. Kategoriene må også ha en forbindelse med hverandre, for sammen å kunne danne en essens av temaet (Postholm). Det første steget i metoden kalles åpen koding. I denne fasen får de ulike fenomenene i datamaterialet et navn eller en beskrivelse (Postholm). For å danne meg et bilde av innholdet i datamaterialet leste jeg gjennom tekstene flere ganger, streket under og tok notater i marginen. Jeg begynte først å lese igjennom med utgangspunkt i den struktureringen jeg hadde benyttet meg av i intervjuguiden. Denne fremgangsmåten opplevdes etterhvert feil, da mitt inntrykk av tekstene ble mest preget av min forforståelse for temaet og jeg mistet helhetsfølelsen av hva som var mest sentralt for informanten. I neste gjennomlesning prøvde jeg å være så åpen som mulig for innholdet uavhengig av mine spørsmål, og hva som steg frem som mest sentralt som svar på problemstillingen. Basert på gjennomlesninger, notater og egne vurderinger satt jeg igjen med syv til åtte kategorier. Etter dette gikk jeg tilbake til datamaterialet for å se om kategoriene var grundig rotfestet i tekstene.

Det neste steget i konstant komparativ metode er å se på sammenhengen i kategorier, kalt aksial koding. Hensikten er å videreutvikle kategoriene ved å se på fenomenene de består av, og eventuelt utvikle underkategorier (Postholm, 2010). I neste runde arbeidet jeg lenge og grundig med å videreutvikle kategoriene i nær kontakt med datamaterialet. Ved å studere kategoriene så jeg sammenhengen mellom dem. De ble videreutviklet ved å gå i detalj på innholdet og se på hvilke momenter de favnet. I denne prosessen ble underkategorier utviklet, og noen kategorier ble slått sammen. Til slutt hadde jeg fem hovedkategorier, der én kategori i tillegg inneholdt en delkategori. Den første kategorien fikk navn etter ett begrep som informantene brukte under intervjuet, omtalt som en "In Vivo" kategori (Glaser 1978, s.70, Strauss 1987, s.33, gjengitt i Postholm, 2010), mens resten fikk navn etter en forståelse av deres innhold. Denne endelige inndelingen er gjort på bakgrunn av hva som oppleves som mest hensiktsmessig for å belyse datamaterialet, heller enn å følge en bestemt struktur. Kategoriene mener jeg representerer essensen i datamaterialet, og gir interessante perspektiver for problemstillingen. Samtidig opplever jeg at kategoriene er nært forbundet med hverandre, og ligger tett opp til problemstillingen. Det krevende arbeidet med å komme frem til resultatene er beskrevet i kapittelet "Forskerrollen".

3.6 Kvalitet og etikk i studien

3.6.1 Etiske hensyn

I vurderingen av hensynet til informantene har jeg støttet meg til retningslinjer fra den nasjonale forskningsetiske komité for samfunnsvitenskap og humaniora, NESH (2006), ved forskning som berører mennesker og personopplysninger. Informantenes anonymitet er viktig å bevare ut ifra etiske hensyn innen forskning. Jeg har i løpet av prosjektet gjort mitt ytterste for at informantene skal være anonyme, og at de skal gjøres så anonyme som mulig i transkripsjoner og presentasjon av studien. Informert samtykke er et annet viktig etisk prinsipp innen forskning. Det innebærer at informantene blir informert om studien, hvordan informasjonen blir behandlet og konsekvenser av å delta, og ikke blir utsatt for tvang for å delta i studien. Før datainnsamlingen gav jeg et informasjonsskriv til informantene om studien, og ytterligere opplysninger ble gitt før og etter intervjuene. I tillegg innhentet jeg skriftlig samtykke, der informantene hadde mulighet til å trekke seg når som helst under studien. De ble også opplyst om at jeg vil slette lydfiler og makulerer datamaterialet og annen dokumentasjon, når prosjektet er avsluttet. Ett annet viktig prinsipp jeg retter meg etter er forskerens konfidensialitet. Det innebærer at forskeren har taushetsplikt om de personer som deltar i studien. Studien er søkt og godkjent hos Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste (NSD), se vedlegg.

3.6.2 Validitet og reliabilitet

Et overordnet mål på validitet i kvalitative studier er hvorvidt metoden undersøker det som problemstillingen spør om (Kvale & Brinkmann, 2010) Jeg mener å ha vist gjennom dette kapittelet at de ulike forskningstilnærmingene, som fenomenologi og intervju, har vært egnet til å belyse temaet for oppgaven. Et mål på reliabilitet i kvalitative studier er hvor troverdig forskningsresultatene er. Dette påvirkes blant annet av hva forskeren ønsker å finne ut, og indirekte av forskerens syn på hva kunnskap er (Kvale & Brinkmann). Den informasjonen som kommer frem av intervjuene ses som delvis konstruerte av situasjonen mellom informant og meg som intervjuer, da den er farget av den konteksten vi møtes i, inkludert vår relasjon. Mer om dette presenteres under kapittelet "Forskerrollen". Jeg har ønsket å få frem informantenes perspektiver (Kvale & Brinkmann), og med det analysert intervjuene i den hensikt å få frem det jeg mener er de mest fremtredende temaene som går på tvers av intervjuene. Hvor troverdig resultatene er blir opp til leseren å vurdere.

Enkelte ganger falt det naturlig under intervjuene å stille et mer fortolkende spørsmål, for å kunne sjekke ut min tolkning. Kvale sier at dette er hensiktsmessig å gjøre nettopp for å kunne undersøke ens tolkning der og da (1996), det kan være med på å styrke troverdigheten i resultatene (Kvale & Brinkmann, 2010). Imidlertid kan det være en vanskelig balansegang mellom å stille fortolkende spørsmål for å sjekke ut en tolkning, og å ha et åpent sinn til tolkning av informantenes utsagn.

3.6.3 Member Checking

I følge Postholm (2010) er et viktig kriterium for kvalitet i kvalitative studier Member Checking. Det innebærer at informantene kontaktes for å si hvorvidt de kan kjenne seg igjen i tolkninger og beskrivelser som gjøres av deres ord eller handlinger (Stake, 1995). Member Checking kan også ses i sammenheng med etiske hensyn, der informantene får mulighet til å se hvordan informasjon fra intervjuene blir forstått av forskeren (Thagaard, 2010). Etter å ha fått informantenes samtykke i å kunne gjøre dette kontakten jeg dem, for å få deres vurdering av analysen. To av de totalt fire informantene gav tilbakemelding, og de kjente seg igjen i de beskrivelsene som ble gitt.

3.6.4 Generalisering

Ett mål med kvalitativ metode er naturalistisk generalisering. Dette innebærer at selv om fenomenene ikke er direkte overførbare til andre situasjoner og personer, kan et godt forskerhåndverk gjøre resultatene gjenkjennbare for leseren (Postholm, 2010). Jeg har i rapporteringen forsøkt å gjøre forskningen synlig for leseren, og underveis drøftet vurderinger i forhold til intervju, transkripsjoner og analyse. Gjennom det håper jeg at forskningen kan være til inspirasjon for leseren og videre forskning. Om kreativitet i rådgivning slik det beskrives i denne oppgaven er overførbart til andre rådgivere er vanskelig for meg som forsker alene å besvare. Fokuset har vært rette mot rådgivere som opplever seg selv som kreative, så slik sett er kanskje den mest naturlige generaliseringen å gjøre mot andre rådgivere som opplever seg selv, eller oppleves av andre, som kreative. Siden informantene har en variert bakgrunn av både utdanning og erfaring, kan det sies å styrke generaliserbarheten, ved å bidra med innflytelse fra flere miljøer (Thagaard, 2010).

3.7 Forskerrollen

I kvalitative studier er forskeren det viktigste datainnsamlingsverktøyet, og den som analyserer dataene. Det er viktig at forskerens subjektivitet er synlig i arbeidet, fordi denne ikke kan løsrives fra forskningen (Brown, 1996; Hunt, 1987; Postholm, 2010). Ved å

synliggjøre forskerens subjektivitet, kan det bidra til mer åpenhet gjennom for eksempel å vise forskerens underforståtte antakelser og teorier (Hunt, 1987). Under studien var jeg bevisst dette, og forsøkte å reflektere rundt mine egne følelser og oppfatninger, og hvordan det kan ha påvirket prosessen underveis (Brown, 1996). I kapittelet vil jeg presentere noen sentrale aspekter og vurderinger jeg har gjort meg om forskerrollen.

3.7.1 Min forståelse av kreativitet

Å ha nærhet til forskningstemaet ved at jeg har erfart meg selv som kreativ, og har en stor interesse for temaet, kan være både en styrke og en ulempe. Det kan gjøre det lettere å forstå temaet (Dalen, 2008), men også gjøre meg blind for egne antakelser og teorier (Postholm, 2010). En fordel synes å være å kunne bruke egne erfaringer til å forstå andres opplevelser, (Dalen, 2008) men samtidig kunne løsrive meg fra disse for å kunne ha et åpent sinn mot informantenes opplevelser og i analysen av materialet (Postholm, 2010). Til tider opplevde jeg det som utfordrende å løsrive meg fra min forforståelse, for eksempel i intervjuene. Imidlertid jobbet jeg bevisst under hele forskningsprosessen med å ha en åpen holdning til datamaterialet.

Arbeidet med masteroppgaven har vært krevende da kreativitetsbegrepet som nevnt ikke er enkelt å definere (Kvalsund, 2003), og at jeg derfor har måttet ta valg i forhold til hva jeg vil fokusere på. Det gjenspeiler også forholdet til min egen opplevelse av kreativitet. Det å finne relevant teori har vært utfordrende fordi den psykologiske litteraturen ofte forholder seg til kunstnerens eller geniets kreativitet (Kvalsund, 2003; May, 1975; Rogers, 1961; Zinker, 1977). Som tidligere nevnt synes det etter min vurdering å eksistere lite teori og forskning rettet mot rådgiveres og eller terapeuters kreativitet, kanskje med unntak av tradisjoner som kunstterapi. Det synes ikke som om hjelperens kreativitet er blitt satt i fokus på samme måte. Desto sterkere engasjerer jeg meg i å dykke ned i problemstillingen, fordi jeg mener at nettopp derfor er rådgivers kreativitet et interessant og viktig tema å se nærmere på. I denne oppgaven snus linsen, ved å sette fokuset på rådgiveren (Rogers, 1961).

3.7.2 Intervju som metode

Under intervjuene lytte jeg mye og brukte stillhet, noe som gav rom for svar fra informanten (Gjerde, 2010). Dette gjorde jeg for å skape en lyttende atmosfære som bidro til at rik informasjon kom frem, som kanskje ikke ville kommet hvis jeg stilte mange spørsmål og avbrøt mer. Dette ble også påpekt av en informant i et intervju. Samtidig ble det da mindre

vekt på å få tak i begrunnelser for det som ble sagt, noe som er et viktig kvalitetskriterium for intervjuer (Kvale & Brinkmann, 2010). Imidlertid fikk jeg tillatelse til å kontakte informantene i etterkant av intervjuet for avklare eventuelle spørsmål. Jeg ser på denne vurderingen som en balansegang uten en fasit, men noe som er viktig for meg som forsker å være bevisst.

Thagaard (2010) påpeker at det vitenskapsfilosofiske synet en forfekter har betydning for hvilken informasjon en kan få fra et intervju, hvordan en ser på datamaterialet og tolker dette. Med bakgrunn i min egen forståelse, og inspirert av Thagaard, har jeg valgt å forstå den informasjonen som jeg får frem av intervjuet som både et resultat av den opplevelsen informanten har erfart, og samtidig at denne opplevelsen er farget av den konteksten vi er i; vår relasjon som intervjuer og informant, og min forståelse av informasjonen som kommer frem. Jeg opplevde selv under intervjuene hvor viktig relasjonen med den jeg intervjuet var for den informasjonen som kom frem. Under ett intervju la jeg for eksempel merke til at jeg og informant hadde kledd oss litt forskjellig, hun i en ganske avslappet stil, og jeg litt mer formelt. Selv om min påkledning var bevisst fra min side, opplevde jeg at det kanskje slo litt feil ved at jeg følte meg litt utilpass, og at min bekledning kan ha gjort at informanten opplevde seg mer distansert fra meg.

3.7.3 Arbeidet med analysen

I arbeidet med resultatene var det å lage kategorier utfordrende. Jeg opplevde at temaene i datamaterialet var nært sammenknyttet og at inndelingen i kategorier derfor kunne gjøres på flere måter. Selv om noen temaer steg frem som sentrale allerede under datainnsamlingen, var arbeidet på detaljnivå krevende, da min forståelse av informantenes språkbruk ble mer avgjørende. Et avsnitt kan romme mye informasjon, og hva som skal vektlegges ser jeg på som et viktig arbeid. Til tider opplevdes arbeidet både frustrerende og uoversiktlig, og denne delen av forskningsprosjektet var kanskje den mest krevende. Samtidig var prosessen spennende fordi resultatene var grunnlaget for problemstillingen jeg ønsket å undersøke. Til tider var de mest interessante og konsentrerte arbeidsperiodene i prosjektet når jeg så kategoriene komme til syne. Gjennom arbeidet analysen fikk jeg øynene opp for flere sider ved kreativitet som jeg ikke før hadde tenkt på. Dette kan innebærer at jeg i noe grad har lyktes i å løsrive meg fra min egne forforståelse.

4 Analyse

I dette kapitlet presenteres resultatene i studien. Resultatene består av kategorier som ble dannet på bakgrunn av analysen. De kategoriene som presenteres har vokst frem med utgangspunkt i problemstillingen ”*Hvordan opplever rådgivere seg som kreative i møte med klient?*” Gjennom informantenes beskrivelser kommer det frem ulike syn på hva kreativitet kan være. Kategoriene representerer fremtredende temaer i datamaterialet, og jeg mener de samlet sett gir et bredt perspektiv på problemstillingen. Samtidig er resultatene både farget av meg som forsker og den metodiske tilnærmingen jeg har benyttet meg av. De representerer derfor bare en av flere måter å analysere dataene på (Dalen, 2008; Postholm, 2010).

Jeg har, som tidligere nevnt, valgt å bruke alle fire intervjuer fordi det bidrar med interessant informasjon, og da informant fra pilot-intervju har samtykket i bruk av datamaterialet. Sitatene er skrevet i kursiv i løpende tekst, for å få en god flyt i teksten. Hver kategori blir presentert hver for seg med en kort introduksjon, etterfulgt av beskrivelser og sitater som utgjør grunnlaget for kategorien. Sitater fra intervjuet på engelsk har jeg oversatt til norsk. Det falt naturlig å legge like mye vekt på sitater som egne beskrivelser da jeg mener det gir en god fremstilling av analysen. Siden fokuset i denne oppgaven er på rådgivers perspektiv, er analysen gjort deretter, selv om informantene også hadde erfaringer med et klient perspektiv. Før beskrivelsen av kategoriene gir jeg en kort presentasjon av informantene. På bakgrunn av det blir forskningen mer synlig, og med det noe som kan gi et bedre forståelsesgrunnlag for leseren (Thagaard, 2010).

4.1 Beskrivelse av informanter

Alle informantene har lang erfaring med hjelperelasjoner. Sammen kan de sies å dekke et bredt spekter av ulike hjelperelasjoner, og alle jobber innenfor flere felter samtidig. Felles er at de alle er opptatt av kreativitet i møte med klient, og opplever seg selv som kreative. De arbeider også med individuell rådgivning.

Anne er en dame med lang erfaring innenfor rådgivning, og arbeider også med terapi. Hun har lenge interessert seg for å bruke kreativitet i sin praksis, og har personlig stort utbytte av kreativt arbeid i form av for eksempel litteratur og teater. Samtidig er hun veldig bevisst sitt forhold til kreativitet og kjenner av og til på egne barrierer i forhold til å bruke kreativt arbeid i rådgivning. For Anne er empati ovenfor klient og en nærhet til eget hjerte viktig, det er dette perspektivet som ofte inspirer hennes kreativitet.

Marit arbeider med både terapi, coaching og veiledning, og kan hente inn elementer fra ulike hjelpeformer i sitt arbeid. Videre ser Marit på seg selv som en kreativ person, noe hun ikke alltid har gjort, men likevel fått bekreftet fra sine omgivelser. Hun er svært opptatt av relasjoner, og er bevisst på at hun opplever kreativiteten i samspill med noe, enten det er i arbeidet med et lerret, eller i møte med klient.

Elise arbeider med både rådgivning, terapi, coaching og undervisning. For henne er det viktig å ha kontakt med sin egen kropp og følelser i sitt arbeid. Elise er opptatt av kreativitet, og har en bred forståelse av dette begrepet. Hun er opptatt av å ha ett perspektiv på åpenhet, det å kunne se muligheter, både hos henne selv og hos klient. For Elise er det å kjenne på godhet mot klient viktig.

Karin har lang erfaring som rådgiver og coach. Hun har også erfaring med forskning og undervisning. Karin er opptatt av hvordan kreativiteten hennes kan være til hjelp når rådgivningssamtalen står fast. Hun er åpen for å skape en ny metode som kan hjelpe klienten til å for eksempel få noe konkretisert. Karin skaper ofte metoder ved hjelp av kunstneriske virkemidler som tegning eller ved bruk av kroppslige bevegelser. Hennes ønske om å hjelpe klienten inspirerer henne til å skape nye metoder.

4.2 Tilstedeværelse

Temaet tilstedeværelse begynte å utkrystallisere seg som sentralt allerede under datainnsamlingen. I det senere analysearbeidet ble det tydelig at dette var et viktig tema for flere informanter. Kategorien handler om å være tilstede i møtet med klient, noe alle informantene beskrev som viktig for opplevelsen av å være kreativ. Kreativiteten eksisterer her og nå. Ved å være nærværende i øyeblikket, vil kreativiteten være der. Imidlertid vektla informantene ulike aspekter ved det å være tilstede. Kategorien inneholder også delkategorien ”å bruke seg selv”. Med dette menes å lytte til og se på elementer hos seg selv som viktige verktøy i møte med klient. Dette temaet ses på som nært forbundet med å være nærværende, og er en dimensjon ved tilstedeværelse. En nærmere presentasjon av kategorien vil bli gitt nedenfor.

Anne forteller flere ganger under intervjuet hvor viktig tilstedeværelse er for å kunne komme i kontakt med sin kreativitet, fordi det handler om det som foregår i øyeblikket. *Kreativiteten*

eksisterer jo nå, her og nå. Så det er når jeg på en måte kommer tilstede i nuet, at denne kilden gir seg til kjenne. For Anne er tilstedeværelse en nøkkel til kreativiteten, det er da kilden gir seg til kjenne. Hun synes imidlertid det er vanskelig å sette ord på hva kilden er, men ved å aktivt jobbe med å være nærværende, får hun kontakt med kreativiteten. Jeg arbeider jo mye med å åpne denne kilden kan du si, gjennom nærværet (...) hvis jeg klarer å synke inn i den væren der, så kommer det plutselig opp noe.

Videre er det viktig å ha fokus på hvem kreativiteten tjener sier Anne. *En utfordring kan jo være å på en måte å være kreativ, å være med på en sånn måte som jeg er når jeg er kreativ, og samtidig å ha oppmerksomheten eller bevisstheten på at det er faktisk klienten sitt rom, klienten er i sentrum. (...) jeg kan jo bli for assosiativ, sånn at jeg kan komme til å overta.*

Marit definerer kreativitet som en form for tilstedeværelse, samtidig som kreativiteten er noe en må gjøre plass til, det kommer ikke av seg selv. *Altså for meg er det en type tilstedeværelse, og du må ha bevissthet på det som skjer i feltet (forstått som mellom henne og klient). Og ved at du har det og er tilstede, så vil kreativitet være en naturlig del av det. Altså det å holde på med å skulle lage rom eller plass for det. Marit bruker det hun fanger opp her og nå fra klienten og relasjonen aktivt i utforskningen med klient. Jeg tar det som er da. Det kan jo være alt mulig, altså hva er det som opptrer mellom oss da. Hva er det som blir figur for meg mellom oss.*

Elise opplever også at tilstedeværelse er veldig viktig i møte med klient. *Å praktisere med å være tilstede i seg selv er en veldig god forberedelse for å være en god terapeut (..), og er like viktig som å være tilstede for en annen person. Selv om hun ikke eksplisitt trekker paralleller mellom tilstedeværelse og kreativitet, gir helhetsinntrykket fra intervjuet et bilde av at det er en forbindelse mellom dem, blant annet snakker hun mye om begrepet utvidelse⁴. Dette begrepet har jeg valgt å forstå som nært knyttet til tilstedeværelse, da tilstedeværelse kan ses på som en kvalitet i utvidelsesbegrepet. En nærmere presentasjon av begrepet utvidelse vil bli gjort under kategorien ”å søke etter muligheter”.*

For Karin er også tilstedeværelse sentralt. Vanligvis pleier hun å innta en spørrende rolle med klient. Hun opplever seg som kreativ når hun endrer sin tilnærming ved å innta en mer aktiv form for tilstedeværelse, som å foreslå en øvelse med klient. *Jeg bruker min kreativitet når jeg ikke kommer noen vei, når min vanlige holdning og vanlige tilstedeværelse ikke hjelper oss videre. Da*

⁴ Min oversettelse fra engelsk. Originalord er ”expansion”.

må jeg tenke hva kan jeg gjøre som er annerledes? (...) Så jeg vil aktivisere meg litt mer, og det betyr at min tilstedeværelse er endret.

4.2.1 Å bruke seg selv

Et fokus på å lytte til seg selv, og å bruke seg selv i møte med klient synes viktig hos alle informantene. Ikke bare hode men også kropp og følelser ses på som viktige redskaper. De bruker gjerne seg selv som inspirasjon til å komme frem til en ny metode, for eksempel ved å lytte til egne ideer.

Flere informanter opplever at egen kropp er et sentralt verktøy i deres arbeid. For Anne er opplevelsen av å være kreativ forbundet med å være i nær kontakt med sin egen kropp, samtidig som intellektet også er involvert. *Kreativitet er jo knyttet til kroppen. Jeg opplever det som umulig å være kreativ uten å samtidig, altså du kan ikke bare være kreativ med intellektet. Det engasjerer hele kroppen.*

For Elise er kreativitet nært forbundet med å bruke hele henne selv. Hun bruker seg selv til å fange opp allsidigheten i det klienten bringer inn. *Først og fremst bruker jeg både kroppen og hodet aktivt.(...) Så kreativiteten består i å ikke bare bruke hodet mitt, til å jobbe med klienten, men å bruke alt som de bringer inn.(...) Så jeg tror kreativiteten kommer når jeg bruker alle dimensjoner av meg selv.* Marit har også et helhetsperspektiv på å bruke seg selv som et verktøy i arbeidet. *Jeg tenker jo at både følelsene mine, kroppen min og tankene mine er jo det verktøyet jeg bruker i møtet med andre.*

Det å bruke egne impulser i form av ideer eller intuisjon beskrives som kreativt av flere informanter. Anne opplever at hun gjennom en rådgivningstime ofte kan få ideer som hun kan foreslå for klienten. *Ja at det plutselig bare kommer som en sånn ide til at det kan vi gjøre! Og altså timer kan være fulle av sånne innfall da.*

Når Marit skal beskrive seg selv som kreativ trekker hun frem det å bruke intuisjon og å tørre å stole på egne impulser. *Sånn at jeg plutselig så at jeg kanskje mest intuitivt gjorde ting, altså sånn på impuls da. Og turte å følge impulsen.*

Karin beskriver hvordan hun velger å dele ideer hun får med klienten. *Ok, hva er det klienten trenger? Kan jeg foreslå noe? Jeg kan ha en ide, så i stedet for bare å holde den inni meg selv, kan jeg dele den med klienten.*

4.3 Å søke etter muligheter

Informantenes innstilling eller holdninger ble et viktig tema i analysen. Det å tenke utenfor boksen er en måte å beskrive denne kategorien på. "Å søke etter muligheter" handler om å se på rådgiving som et møte med mange mulige veier å gå for utforskning med klient. Informantene søker etter muligheter og er villige til å prøve nye tilnærminger eller metoder for å hjelpe klienten. Det innebærer også å være åpen for å skape nye metoder.

Anne har et syn på rådgiving som et skapende møte, blant annet fordi det handler om å skape nye perspektiver hos klienten. *Når mennesker kommer til rådgiving, så kommer de jo med (...) seg selv som et slags råmateriale. Og ut av det så skal det skapes noe nytt. I form av innsikter, erkjennelse, utvikling, bevissthet og oppmerksomhet.* Hun sier ikke at all rådgiving nødvendigvis er kreativ, men at det har et potensiale til å bli det. Det handler blant annet om de holdninger du går inn i møtet med. *Det er jo kreativt i den forstand at intensjonen med rådgiving er at det skal skapes noe nytt, men jeg tror vi kan ha ulike holdninger til det. Min innstilling er at jeg har en intensjon om å komme i kontakt med min egen kreativitet da. For å bidra til skapelsesakten.*

For Marit er det å ha en skapende holdning svært sentralt i hennes opplevelse av å være kreativ. *Det handler om å ha kraften og bevisstheten til å skape det du vil.* Marit legger vekt på å skape den metodikken som passer best for klient, uten å følge en ferdig oppskrift. *Jeg tror at hvis du forholder deg veldig mye til metodikk, så tror jeg du mister noe av kreativiteten. (...) Altså jeg lager metodikken der og da. Metodikken kommer i forhold til det mennesket som sitter der. Det er jo kombinasjonen vedkommende og meg, og det er ikke noe ferdig metodikk eller oppskrift som passer til det.*

Elise bruker ordet utvidelse hyppig, og bruken av begrepet fremtrer som komplisert. Med utvidelse forstås det her som å kunne ha et stort rom i bevisstheten til å se muligheter, noe som åpner opp for kreativiteten. Det er også en kvalitet i tilstedeværelse. Å praktisere utvidelse gir et potensiale for å skape nye ting. Begrepet kan forstås på flere måter, og det går utenfor denne oppgavens fokus og omfang å gå dypt inn i dette begrepet. Det er imidlertid en klar sammenheng mellom utvidelse og kreativitet, og jeg har derfor valgt å se på utvidelse ut ifra dette perspektivet. *Kreativitet handler om utvidelse. (...) Det å kunne utvide sin bevissthet til å se det du ikke en gang har vurdert som mulig. (...) Sånn at noe nytt kan komme inn, eller noe du ikke har prøvd i situasjonen før.* For Elise er det også veldig viktig å ha en fleksibel holdning til hvordan du velger å jobbe med klient, og at det å være en kreativ rådgiver handler nettopp om dette. *Så*

kreativiteten kommer i å velge riktig vei inn, slik at klienten kan utvikle seg, og ikke bare velge en fremgangsmåte bare så jeg kan bruke en bestemt teori. (...) Jeg mener at vi som terapeuter og rådgivere må være veldig, veldig fleksible, og ikke rigide i vår tilnærming.

Karin forklarer hvordan hun har en skapende holdning med at hun ser på rådgivningsmøtet som et mulighetsrom, der det ligger et stort potensiale. *Du kommer inn i rådgivningssituasjonen med holdningen om å være åpen til å være skapende. Jeg tror at det er en annen holdning enn bare å være behjelpelig. At det er.. okay, vi har et rom som er et slags mulighetsrom, hvor da jeg og klienten kan utforske noe, prøve å oppdage noe.* Karin trekker frem at det å ha en skapende holdning innebærer å ha tro på kreativiteten, ved at det finnes mange mulige måter å hjelpe klienten på, utover å bruke dialog. *Jeg tenker at du må ha den holdningen at kreativitet kan være behjelpelig, være helbredende. Jeg tror på det. At det finnes flere måter å hjelpe en klient på enn å bare snakke.*

4.4 Varierte tilnærminger og metoder

Denne kategorien handler om de tilnærminger og metoder som informantene bruker i møtet med klient. Sentralt i denne kategorien er at informantene varierer i hvordan de går frem i sin utforskning med klient. Med tilnærminger forstås et mer overordnet perspektiv på rådgivning, for eksempel en tradisjon eller skole innenfor faget. En informant forklarer hvordan hun endrer sin tilnærming når hun opplever at foretrukket måte å arbeide med klienten på, ikke fungerer. Med metoder forstås et verktøy som brukes i møtet med klient, for eksempel tegning eller aktiv lytting. En mulig metode kan både ta utgangspunkt i dialogen, for eksempel ved å ta tak i metaforer i språket, eller innebære å bringe inn et nytt element som tegning eller musikk. Mulighetene er mange, og i prosessen kan nye metoder skapes.

Anne bruker uttrykket kreative metoder, og på spørsmål om hva dette er svarer hun slik: *Å bruke maling skrijving, musikk, symboler og objekter. Alle de tingene hvor du bringer inn noen sånne medium. Språk er sentralt i Annes praksis, enten hun bruker noe hun selv har med seg inn i møtet, eller det er noe hun fanger opp av hva den andre sier som blir materiale. Anne kan også få ideen til og prøve ut en ny metode, for eksempel ved bruk av et objekt. Jeg er jo i utgangspunktet veldig opptatt av språkets metaforer og symbolikk, og jeg prøver å være oppmerksom på språket som de jeg møter har. (...) Altså jeg har diktet opp mange metoder jeg, teknikker som jeg bare har funnet på, bare foreslått til klient.*

Marit er opptatt av å skape metodikken i møtet. For henne er mulighetene mange, både elementer som er i rommet og i situasjonen kan brukes. Det handler om å ta tak i det som er

mest fremtredende der og da. *Det kan være alt mulig rart. (...) Det er vel det å følge impulser og (...) ha bevisstheten når du er tilstede. (...) Så da kan alt skje i forhold til å bruke kropp, å bruke farger, å bruke det som er i rommet.*

Elise har mye fokus på klienten sitt kroppsspråk i arbeidet. *Jeg ser mye på kroppsspråket som ledetråder, i forhold til hvordan jeg vil jobbe med dem, hva jeg vil ta tak i. I sine eksempler på fremgangsmåter bruker hun speiling av kroppsspråk, for eksempel ved å påpeke overfor en mann at han alltid bøyer hodet sitt når han snakker.*

Når Karin opplever at de ikke kommer noen vei i samtalen, kan hun foreslå å bruke andre tilnærminger enn dialog i rådgivningen. Hun beskriver hvordan hun endrer sin tilnærming ved å innta en mer aktiv rolle, og foreslå en metode for klienten. For Karin handler det om å hjelpe klienten til å få noe konkretisert. Hun kan foreslå for klienten at vedkommende for eksempel kan tegne sine følelser, hvis de er vanskelige å uttrykke verbalt. *Jeg søkte etter hva som kunne være et mulig middel til å hjelpe henne til å uttrykke seg. (...) Jeg bruker på en måte kreativitet til å konkretisere ting, handle og konkretisere. Å lage en skulptur, en tegning, bevege kroppen, det er andre elementer enn bare dialog.*

Anne påpeker imidlertid at å trekke inn andre verktøy i samtalen ikke passer for alle. Videre sier hun at dialogen i seg selv kan ses på som kreativ, rådgivningen kan være kreativ uten å for eksempel utforske ved hjelp av tegning. Hvis dialogen bringer med seg nye innsikter for klienten kan det ses på som kreativt i seg selv. *Samtalen kan være kreativ, det vi skaper sammen kan godt være kreativt, uten at vi bruker kreative metoder. Det er langt fra alle det passer for.*

Karin er tydelig på at klienten må få lov til å si nei hvis dette er noe de ikke ønsker å gjøre. *Jeg vil ikke prøve å påvirke en klient så mye at de tror at de må gjøre noe kreativt. Det er ikke min tenkning i det hele tatt.*

4.5 Opplevelser som inspirerer og utfordrer

Denne kategorien handler om opplevelser som er nært knyttet til kreativitet for informantene. For eksempel kan positive og negative følelser være tilstede, og spille inn på kreativiteten på ulike måter. I tillegg trekkes det frem hvordan det å jobbe med seg selv kan gi rom for kreativiteten. Jeg har valgt å ha med denne kategorien i presentasjonen av resultatene selv om en kunne si at den ikke svarer direkte på problemstillingen, da jeg mener den bidrar med viktig informasjon til helheten av informantenes forhold til egen kreativitet.

Alle informantene opplevde å ha positive følelser knyttet til å kjenne på egen kreativitet, noe de beskriver på ulike måter. Det synes som om positive følelser både kan fremme- og være et produkt av kreativitet. Anne nevner flere positive følelser, og for henne står en følelse av levendehet sentralt. *Jeg har jo beskrevet det litt tidligere, den levendeheten det er altså, slitenhet kan forsvinne, så det gir energi, engasjement, entusiasme, ømhet, kjærlighet.* Spesielt viktig for Anne var det hun beskrev som å være i en tilstand av nærvær i hjertet sitt. Hun beskriver en nærhet i hjertet som en måte å komme i kontakt med sin kreativitet på. Med hjertet forstås her en følelse eller tilstand av ømhet og empati. *Jeg erfarer at det er en kreativ kilde, og jeg opplever at den er knyttet til, altså den har en nær forbindelse til hjertet mitt. Att når jeg hviler og er tilstede og nærværende i hjertet mitt, så oppleves det som om det åpner seg en kilde som springer.*

Elise legger mye vekt på empati og godhet ovenfor klienten. Hun beskriver også denne holdningen som en kilde til arbeidet. *Når det kommer til stykket er det ikke noe som er viktigere enn kjærlighet og godhet, og respekt for mennesket. Og hvis jeg holder det, og det guider meg hele tiden i arbeidet (...) og fra det stedet kommer dette med la oss prøve det på denne måte, eller denne måte osv.*

For Marit er også opplevelsen av å være kreativ forbundet med positivitet, hun beskriver det som å være i en tilstand av flyt. *For meg tror jeg det handler mye om å være i flyt, det å være i kontakt med det kreative i meg.*

På den andre siden kan ulike negative følelser hos rådgiver virke hemmende for å benytte seg av sin kreativitet. Rådgivers trygghet i situasjonen er et eksempel på en slik følelse. I tillegg kan stress og følelsen av å ha lite energi påvirke opplevelsen.

Anne gir innsikt i hvordan hennes energinivå spiller en stor rolle for når hun opplever seg selv som kreativ. Prestasjonsangst er også en trussel for kreativiteten. *Når jeg er tappet så kjenner jeg meg ikke kreativ, det er akkurat som det trengs et lite overskudd til for å ta initiativ til å være kreativ da. Prestasjonsangst er en stor trussel, og stress.* Flere informanter forteller at det å være selvkritisk kan virke hemmende for kreativiteten. Anne beskriver hvordan hun har møtt barrierer i seg selv mot å benytte seg av sin kreativitet. *Jeg opplevde tidlig en veldig frykt, fordi jeg hadde aldri oppfattet meg selv som kreativ. (...) Jeg vet jo, er jo selv den som vet best om alle gangene jeg føler meg ukreativ, og ikke, altså stiller spørsmålstejn ved det jeg gjør og sier å, at den mer selvkritiske dimensjonen da.*

Å være trygg på seg selv er viktig for å kunne stole på kreativiteten. Utrygghet kan stenge av for opplevelsen av å være kreativ, og ønsket om å benytte seg av denne ressursen. Elise påpeker hvor viktig selvtillit er i jobben hun gjør. *Selvtillit er viktig. (...) Jeg har mer selvtillit nå, noe jeg ikke hadde da jeg var yngre, fordi jeg alltid var nervøs og selvbevisst. Og det stenger av for utvidelsen, for feltet.*

Karin opplever at hun som rådgiver må være villig til å ta en risiko for å kunne stole på kreativiteten, da det kan oppleves som risikofylt å foreslå noe nytt. *Jeg er veldig klar over at det er en del risiko. (...) Risiko ved å foreslå noe som klienten vil reagere på. (...) Jeg må stole på meg selv når jeg foreslår noe kreativt, og hvis jeg foreslår noe og klienten ikke vil gjøre det, må jeg ikke ta det personlig eller bli skuffet. Videre påpeker Karin at selvtilliten til å forslå noe kreativt har kommet med erfaring. Jo mer erfaring jeg har, jo raskere kan jeg være til å foreslå noe kreativt.*

For informantene er det å ha fokus på egen utvikling viktig for å fremme kreativiteten. Anne opplever at det å fornye seg selv, og få inspirasjon er et viktig grunnlag for hennes arbeid. Marit trekker frem hvordan det å jobbe med seg selv gjør at det åpnes opp en større mulighet for å kunne være kreativ i møte med klient, da du rydder plass i din egen bevissthet for det som skjer i øyeblikket. *Jeg kan by på min bevissthet, i og med at jeg stadig gjør en jobb med meg. Så lager jeg større plass til det som kommer her (rommet mellom oss). (...) Jeg tror det viktigste er at du har gjort et stykke arbeid med deg selv da, hvis ikke så tror jeg ikke du, jeg tror ikke det er noe som kommer til deg.*

I sin praksis jobber Elise mye med utvidelse som en prosess der klienten kan utvide sin bevissthet om hva som er mulig. Samtidig synes utvidelse også viktig for hennes egen tilgang på kreativitet. *Jeg jobber hele tiden med min utvidelse. Og på grunn av det får jeg tilgang til mye kreativ energi.*

4.6 Personer i relasjon

Denne kategorien handler om opplevelsen av at det kreative ikke kun eksisterer i rådgiver, men er noe som skapes i relasjonen. Det handler om at kreativitet foregår i samspill med klienten. Selv om rådgiver er initiativtaker og bærer ansvaret, må klienten også være åpen for å prøve noe nytt, eller til å bli med inn i det kreative rommet.

Anne beskriver hvordan hun opplever det kreative i relasjon med at både hun og klient bringer noe inn i møtet. Hun benytter metaforen leirklumper for å beskrive dette. *På en måte så tilfører vi jo begge et råmateriale, og deri ligger møtet. (...) hvis du tar leire da, så bringer vi en leirklump hver inn. Også i stedet for at vi sitter å lager hver vår figur, så holder vi på sammen med de figurene, men det er på en måte klienten som får siste ordet.* Hun illustrerer hvordan kreativiteten foregår i relasjon med at klientens innstilling til rådgivingen er viktig for opplevelsen av kreativitet. *Det skjer jo av og til det at folk er veldig tomme, og har en innstilling om at de vil ha et råd fra en ekspert, eller en "quick fix", og det kan oppleves utrolig ukreativt.*

Marit er veldig tydelig på at hun opplever kreativiteten som noe som foregår i møtet, eller i relasjonen mellom hun og klient. *Jeg tenker jo at kreativitet ikke oppstår andre plasser enn i relasjon. Altså når jeg maler bilder så oppstår det i relasjon med meg og lerretet, og i den flyten jeg da er i. Det er det som skjer med meg, og måten jeg kommuniserer med lerretet på. Sånn at jeg tenker at kreativitet er ikke noe du gjør alene.*

Elise opplever at kreativiteten ofte foregår i møtet. *Jeg føler at kreativitet ofte oppstår i gruppefeltet mellom to personer.* Elise vektlegger relasjonsaspektet i forhold til kreativitet. For henne er en gjensidig relasjon med klienten et viktig grunnlag for et kreativt møte, samtidig som hun er den som tar initiativ til å skape et kreativt klima. *Kreativiteten kommer som følge av en gjensidighet med klienten, men den er ikke så uttalt. Det handler om en delt energi, som jeg styrer på en kreativ måte. (...) Ved at jeg bygger et rom, en container, kan kreativiteten mellom oss åpnes opp.* Videre er kvaliteten på relasjonen med klienten viktig for å kunne skape et kreativt møte. *Hvis jeg skal skape et kreativt klima mellom oss, så må vi sammen ha en følelse av trygghet og avslapning.*

Karin vektlegger mer betydningen av sin egen kreativitet i møtet, enn at det er en relasjonell opplevelse. Samtidig sier hun også at prosessen er noe de gjør sammen, klienten må også være med. *Jeg har den holdning at jeg vil, jeg og klient sammen vil prøve å komme frem til en ny måte å være i verden på.*

5 Diskusjon

I analysekapittelet er kategorier som danner utgangspunkt for svaret på problemstillingen presentert, og i dette kapittelet diskuteres kategoriene sett i sammenheng med teori. Selv om diskusjonen hovedsakelig er organisert etter kategorier, henger de ulike temaene nøye sammen. Derfor er innhold fra andre kategorier også trukket inn i diskusjonen der det anses som relevant. Sammen mener jeg at det skaper en helhet i diskusjonen, der de ulike temaene kan sies å utfylle hverandre. I diskusjonen har jeg valgt å trekke inn endel perspektiver, selv om noen resultater nødvendigvis er utelatt. Det anses for å være mer berikende for temaet som jeg mener er lite utforsket fra før.

5.1 Tilstedeværelse som en nøkkel til kreativitet

Informantene trekker frem ulike forbindelser mellom kreativitet og tilstedeværelse. Ett samlende punkt synes å være at en opplevelse av kreativitet forutsetter tilstedeværelse. Hvis rådgiver ikke har sin oppmerksomhet på møtet og klienten, men sitter i egne tanker, blir kanskje muligheten for å være kreativ mindre. I samtale med klienten kan rådgivere oppleve å miste oppmerksomheten og falle inn i egne tanker, av ulike årsaker. Rådgivers tilstedeværelse kan da sies å være endret, og hun er kanskje ikke i stand til å møte klienten på en kreativ måte. For eksempel beskriver Anne dette ved at kreativiteten eksisterer her og nå. Ved å være i kontakt med nuet får hun tilgang til ideer og mulige tolkninger. I følge May (1975) forbindes kreativitet med å være i en tilstand av skjerpet bevissthet, en tilstand som krever både oppmerksomhet og engasjement hos rådgiver. At kreativiteten forutsetter en oppmerksomhet og et engasjement synes å være i tråd med informantenes opplevelse av at tilstedeværelse er sentralt. Under kategorien ”å søke etter muligheter” kommer det frem at Marit er svært opptatt av å skape sin tilnærming og metode tilpasset situasjonen og klienten. På denne måten blir kreativitet og tilstedeværelse uløselig forbundet ved at tilstedeværelse blir en nødvendig forutsetning for å kunne skape en fremgangsmåte tilpasset situasjonen.

Som introdusert i teoridelen, ble Hycner gjennom sitt møte med Reva klar over hvordan han ikke er tilstede med Reva, og at dette påvirker deres forhold negativt (Hycner, i Hycner & Jacobs, 1995). Reva opplever Hycner som å være mer tilstede i sitt eget hode enn med henne, og opplever ikke å få den relasjonen hun trenger (Hycner). Ut i fra dette virker betydningen av å være tilstede med klienten viktig for at han eller hun skal oppleve relasjonen med rådgiver som god (Hycner). Som eksempelet viser har rådgivers tilstedeværelse betydning for hvordan møtet mellom rådgiver og klient kan bli. Videre har kreativitet blitt sagt å oppstå i

tilknytning til et møte mellom mennesker⁵. Å være tilstede i det møtet kan da ha en nøye sammenheng med rådgivers opplevelse av å være kreativ. Hvis rådgiver er mer tilstede i sitt eget hode enn i møtet med klienten, kan det bli utfordrende å skulle møte klienten på en kreativ måte, noe informantenes vektlegging av tilstedeværelse kan sies å vise. Som Grendstad (1995) påpeker, så må en ofte være aktiv for å kunne gjøre oppdagelser.

Zinker (1977) forbinder også en kreativ rådgiver med å være tilstede i øyeblikket. Videre bruker han begrepet å være i en tilstand av flyt. Selv om kun én informant eksplisitt nevner flytbegrepet, er det interessant å se nærmere på dette begrepet. Flyt kan beskrives som den ultimate form for tilstedeværelse, der en er oppslukt av situasjonen, og glemmer alt annet (Csikszentmihalyi, 2003). Marit beskriver sin kreative opplevelse som å være i en tilstand av flyt, der fokuset er rettet mot møtet med et lerret eller klienten. Det virker nærliggende at flyt har en forbindelse med den kreative opplevelsen da en slik tilstand er preget av tilstedeværelse, men også av et sterkt engasjement, noe May (1975) trekker frem som en forutsetning for skapelse.

I teoriavsnittet ble Rogers' relasjonsbegreper presentert som sentrale prinsipper for hvordan rådgivere møter klient (Rogers, 1961). Begrepene omfatter empati, genuinitet og aksept. Disse begrepene ses på som viktige for å danne en trygg og god relasjon med rådgiver. Uten en trygg relasjon kan det være vanskelig å danne en skapende relasjon med klient. For at Rogers' prinsipper skal erfares av klient synes det viktig at rådgiver er tilstede. Det blir vanskelig for rådgiver å gi uttrykk for disse punktene uten å være oppmerksom i møtet.

Karin forklarer hvordan hun opplever en endret tilstedeværelse når hun er kreativ, i form av at hun blir mer aktiv i møtet med klient. *”Så jeg vil aktivisere meg litt mer, og det betyr at min tilstedeværelse er endret”*. Hun kan foreslå en ny metode for en klient, for eksempel at han eller hun skal tegne ned følelser som er vanskelig å uttrykke verbalt. Vanligvis foretrekker Karin å ha en lyttende og spørrende tilnærming til klient. Når Karin aktiviserer seg mer ved å foreslå en ide til en metode, kjenner hun seg kreativ. Her blir aktivitet i form av å komme med forslag til noe de kan gjøre sammen, forbundet med kreativitet, i motsetning til å lytte og stille spørsmål. I dette ligger det at tilstedeværelse kan oppleves ulikt avhengig av hva slags fokus rådgiver har i øyeblikket. May (1975) trekker som tidligere nevnt engasjement frem som et

⁵ Se blant annet under kategorien ”I relasjon” og May (1975).

viktig stikkord i tilknytning til kreativitet. Kanskje har engasjement en forbindelse med aktivitetsform, ved at økt aktivitet kan oppleves som mer kreativt.

5.2 Kunsten å bruke seg selv

Kvalsund og Allgood (2005) mener det ikke er tilstrekkelig for rådgivere å ha kunnskap om teori og metode, men at det også er nødvendig å kunne være seg selv, og å kunne bruke seg selv som person i møte med klient. Med begrepet ”å bruke seg selv” forstås i denne oppgaven å lytte til hele seg og bruke denne informasjonen i møte med klient. Dette berører direkte de følelser og tanker rådgiver har i øyeblikket, men også indirekte de erfaringer rådgiver har med seg. Å bruke seg selv ble presentert som en delkategori under tilstedeværelse. I den foregående diskusjonen ble det påpekt hvor viktig det er at rådgiver er tilstede med klient, og hvordan tilstedeværelse i møtet er nært forbundet med kreativitet hos informantene. Den videre diskusjonen kan ses i forlengelse av denne, da det å bruke seg selv også handler om tilstedeværelse i øyeblikket.

I tilknytning til tilstedeværelse er det like viktig for rådgivere å være tilstede i seg selv, som for en annen, påpeker Elise. Videre trekker både hun og andre informanter frem hvordan de bruker flere dimensjoner ved seg selv i sitt arbeid. Både egen kropp og egne følelser ses på som viktige redskaper i tillegg til intellektet, og er forbundet med det å kunne være kreativ. Zinker (1977) påpeker hvordan en holdning om å bruke seg selv i møtet med klient er sentralt i tilknytning til rådgiveres kreativitet. Han velger å ikke utdype dette nærmere, men det er mulig å tenke seg til en grunn til hvorfor dette kan være sentralt. Ved at rådgiveren velger å benytte seg av flere sider ved seg selv, og se på disse som nyttige verktøy, kan det gi tilgang på flere ressurser i møte med klient, noe som kan gi et godt grunnlag for å få ideer til mulige veier å gå, eller til å kunne skape en helt ny metode. Som Gulbrandsen (2001) påpeker får en informasjon gjennom ens sanser, og at disse nettopp kan gi opphav til indre bilder og ideer. Videre mener han at det å lære seg å bli oppmerksom på, og bruke egne sanseintrykk, er en måte å utvikle en selv og ens egen kreativitet på.

Ifølge Zinker (1977) kjennetegnes en kreativ rådgiver av å være oppfinnsom. Å være oppfinnsom kan ses i sammenheng med det å få ideer eller plutselige innfall. Flere av informantene beskrev hvordan de opplevde seg som kreative når de fikk ideer til hvordan de kunne hjelpe klienten. Anne: ”*ja at det plutselig bare kommer som en sånn ide til at det kan vi gjøre!*” Å velge å benytte seg av egne ideer er en måte å bruke seg selv på, og ses på som

kreativt av flere av informantene. Det er også tidligere blitt pekt på at ideer i seg selv er en form for skapelse (Gulbrandsen, 2001).

Hva så med intuisjon? Intuisjon eksisterer som et potensial hos alle i følge Vaughan (1979) hvis en lar den komme til seg og stoler på dens visdom. Det er ikke et fokus i denne oppgaven å definere hva intuisjon er, imidlertid kan det sies at dette er et begrep som alle har et forhold til (Vaughan). Marie beskriver hvordan hun observerte hos seg selv at hun gjorde ting intuitivt. Det å tørre å stole på egen intuisjon var en viktig faktor i å kunne oppleve seg selv som kreativ. Videre peker Zinker (1977) på betydningen av å ha erfaring. En rådgivers kreativitet er avhengig av erfaringen hun har opparbeidet seg i sitt fagfelt. Den kunnskapen og erfaringen hun har gjort er det som danner bakteppet for de ideer og assosiasjoner hun får i møte med klient. Ut fra dette perspektivet kan informantenes opplevelse av plutselige innfall tilskrives en opparbeidet kunnskap som ikke nødvendigvis trenger å være bevisst. Under kategorien ”opplevelser som inspirerer og utfordrer” beskrives hvordan Karin opplever at hennes erfaring har betydning for å foreslå en kreativ øvelse; *”jo mer erfaring jeg har, jo raskere kan jeg være til å foreslå noe kreativt”*.

Videre kan det være interessant å se nærmere på begrepet personlig kompetanse. Personlig kompetanse handler i følge Skau om: *”hvem vi er som personer, både overfor oss selv og i samspillet med andre”* (Skau, 2011, s.60). I yrker der arbeidet har fokus på relasjoner med andre er personlig kompetanse sentralt for hvordan en lykkes med både de praktiske og teoretiske yrkeskunnskaper en har. En av faktorene som omfattes av personlig kompetanse som Schau lister opp er ”å bruke seg selv”. Å bruke en selv berører hele ens praksis, fordi den personlige kompetansen alltid er en del av en selv (Skau). Det synes sannsynlig at våre erfaringer alltid er en del av de ideer og følelser en får i møte med andre. Kanskje kan kreativitet i rådgivning forstås som et uttrykk for en personlig kompetanse, der rådgiver ved hjelp av et sammensatt bilde av egen person og egne erfaringer jobber på en kreativ måte.

5.3 Å se på rådgivning som et mulighetsrom

Uttrykket ”å søke etter muligheter” sikter til det å være åpen for ulike måter å hjelpe klient på. Det kan omfatte både det å benytte seg av allerede kjente verktøy, eller å foreslå noe nytt basert på egne ideer. Å søke etter muligheter kan sies å være en holdning som informantene forbinder med kreativitet. Dette omfatter blant annet å ha en skapende holdning, og et fokus på utvidelse av bevisstheten, som er diskutert nedenfor.

En skapende holdning kom frem som et sentralt tema i denne kategorien, da det er en holdning som deles av flere av informantene. Karin beskriver en skapende holdning blant annet med å se på rådgivningen som et mulighetsrom, der det er et potensial for å skape noe. *”Du kommer inn i rådgivningssituasjonen med holdningen om å være åpen til å være skapende”*. Å se etter muligheter innebærer med dette ikke bare å benytte seg av allerede kjente metoder, men å være villig til å finne opp noe nytt for å hjelpe klienten. May (1975) har pekt på hvordan alle yrker krever et visst skapende mot. Kanskje kan dette også ses på som en nødvendig drivkraft, som driver et fagfelt i videre utvikling. Kreativitet blir, som nevnt i teoridelen, ofte forbundet med skapelse (May), det å skape et kunstverk, eller en ny oppfinnelse. Å våge å skape synes å være sentralt i informantenes opplevelse av kreativitet i sin praksis. Det kan være en ny metode, eller å skape en ny vending i samtalen. Grendstad (1995) snakker for eksempel om det kreative dilemma, en måte å stille spørsmål på som får lytteren til å tenke, og som kan åpne opp for nye oppdagelser om en selv. Det som skapes kan være et spørsmål som bidrar til en ny innsikt for klient, noe blant annet Anne under kategorien *”varierte tilnærminger og metoder”* påpeker. Hun sier at samtalen i seg selv kan være kreativ, uten å trekke inn kunstneriske uttrykksformer.

Elise bruker begrepet utvidelse. Som nevnt i teoridelen forstås dette begrepet i denne oppgaven som å ha et *”stort rom”* i bevisstheten, noe som kan åpne opp for et perspektiv på muligheter. *”Det å kunne utvide sin bevissthet til å se det du ikke en gang har vurdert som mulig”*. Utvidelsesbegrepet blir en måte å beskrive den kreative prosessen hos rådgiver, og kan ses i sammenheng med May (1975) sitt tidligere omtalte begrep om økt bevissthet. Utvidelse slik det her beskrives, kan ses på som en form for økt bevissthet.

Positiv psykologi har vokst frem som en tradisjon innenfor psykologi, som fremhever betydningen av å ha fokus på klientens ressurser og styrker som en viktig del av en persons liv, og som en vei til lykke (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000) Den har kommet som en motreaksjon på et ensidig fokus innenfor psykologifaget på sykdom og lidelse (Seligman & Csikszentmihalyi). Blant annet er fokuset rettet mot klientens positive følelser erfart i øyeblikket, og viktigheten av flytopplevelser og glede (Duckworth, Steen, & Seligman, 2005). Disse kjennetegnene ved positiv psykologi kan ses i sammenheng med kreativitet. Kreativitet er forbundet med positivitet, engasjement, (Levine, 2001; May, 1975; Zinker, 1977) og ikke minst flyt (Csikszentmihalyi, 2003; Zinker, 1977). Å søke etter muligheter slik kategorien

fremtrer i denne oppgaven, kan sies å være en tilnærming som er i tråd med positiv psykologi. Rådgiver søker etter muligheter som kan være til hjelp for klienten ved å ha fokus på personenes ressurser, i stedet for å ha et ensidig fokus på hans eller hennes utfordringer. Hvis klienten for eksempel bare repeterer den samme tankegangen, som Karin påpeker⁶, kan en metode som innebærer å bevege kroppen hjelpe klienten til å uttrykke seg på en annen måte. ”Kreativitet er voksnes lek”⁷, sier Anne. Det å ha fokus på kreativitet i rådgivning innebærer å ha fokus på klientens utforskningsmuligheter, og hvordan de selv kan komme i kontakt med sin egen kreativitet. Som Elise beskriver er et viktig fokus i rådgivning å åpne opp for klientens egen bevissthetsutvidelse.

Både Elise og Marit påpeker at det å ha en fleksibel holdning til hvilken fremgangsmåte en skal velge er viktig, og at det er noe som bidrar til at de opplever seg selv som kreative. Samlet sett kan en si at det å ”søke etter muligheter” er noe som hos alle informantene bidrar til at de opplever seg selv som kreative. Dette kan ses i sammenheng med å vektlegge åpenhet og en eksperimenterende fremgangsmåte i møte med klient (Zinker, 1977). En felles faktor er kanskje det å se på rådgiving som en utforskningsprosess der det er mange veier å gå for å komme frem til ”målet”. Videre kan klientens beste sies å være i fokus, når informantene har en åpen innstilling til hvordan en skal gå frem i møte med klient. Det synes som om rådgivere må tørre å utfordre seg selv, skal de våge å utfordre klienten. Det handler om å våge å bruke fantasien og tenke nytt (May, 1975). Det kan utvilsomt oppleves tryggere å holde seg til velkjente metoder og tilnærminger, men er det nødvendigvis til klientens beste? Som individ kan en ha ulike preferanser for hvordan en liker å uttrykke en selv (Gulbrandsen, 2001) Det å kunne tilby varierte uttrykksmåter kan være viktig for at klienten kan finne ”sitt” verktøy å uttrykke seg med (Gulbrandsen).

5.4 Betydningen av å ha en skapende holdning

Under kategorien ”varierte tilnærminger og metoder” ble det trukket frem hvordan informantene forbinder kreativitet med det å variere med hvilke tilnærminger og metoder de møter klientene med. Som det ble diskutert i forrige avsnitt er det å ha en skapende holdning sentralt, og informantene har et fokus på å kunne skape nye fremgangsmåter i situasjonen, for å hjelpe klient på best mulig måte. Med metoder siktes det til en konkret handling, for

⁶ Ikke nevnt i analysekapittelet.

⁷ Ikke nevnt i analysekapittelet.

eksempel bruk av tegning. Med tilnærming menes det en mer overordnet fremgangsmåte, for eksempel gestaltrådgivning.

Elise er som tidligere nevnt opptatt av å ha en fleksibel holdning til hvordan en skal gå frem i møte med klient. Elise beskriver hvordan hun bruker klientenes kroppsspråk som en inngang til hvilken tilnærming eller metode hun skal benytte seg av. ”*Jeg ser mye på kroppsspråket som ledetråder, i forhold til hvordan jeg vil jobbe med dem*”. Grendstad (1995) påpeker hvordan en uttrykker seg gjennom kroppen. Et eksempel på dette er følelser. Hva som skjer kan bare personen selv vite, men at det skjer noe er synlig for andre (Grendstad). Anne på sin side vektlegger klientens språk som en inngangsport til hvordan hun vil jobbe med klient. Hun er for eksempel opptatt av språkets metaforer. Gjennom klientens språk kan rådgiver få tilgang til nøkkelord om hva som er klientens utfordringer. Dette kan være såkalte åpninger til utforskning med klient (Flaherty, 2010). Et samlende trekk ved Elise og Annes fokus er å forsøke å finne sin fremgangsmåte ut i fra hva som synes mest tilpasset klientens behov der og da.

Tidligere ble en skapende holdning diskutert, denne diskusjonen går nærmere inn på det å skape metoder forbundet med kunstuttrykk. For Karin innebærer en skapende holdning blant annet å ha tro på kreativiteten, ved at det finnes andre måter å hjelpe klienten på utover å benytte seg av dialog⁸. Her forbindes kreativitet som tidligere nevnt med det å benytte seg av andre tilnærminger enn dialog, og det er sentralt å ha tro på disse metodenes evne til å hjelpe klient for å velge å benytte seg av dem. Informantene opplever det som kreativt å trekke inn metoder inspirert av kunstformer, noe som nevnt i teoridelen kan sies å samsvare med en dagligdags forståelse av kreativitet, der kunst og kunstnere forbindes med kreativitet. Både Karin og Anne nevner kunstneriske øvelser som tegning og poesi, som mulige metoder å foreslå for klient. Karin sier hun bruker kunstuttrykk til å hjelpe klienten med å få noe konkretisert. Dette kan ses i sammenheng med hvordan kunst kan være en støtte når klienten har vanskelig for å uttrykke seg verbalt, eller står fast (Allgood & Svenningsen, 2008; Levine, 2001). Kunstneriske uttrykksmåter gir en form, en tryggere måte å uttrykke sine følelser på, og kan være en viktig komponent i en utviklingsprosess. I tillegg blir kunst forbundet med en terapeutisk effekt (Levine, 2001). Det å hjelpe klienten med å finne sin uttrykksform (Gulbrandsen, 2001), kan også ses som en viktig faktor for å trekke inn

⁸ Se under kategorien ”å søke etter muligheter”.

kunstuttrykk i rådgivning. Et mål innenfor rådgivning har blitt beskrevet som å hjelpe klienten til økt selvinnsett og utvikling (Ivey, et al., 2010). Å benytte kunstneriske uttrykksformer synes å kunne være et godt bidrag i en slik prosess.

5.5 Hvor er jeg i møte med deg- betydningen av egne følelser og opplevelser

Positive følelser var knyttet til den kreative opplevelsen for informantene. Både Anne og Elise trakk frem empati for klienten som en viktig komponent. Elise omtaler forbindelsen mellom empati og kreativitet som at empati kan være kilden som gir inspirasjon til utforskning. En mulighet er å se dette i sammenheng med Mays (1975) forbindelse mellom engasjement og det å være kreativ. Kanskje kan det å kjenne på empati vekke et engasjement hos rådgiver, noe som gir en økt oppmerksomhet til å se muligheter.

Videre må en akseptere klientens grenser, og ikke ta et nei personlig, påpeker Karin. En kan bli skuffet hvis klienten sier nei, eller ikke ønsker å gjøre noe rådgiver foreslår. Zinker (1977) beskriver en kreativ rådgiver nettopp som en som er villig til å ta en risiko, på noe som kan oppleves som ukjent og mer utrygt for begge parter. Det synes imidlertid viktig at både rådgiver og klient kjenner på egen grenser. Videre påpeker Anne at det ikke er alle klienter det passer å bruke kunstnerisk inspirerte metoder med, da det ikke er noe de nødvendigvis finner mening i. Selvtillit ble av flere av informantene trukket frem som sentralt i forhold til å våge å tenke nytt, og det synes som om selvtillit kan åpne opp for større mulighet til kreativitet. På samme måte beskriver Elise hvordan det å være nervøs og kanskje selvkritisk, stenger av for egen utvidelse, et tidligere omtalt begrep. En mulig måte å se dette på kan være at selvkritikk kan gjøre en mer fokusert på seg selv, i stedet for å ha oppmerksomheten i møtet med klient. Det å være selvkritisk i forhold til egen kreativitet kan også hindre en i å våge å prøve noe ukjent. Her kan det trekkes en parallell til en tidligere diskusjon om erfaring. Det å ha erfaring innenfor rådgivning kan kanskje bidra med trygghet, for eksempel påpeker Karin at hennes selvtillit i forhold til å være kreativ i møte med klient har kommet med økende erfaring.

Det er viktig at rådgivere blir kjent med seg selv og har selvinnsett for å kunne hjelpe andre, fordi det er vanskelig å utelukke den subjektive opplevelsen fra møtet med den andre (Kvalsund, i Allgood & Kvalsund, 2005). Marit mener det å jobbe med seg selv er viktig, og trekker en parallell til kreativitet ved at ved å jobbe med en selv, så ”rydder en plass” til det som foregår i øyeblikket. Når du kjenner deg selv kan du bli mindre styrt av dine ubevisste,

eller fortrenge sider, påpeker Kvalsund (Allgood & Kvalsund, 2005). Å kjenne seg selv kan ses i sammenheng med det å ha makt. Ett eksempel på hvordan rådgiver kan bli styrt av egne behov er å innta en ekspertrolle, å ikke være klar over den dynamikken som kan oppstå ved å være eksperten som hjelper, kan få konsekvenser. (Kvalsund). Som Anne påpeker er det viktig å være bevisst på hvem kreativiteten tjener. Det kan ubevisst være rådgiverens egne behov som er i fokus, fremfor hva som er klientens beste (Kvalsund)

5.6 Kreativitet i relasjon

Kategorien personer i relasjon, handler om informantens opplevelse av at kreativitet ikke er noe som ensidig skapes av rådgiver, men er noe som blir skapt i møtet med klient. Det er en opplevelse av at kreativitet oppstår i møtet med noe, og at samspillet med klient derfor kan ha en betydning for hvorvidt informantene kjenner seg som kreative i rådgivningssamtalen.

I kommunikasjonen som foregår i møtet oppstår kreativiteten. Møtet mellom rådgiver og klient gir et fundament for informantens opplevelse av egen kreativitet. Anne forteller hvordan hun opplever kreativitet i relasjon ved at både hun og klient bringer noe inn i møtet. Videre forklarer Marit møtet slik: *”Det er det som skjer med meg, og måten jeg kommuniserer med lerretet på. Sånn at jeg tenker at kreativitet er ikke noe du gjør alene”*. Selv om hun bruker eksempelet lerret, overfører hun dette til et møte med klient. Det er kommunikasjonen mellom rådgiver og klient som kan danne grunnlaget for den kreative inspirasjonen som rådgiver får, og forklarer en side ved hvordan informantene opplever sin kreativitet i møte med klient. May (1975) kan sies å støtte opp under dette synet når han trekker frem at et kjennetegn ved en kreativ prosess er at den alltid oppstår i møtet med noe. Rådgivers kreativitet i møtet er et produkt av det samme møtet. Personer i relasjon beskriver hvordan mennesker er avhengig av hverandre, da en lever i relasjoner, og skaper en selv gjennom dem (Macmurray 1957/1991; 1961/1991, omtalt i Allgood & Kvalsund, 2005). Macmurray (1999) går så langt som å si at selvet kun eksisterer i en relasjon med den andre. Denne forståelsen kan ses i sammenheng med hvordan kreativitet kan erfares som forbundet med et møte. Når personer erfarer seg selv gjennom relasjoner med andre, vil det å være i et møte med en annen kunne gi grobunn for egne tanker og følelser.

At mennesker er gjensidig avhengige av hverandre beskriver hvordan en får forståelse av en selv og omgivelsene gjennom kontakt med andre (Allgood, i Allgood & Kvalsund, 2005). Et møte med en annen blir på denne måten nærmest en forutsetning for å kjenne på egen

kreativitet. Anne beskriver hvordan møtet med en klient som vil ha en "quick fix" eller en ekspert, kan oppleves ukreativt, og med det legge en demper på møtet. Eksemplet kan sies å illustrere hvordan klienten er en bidragsyter til den kreative opplevelsen som rådgiver erfarer. Levine (2001) bruker uttrykket "å bringe gaver til festen"⁹, som beskriver hvordan begge parter bringer noe inn i møtet, og hva de bringer inn er betydningsfullt for hvordan møtet blir. Anne kan også sies å peke på denne felles delingen når hun bruke metaforen leirklumper; "*På en måte så tilfører vi jo begge et råmateriale, og deri ligger møtet*". Ut fra diskusjonen kan det synes som om rådgiveres kreativitet ikke er et sololøp, men skapes i en relasjon med klient.

Kvaliteten på møtet, eller den relasjon som eksisterer mellom rådgiver og klient virker betydningsfull. At kun et møte finner sted synes ikke tilstrekkelig ut fra informantenes beskrivelser av kreativitet som i relasjon. Tidligere er Rogers' (1961) relasjonsbegreper empati, kongruens og aksept trukket frem som sentrale for å kunne danne en trygg og hjelpende relasjon med klient (Rogers). Et helhetsinntrykk fra intervjuene er at informantene har et ønske om å skape en trygg og god relasjon med klient, der det er rom for et kreativt klima. Selv om informantene er initiativtakerne, må likevel klienten ønske å være med i utforskningen som rådgiver foreslår, enten det er gjennom dialog eller en mer kunstinspirert metode, for at dette skal finne sted. Da synes trygghet i relasjonen essensielt. Elise snakker om betydningen av å bygge et rom, eller en container, der kreativiteten mellom henne og klient kan åpnes opp. Nødvendigheten av å kunne skape et trygt klima har blitt trukket frem innenfor grupperådgivning (McClure, 2005), for eksempel ved at gruppeleder regulerer gruppens spenningsnivå gjennom å utfordre og omslutte gruppen, alt etter hva som kan være behovet der og da. Ifølge McClure (2005) er det å skape en container, eller et omsluttende miljø, en viktig del av det å sikre gruppens trygghet, og gjøre det lettere for gruppelemmene å ta større risikoer for sin egen utvikling. En parallell kan trekkes til individuell rådgivning, da rådgivers evne til å skape en trygg container for klient synes like viktig, med tanke på å skulle foreslå øvelser for klient som kan oppleves som risikofylte. En trygghet må være tilstede, noe som også kan gjøre det mulig å utfordre klienten. Spenningen mellom trygghet og utfordring ligger først og fremst i rådgiverens hender.

⁹ Egen oversettelse fra engelsk. Originaluttrykk: Bringing gifts to the feast.

Når informantene vektlegger trygghet i relasjonen kan det også ses i sammenheng med bruk av makt, da klientens medbestemmelsesrett og perspektiv er viktig. I alle relasjoner finnes det et element av makt, som kan være både av positiv og negativ art (Allgood & Kvalsund, 2003). Å være i en relasjon innebærer også en maktrelasjon, og det er viktig at rådgiver blir bevisst den makten hun tillegges (Allgood). Det synes viktig at rådgiver kommuniserer tydelig til klient at en øvelse kun er ment som et forslag. På den måten får klienten makt til å si nei. Videre så kan det å utfordre klienten ved å foreslå en øvelse innebære positiv bruk av makt ved at øvelsen kan hjelpe klienten til å innse den makten vedkommende selv har i sitt eget liv, i form av at de kan bruke sin egen kreativitet til å komme seg videre. Som Levine (2001) påpeker har alle mennesker et potensiale til å ha et perspektiv på skapelse av sitt eget liv. Det kan sies at det å ha kontakt med ens kreativitet er erfaring av å ha makt i eget liv.

6 Avslutning

Hensikten med denne studien har vært å belyse kreativitet innenfor rådgivning ved hjelp av problemstillingen: *"Hvordan opplever rådgivere seg som kreative i møte med klient?"* Resultatet fra analysen består av fem hovedkategorier: "Tilstedeværelse", "Å søke etter muligheter", "Varierte tilnærminger og metoder", "Opplevelser som inspirerer og utfordrer", og "Personer i relasjon". Kategorien "Å bruke seg selv" er plassert som en delkategori under tilstedeværelse. De ulike temaene ses på som nært forbundet, og gir sammen en bred forståelse av rådgiveres opplevelse av egen kreativitet. I dette kapitlet vil jeg se nærmere på betydningen av denne studien og noen oppsummerende kommentarer, begrensninger ved forskningen, samt implikasjoner og ideer for fremtidig forskning.

Kreativitet synes å kunne gi rådgiver tilgang på mange ressurser, både hos seg selv og andre, ved å innebære et fokus på å åpne opp for å ta ressursene i bruk. Det gjør rådgiver i stand til å benytte et mangfold av verktøy, og på den måten kunne møte klient på en åpen og tilpasset måte. Kreativitet synes da viktig for å kunne finne løsninger som er tilpasset klienten, da det kan åpne opp for en rikdom av muligheter. I diskusjonen ble det trukket frem hvordan informanter kan foreslå kunstneriske verktøy som tegning for å hjelpe klienten til å uttrykke seg bedre, og bidra til å konkretisere noe for seg selv, hvis dialogen står fast. Å være åpen for å skape eller benytte en metode, som kan sies å være tilpasset klienten der og da, synes derfor som et verdifullt perspektiv for rådgivning, såvel som i andre hjelperelasjoner. Her kan en også spørre seg om åpenhet er tilstrekkelig, og om kreativitet i rådgivning også forutsetter en interesse for temaet, og kanskje også noen evner hos personen? Kreativitet i hjelperelasjoner slik det kommer til uttrykk i denne studien, kan sies å anerkjenne ikke-verbale måter å uttrykke seg på, og hvordan disse kan spille en viktig rolle i klientens utvikling.

Videre er et gjennomgående tema i studien betydningen av rådgivers holdninger i møte med klient. Informantene fremstår med en holdning om at tilstedeværelse er viktig, og tilstedeværelse kan kanskje ses på som en egenskap nært forbundet med kreativitet, støttet av blant annet Zinker (1977). Videre er kreativitet i form av en åpen og fleksibel innstilling, der en også åpner opp for å skape nye metoder, en holdning som synes å være i tråd med et fokus på klientens behov. Av videre betydning kan dette være holdninger eller egenskaper som trengs i møte med mennesker i andre hjelperelasjoner og i organisasjoner for øvrig. Et fokus på muligheter og ressurser kan også ses i sammenheng med fremveksten av positiv psykologi,

som ble presentert i diskusjonen. I senere tid har det vært en omtale i media om den økende utbredelsen av kognitiv terapi i Norge og andre land, en utvikling som er omdiskutert¹⁰. Den kognitive tradisjonen er også den mest brukte innenfor rådgivning i blant annet USA (Ivey, et al., 2010). Denne studien kan ses i sammenheng med denne diskusjonen ved å vise til verdien av å ha et åpent perspektiv på hvordan en skal gå frem i møte med klienter, selv om bruk av kognitiv terapi nok også kan innebære å trekke inn metoder og tilnærminger fra andre tradisjoner. Imidlertid kan det tenkes at et perspektiv på kreativitet kan være nyttig for hjelpere som jobber mye innenfor en tradisjon, som den kognitive.

I studien har relasjonen mellom rådgiver og klient blitt belyst på flere måter, og samlet sett virker derfor relasjonen av betydning. Et gjennomgående trekk kan sies å være at relasjonen mellom rådgiver og klient er viktig for muligheten til å finne kreative løsninger. Dette kan utdypes gjennom opplevelsen av at kreativitet foregår i et møte, der begge parter må være delaktige og engasjerte i utforskningen. For eksempel kan dette sies å illustrere det nære båndet mellom rådgiver og klient som personer i relasjon - i et gjensidig påvirkende forhold (E. Allgood & Kvalsund, 2005). I dagens samfunn kan det sies å være et fokus på teamarbeid. Det eksisterer også en forståelse av at det å arbeide sammen kan gi bedre resultat enn hva gruppe medlemmene kan oppnå individuelt, også hva gjelder kreativ tenkning (Lerdahl, 2007). Resultat fra denne studien kan sies å støtte opp under en slik forståelse ved å vise til betydningen av å være i et samspill for det kreative potensialet. Her kan det også trekkes en parallell til forståelsen av at "helheten er mer enn summen av delene" (Clarkson, 2009) Videre er trygghet et viktig stikkord, som ligger som en forutsetning for å kunne åpne opp rom for kreative løsninger med klient, der klienten tør å utfordre seg selv.

Som en oppsummering kan det trekkes en parallell til innledningen, der kreativitet som en verdi i rådgivning ble beskrevet som en bakgrunnsforståelse for studien. Denne antakelsen kan sies å bekreftes ut fra den betydningen som kreativitet har, sett med denne studiens øyne. Denne studien har vist hvordan rådgivere opplever kreativitet, noe som kan være et utgangspunkt for fremtidig forskning. Kreativitet hos rådgivere har blitt utforsket på bakgrunn av informantenes beskrivelser, sett i sammenheng med teori. Resultatene fra analysen kan sies å være i tråd med teori benyttet i denne studien. Selv om jeg er klar over betydningen av at jeg som forsker anvender teorien, synes det likevel å være likhetstrekk. Betydningen av denne

¹⁰ Se Morgenbladet, 9-15 mars 2012. Årgang 193, Nr.10.

studien kan oppsummeres i en synliggjøring av at forskning på rådgivers kreativitet kan være et interessant og nyttig tema å forske videre på.

6.1 Avsluttende kommentarer

Gjennom studien har jeg fått en utvidet forståelse av kreativitet hos rådgivere. Her vil jeg også nevne at jeg gjennom prosessen har oppdaget at jeg har gått litt bort fra Zinkers (1977) begrep ”den kreative rådgiver”. Mitt fokus har endret seg, ved at jeg i økende grad ser temaet ut fra at alle mennesker har et kreativt potensiale (Levine, 2001), en prosess som har gått over tid. Denne endringen har gitt grobunn for å åpne opp for et syn på mangfold, eller nyanser, fremfor en enten/eller-tankegang. Med det har jeg også etter hvert begynt å forholde meg mer til begrepene ”kreativitet i rådgivning”, eller ”kreativitet hos rådgivere”, selv om jeg ikke ønsker å forkaste ideen om ”den kreative rådgiver” helt.

Jeg har også lyst til å nevne hvordan tilstedeværelse i studien trer frem både som en forutsetning og som nærmest synonymt med en kreativ opplevelse. Dette kan sies å samsvare med slik kreativitetsbegrepet ble introdusert i innledningen, som et begrep med mange fasetter, men som kan forsvinne litt mellom fingrene når en prøver å se nærmere på betydningen av ordet. Til tider synes informantene også å legge ulike elementer i kreativitet, alt etter hvilken kontekst det er snakk om.

Videre finner jeg det spesielt interessant hvordan rådgivers kreativitet er forbundet med et møte mellom klient og rådgiver, og betydningen av kvaliteten på møtet for rådgivers opplevelse av egen kreativitet. Det er tidligere blitt påpekt at det å skape en metode tilpasset situasjonen kan være til stor hjelp for klient. Dette er et tema som jeg mener fortjener oppmerksomhet, fordi det vitner om en fleksibilitet hos rådgiver som synes viktig i rådgivning. Videre ønsker jeg å trekke frem rådgivers holdninger som et interessant tema. Rådgivers holdninger har i studien blitt belyst som sentralt for den kreative opplevelsen, og har blant annet blitt beskrevet gjennom å ha en skapende holdning. Kanskje kan holdninger ha en effekt på rådgiveres opplevelse av kreativitet? Forbindelsen mellom holdninger og kreativitet peker mot at de holdningene en har kanskje både bevisst og ubevisst kan bidra til å åpne opp eller stenge av for de mulighetene en har i møte med klient.

6.2 Begrensninger ved studien

Generalisering er ikke et mål ved bruk av kvalitativ metode, og det er heller ikke mulig å direkte overføre denne studien som baserer seg på fire informanter, til lignende kontekster (Postholm, 2010). Imidlertid kan studien være til inspirasjon og et utgangspunkt for fremtidig forskning, og kan, avhengig av leseren, ha en grad av overførbarhet¹¹ til lignende situasjoner. Videre vil jeg også trekke frem den nærheten jeg selv har til temaet, som påpekt tidligere, og hvordan det kan ha gjort meg blind for egne antakelser, og gjort det lettere å finne bekreftelser for disse (Postholm, 2010), se kapitlet "Forskerrollen". Det ville derfor være spesielt interessant å se lignende undersøkelser gjort av andre forskere. Jeg vil også trekke frem hvordan oversettelsen av ett intervju fra engelsk til norsk kan ha gjort at informasjon har gått tapt på veien på grunn av språklige forskjeller.

6.3 Implikasjoner og ideer for fremtidig forskning

Tidligere i kapitlet er det blitt nevnt muligheter for fremtidig forskning, noe det i denne delen går nærmere inn på. Denne studien har dreid seg om rådgivers opplevelse av egen kreativitet. Basert på informantene og teori har jeg fått et inntrykk av at for eksempel bruk av kunstinspirerte metoder kan være til hjelp for klient, noe som har gitt støtte til egne antakelser. For videre forskning kunne det vært interessant å se nærmere på hvordan klienter opplever kreativitet i rådgivning, for eksempel ved bruk av kunstinspirerte metoder. Ett spørsmål som kan stilles er hvilken effekt bruk av slike metoder har for deres prosess? Her kan det også trekkes en parallell til kunstterapifeltet. Er for eksempel klientenes erfaring i tråd med forskning og teori innenfor kunstterapiet? Et annet tema å se nærmere på er klientens erfaring av relasjonens betydning. Videre kan det være interessant å gå mer i dybden på hvordan rådgivere går frem i skapelsen av nye metoder, og erfaringer med bruken av slike verktøy innenfor et spesifikt område innenfor rådgivning, som karriererådgiving. Ikke minst kan det være interessant for videre forskning å benytte en annen metodisk tilnærming til subjektivitet som Q-metode, for å belyse temaet¹². Ved bruk av Q-metode kan en for eksempel få tydeligere frem de subjektive forskjellene innenfor temaet, i tillegg til å ha muligheten til å benytte en større gruppe informanter (Thorsen & Allgood, 2010).

6.3.1 Estetikk

Et tema som ble omtalt i intervjuene, men som ikke ble nevnt i analyse og diskusjon, er estetikk. At estetikk kan ha en sammenheng med kreativitet i rådgivning ble tatt som et

¹¹ Se "Generalisering" i Metodekapittel.

¹² Se for eksempel Thorsen & Allgood, 2010, for mer informasjon om Q-metode.

utgangspunkt i utarbeidelsen av intervjuguiden, der flere spørsmål om estetikk ble stilt. En hypotese i denne studien var at estetikk kan knyttes opp mot bruken av kunst i rådgivning, og kan ses i sammenheng med en estetisk sans hos rådgiver (Zinker, 1977). Imidlertid ble det under analysearbeidet ikke funnet en tydelig nok tilknytning til informantenes opplevelse av egen kreativitet, og sammenhengen mellom estetikk og kreativitet ville krevd nærmere undersøkelser for å kunne omtales i denne studien. Imidlertid vil jeg nevne et perspektiv som kom frem, og som kan gi noen tanker om studiens tema. En interessant kobling ble gjort av informantene i forhold til å se på begrepet estetikk som i et vakkert møte mellom rådgiver og klient, som kun går over et kort øyeblikk, men som samtidig er svært minneverdig. For videre forskning innenfor temaet kan det være interessant å se nærmere på estetikkbegrepet og å se det i sammenheng med rådgivning og kreativitet hos rådgivere.

6.4 Til slutt

Gjennom denne studien har jeg fått muligheten til å fordype meg i et tema som engasjerer meg. De kunnskapene jeg har fått gjennom studien ser jeg på som verdifulle, og er noe jeg ønsker å ta med meg inn i mitt fremtidige yrkesliv som rådgiver. Denne fordypningen har gitt støtte til egne antakelser, samtidig som nye spørsmål er blitt reist. Gjennom studien håper jeg å ha inspirert andre til å se nærmere på dette temaet, og selv gjøre seg sin egen erfaring med kreativitet i rådgivning. Fremfor alt håper jeg å ha gitt leseren inspirasjon og mot til å trø nye veier. Jeg vil avslutte med et dikt av Jan Spurkeland (2010) som kan sies å peke på nettopp det.

Kraft kryp

Kraft kryp

Or indre kammer

der bolta bommer har sperra ferda

Då livet sette so tronge rammer

At eg vart stengd

Inni janteverda

Eg merkar no

mergen or indre djup

renn ut til yta

At meir eg vinn

om eg set meg fri

og hiv meg utfor so ville stup

- og let svevet vara

Litteraturliste

- Allgood, E., & Kvalsund, R. (2003). *Personhood, Professionalism and The Helping Relation Dialogues and Reflections*. Trondheim: Tapir Akademisk Forlag.
- Allgood, E., & Kvalsund, R. (2005). *Learning and Discovery for Professional Educators: Guides, Counselors, Teachers. An interactive experiential approach to practice and reaserch*. Trondheim: Tapir Academic Press.
- Allgood, E., & Svennungsen, O. H. (2008). Toward an Articulation of Trauma Using the Creative Arts and Q-Methology: A Single-Case Study. *Journal of Human Subjectivity*, 6(1), 5- 23.
- Brown, J., R. (1996). *The I in Science*. Oslo: Scandinavian University Press.
- Clarkson, P. (2009). *Gestalt Counselling in Action* (3 ed.). London: SAGE Publications.
- Csikszentmihalyi, M. (2003). *Flow. Den optimala upplevelsens psykologi* (2. ed.). Stockholm: Natur och Kultur.
- Dalen, M. (2008). *Intervju som forskningsmetode - en kvalitativ tilnærming*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Duckworth, A. L., Steen, T. A., & Seligman, M. E. P. (2005). Positive Psychology In Clinical Practice. *Annual Review of Clinical Psychology*, 1(1), 629-651.
- Flaherty, J. (2010). *Coaching. Evoking Excellence In Others* (3 ed.). Burlington: Butterworth-Heinemann.
- Gjerde, S. (2010). *Coaching: hva hvorfor hvordan* (2 ed.): Fagbokforlaget.
- Grendstad, N. M. (1995). *Å lære er å oppdage*. Oslo: Didakta Norsk Forlag AS.
- Gulbrandsen, A. (2001). *Prosessledelse: å bidra til læring*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Halprin, D. (2003). *The Expressive body in life, art, and therapy: working with movement, metaphor, and meaning*. London: J. Kingsley.
- Hart, V., Blattner, J., & Leipsic, S. (2001). Coaching Versus Therapy. A Perspective. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 53(4), 229-237.
- Hunt, D., E. (1987). *Beginning With Ourselves. In practice, Theory, and Human Affairs* Massachusetts: Brookline Books.
- Hycner, R., & Jacobs, L. (1995). *The Healing Relationship In Gestalt Therapy*. Gouldsboro: The Gestalt Journal Press.
- Ivey, A. E., Ivey, M. B., & D'Andrea, M. J. (2010). *Theories of counseling and psychotherapy: a multicultural perspective*. Los Angeles: Sage.

- Johannessen, E., Kokkersvold, E., & Vedeler, L. (2010). *Rådgivning. Tradisjoner, teoretiske perspektiver og praksis* (3 ed.). Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Joiner, B., & Josephs, S. (2007). *Leadership Agility. Five Levels of Mastery for Anticipating and Initiating Change*. San Fransisco: Jossey-Bass.
- Karlsdóttir, R., & Moen, T. (2011). *Sentrale aspekter ved kvalitativ forskning*. Trondheim: Tapir akademisk.
- Kunnskapsforlagets papirleksikon. (2009). Kunst. Retrieved 23,05,2012, from <http://snl.no/kunst>
- Kvale, S. (1983). The qualitative reaserch Interview - a Phenomenological and a hermeneutical mode of understanding. *Journal of Phenomenological Psychology*, 14(2), 171 - 196.
- Kvale, S. (1996). *Interviews: An introduction to qualitative reaserch interviewing*. London: Sage Publications.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2010). *Det kvalitative forskningsintervju* (2 ed.). Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.
- Kvalsund, R. (2003). *Growth as Self-actualization A critical approach to the organismic metaphor in Carl Rogers`counselling theory*. Trondheim: Tapir Akademisk Forlag.
- Kvalsund, R. (2005). *Coaching. metode: prosess: relasjon*. Tønsberg: Synergy Publishing.
- Lerdahl, E. (2007). *Slagkraft*. Oslo: Gyldendal Akademiske.
- Levine, S., K. (2001). *Poiesis. The Language of Psychology and the Speech of the Soul*. London: Jessica Kingsley Publishers.
- Macmurray, J. (1999). *Persons In Relation*. New York: Humanity Books.
- May, R. (1975). *Mot til å skape*. Oslo: Aventura Forlag A/S.
- McClure, B. A. (2005). *Putting a New Spin on Groups*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- McLeod, J. (2001). *Qualitative research in counselling and psychotherapy*. London: Sage.
- McNiff, S. (1998). *Art-based research*. London: Jessica Kingsley Publ.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological Research Methods*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications, Inc.

- NESH. (2006). Forskningsetiske retningslinjer for samfunnsvitenskap, humaniora, juss og teologi. Retrieved 15.03, 2012, from <http://www.etikkom.no/Forskningsetikk/Etiske-retningslinjer/Samfunnsvitenskap-jus-og-humaniora/>
- Postholm, M. B. (2010). *Kvalitativ metode. En innføring med fokus på fenomenologi, etnografi og kasusstudier*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Rogers, C. R. (1961). *On Becoming a Person A Therapist's view of Psychotherapy*. New York: Houghton Mifflin Company.
- Seligman, M. E. P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55(1), 5-14.
- Shallcross, L. (2011). Working outside the box. *Counselling Today*, from <http://ct.counseling.org/2011/02/working-outside-the-box/>
- Skau, G., M. (2011). *Gode fagfolk vokser. Personlig kompetanse i arbeid med mennesker* (1. ed.). Oslo: Cappelen Damm AS.
- Spurkeland, J. (2010). *Relasjonskompetanse. Resultater gjennom samhandling*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Stake, R., E. (1995). *The Art Of Case Study Research*. California: Sage Publications, Inc.
- Thagaard, T. (1998). *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvaltativ metode*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Thagaard, T. (2010). *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode* (2 ed.). Bergen: Fagbokforlaget.
- Thorsen, A. A. & Allgood, E. (2010). *Q-metodologi. En velegnet måte å utforske subjektivitet*. Trondheim: Tapir Akademisk Forlag.
- Vaughan, F. (1979). *Awakening Intuition*. New York: Anchor Books.
- Whitmore, D. (2010). *Psychosynthesis Counselling in Action* (3 ed.). London: SAGE publications.
- Winnicott, D. W. (1974). *Playing and Reality*. Harmondsworth: Penguin Books Ltd.
- Zinker, J. (1977). *Creative Process in Gestalt Therapy*. New York: Random House, Inc.

Vedlegg

Vedlegg A Prosjektgodkjenning fra NSD

Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS
NORWEGIAN SOCIAL SCIENCE DATA SERVICES



Harald Hårfagres gate 29
N-5007 Bergen
Norway
Tel: +47-55 58 21 17
Fax: +47-55 58 96 50
nsd@nsd.uib.no
www.nsd.uib.no
Org.nr. 985 321 884

Eleanor Allgood
Institutt for voksnes læring og rådgivningsvitenskap
NTNU
Loholt allé 85, Paviljong B 253
7491 TRONDHEIM

Vår dato: 27.01.2012 Vår ref: 29052 / 3 / KS Deres dato: Deres ref:

KVITTERING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 14.12.2011. Meldingen gjelder prosjektet:

29052	<i>The Creative Counselor</i>
Behandlingsansvarlig	NTNU, ved institusjonens overste leder
Daglig ansvarlig	Eleanor Allgood
Student	Ruth Buø

Personvernombudet har vurdert prosjektet og finner at behandlingen av personopplysninger er meldepliktig i henhold til personopplysningsloven § 31. Behandlingen tilfredsstiller kravene i personopplysningsloven.

Personvernombudets vurdering forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i melde skjemaet, korrespondanse med ombudet, eventuelle kommentarer samt personopplysningsloven/-helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.


Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, http://www.nsd.uib.no/personvern/forsk_stud/skjema.html. Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://www.nsd.uib.no/personvern/prosjektoversikt.jsp>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 30.08.2012, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

Vigdis Namtvedt Kvalheim


Katrine Utaaker Segadal

Kontaktperson: Katrine Utaaker Segadal tlf: 55 58 35 42
Vedlegg: Prosjektvurdering
Kopi: Ruth Buø, Innherredsveien 92 B, 7042 TRONDHEIM

Avdelingskontorer / District Offices:

OSLO: NSD, Universitetet i Oslo, Postboks 1055 Blindern, 0316 Oslo. Tel: +47-22 85 52 11. nsd@uio.no

TRONDHEIM: NSD, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, 7491 Trondheim. Tel: +47-73 59 19 07. kyrre.svarva@svt.ntnu.no

TROMSØ: NSD, HSL, Universitetet i Tromsø, 9037 Tromsø. Tel: +47-77 64 43 36. martin-arne.andersen@uit.no



Personvernombudet finner at behandlingen av personopplysninger i prosjektet kan hjemles i personopplysningsloven § 8 første alternativ (samtykke). Det gis skriftlig informasjon og innhentes et skriftlig samtykke.

Personvernombudet ber om at dato for prosjektslutt tilføyes i informasjonsskrivet til de som forespørres om deltakelse. Revidert informasjonsskriv bes ettersendt til orientering.

Prosjektslutt er angitt til 30.8.2012. Senest ved prosjektslutt vil datamaterialet være anonymisert, det vil si at verken direkte eller indirekte personidentifiserende opplysninger lenger foreligger i materialet. Lydopptakene og navnelisten (koblingsnøkkelen) slettes. Indirekte personidentifiserende opplysninger i det øvrige materialet slettes eller grovkategoriseres på en slik måte at ingen enkeltpersoner kan gjenkjennes.

Vedlegg B Informasjonsskriv og samtykkeerklæring – norsk utgave

Informasjonsskriv til forskningsdeltakere

Jeg er masterstudent ved institutt for voksnes læring og rådgivningsvitenskap, NTNU Trondheim. Jeg tar en mastergrad i rådgivning, og holder nå på med masteroppgaven min med temaet kreativitet i rådgiving. Jeg ønsker å undersøke hva som gjør at noen rådgivere opplever seg som kreative i møte med klienten, og hvordan de jobber. Formålet med studien er å få større innsikt og forståelse i hva kreativitet i rådgiving kan innebære, og hvordan kreative rådgivere jobber for å hjelpe klienten.

Som metode har jeg valgt kvalitativt intervju. Jeg vil bruke en semi-strukturert intervjuguide, da jeg har noen forhåndsvalgte temaer og spørsmål, men vil også stille spørsmål som dukker opp underveis. Jeg ønsker å intervjuer fortrinnsvis tre rådgivere, som gjerne kan jobbe innen coaching, veiledning, terapi, eller lignende. Beregnet tid til hvert intervju er 1 time. I intervjuene ønsker jeg å få frem deltakernes egne opplevelser omkring temaet kreativitet hos rådgivere og kreativitet i møte med klient.

Alle opplysninger som kommer frem i studien vil bli behandlet konfidensielt, i tillegg til at bruk av datamaterialet i studien vil bli pseudonymisert for å gjøre alle deltakere ukjennbare. Jeg vil benytte en båndopptaker under intervjuet for å kunne transkribere informasjonen så nøyaktig som mulig når jeg skal analysere dataene for studien. Opptakene og transkripsjonene vil bli behandlet konfidensielt, og destruert etter studiens slutt. Til slutt vil jeg presisere at all deltakelse er frivillig, og at du som deltaker kan trekke deg når som helst under studien, uten å måtte oppgi årsak.

Ønsker du å delta i studien ber jeg deg om å signere på vedlagt samtykkeskjema. Studien er godkjent av Institutt for Voksnes læring og Rådgivningsvitenskap ved NTNU, og den blir veiledet av Eleanor Allgood, ved samme institutt. Studien er godkjent Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelige datatjeneste A/S. Prosjektsslutt er angitt til 30.08.2012.

Med vennlig hilsen

Ruth Buø

Samtykkeerklæring for deltakelse i studie

Jeg samtykker med dette i å ha mottatt informasjonsskriv om studien. Jeg er frivillig deltakende i studien med temaet kreativitet i rådgiving. Videre er jeg er innerforstått med at all informasjon vil bli behandlet konfidensielt, i studien vil jeg bli anonymisert, og alle opptak og notater vil bli destruert etter studiens slutt. Jeg vet at jeg kan trekke meg når som helst som deltaker i studien, uten å måtte oppgi grunn.

Navn

Sted

Dato

Vedlegg C Informasjonsskriv og samtykkeerklæring – engelsk utgave

Information to participants

I am a master student at The institute for Voksnes læring og Rådgivingsvitenskap (my translation: adult learning and counseling science), at NTNU, Trondheim, Norway. I am undertaking a master program in counseling, and I am now writing my master thesis with the theme creativity in counseling. I want to explore how some counselors experience themselves as creative in the meeting with the client, and how they work. The study aims at getting more understanding and knowledge for what creativity in counseling can be, and how creative counselors work to help their clients.

As a research method I have chosen to use a qualitative interview. The interview can be done in both English and Norwegian. I plan to use a semi-structure interview guide, as I have some beforehand chosen themes and questions, but I will also ask questions that show up during the interview. I want to interview three counselors, who can work in counseling, therapy, coaching etc. Estimated time for each interview is 1 hour. In the interviews I want the participants own experiences with creativity in counseling, and creativity in meeting with the client.

All the information from the study, including the participants, will be treated as confidential, and all the participants will be made anonymous. I will use a tape recorder during the interview to be able to write down the interview as precisely as possible. However, the recordings will be treated confidential, and deleted after the end of the project work. In the end I want to specify that all participation is voluntary, and that you as a participant can withdraw at any point from participating, without having to name the cause.

If you wish to participate, I ask you kindly to sign below. The study is approved by the above-mentioned institute, and supervised by Eleanor Allgood. The study is approved by Personvernombudet for forskning, Norsk Samfunnsvitenskapelig datatjeneste A/S (NSD), my translation: The Norwegian Agency for Research involving persons, and personal information. Project ending is set at date 30.08.2012.

Best regards,

Ruth Buø

Consent to participate in the study

I hereby consent that I have received the information letter about the study. I am participating voluntarily in the study with the theme creativity in counseling. I know that all the information will be treated confidential, I will be made anonymous in the study, and all notes and recordings will be destroyed at the end of the study. I furthermore know that I can withdraw form the study at any time, without having to give a reason for it.

Name

Place

Date

Vedlegg D Intervjuguide – norsk utgave

Introduksjon

Kort gjengi hvem jeg er, studiens fokus og hensikt.
Ikke riktige eller gale svar, er ute etter din opplevelse.
Er noe uklart, så er det bare å spørre.
Ta den tiden du trenger.

Fortell kort om din bakgrunn?
(yrke, utdanning, erfaring)

Skiller du mellom terapi, rådgiving og coaching i forhold til dette temaet?

Definisjon av kreativitet

Hva gjorde at du begynte å interessere deg for kreativitet?

Hvordan definerer du kreativitet?

Hva gjør at du opplever deg selv som kreativ? *(Hva bunner det ut i? Har opplevelsen alltid vært der?)*

Kreativitet i rådgivning

Hvordan opplever du deg som kreativ i møte med en klient?
(Er du kreativ hele tiden? Er all rådgivning kreativ? Hva mer?)

Hva er det som gjør at du vektlegger kreativitet? Hvorfor er det viktig?

Hva tenker du om forholdet mellom din kompetanse og erfaring, og kreativitet i rådgiving?
(Er det et forhold, hvis ja på hvilken måte? Hva bygger den på?).

Hvordan handler du på en kreativ måte for å hjelpe klienten? Kan du gi eksempler?
(Fortell om prosessen, hva du gjør, hva som skjer, hvordan er interaksjonen med klienten)

Har du en spesiell teoretiske tilnærming til kreativitet du benytter deg av? *(Hvis ja, hvilke?)*

Hva er en kreativ prosess i rådgivning for deg?

Relasjonen mellom rådgiver og klient

Hvordan opplever du relasjonen med klienten når du er kreativ?
(*Opplever du gjensidighet? I så fall, hvordan?*)

Hvilke forutsetninger i relasjonene ligger til grunn når du handler kreativt?

Hva tenker du om tilstedeværelse hos deg selv og klienten?

Hvordan opplever du effekten av ett kreativt fokus?

Har du fått tilbakemelding fra klienter? (*hvis ja*) kan du fortelle litt om det?

Estetiske hjelpemidler

Hva er estetikk for deg?

Hva tenker du om et forhold mellom estetikk og kreativ rådgiving?

Til slutt

Ting du vil tilføye? Sitter inne med.

Informasjon om datamaterialet: oppbevaring, anonymisering, destruering av lydfil.

Vedlegg E Intervjuguide – engelsk utgave

Introduction

Short description of who I am, the project theme and purpose/goal.
There are no right or wrong answers; it is your experience that I am looking for.
If you have any questions, please ask.
Feel free to take the time you need to answer the questions.

Can you give a short description of your background? (*Profession, education, work experience?*)

Do you separate between therapy, counseling and coaching in relation to this topic?

Defining Creativity

What made you take up an interest in creativity?

How do you define creativity?

What makes you experience yourself as creative? (*What constitutes it? Has the experience always been there?*)

Creativity in counseling

How do you experience yourself as creative in meeting with the client?
(*Are you creative all the time? Is all counseling creative? What else?*)

Why do you put weight on creativity? Why is it important?

What do you think of a relation between your competence, experience, and creativity in counseling? (*If it exists, than how? What constitutes it?*)

How do you work in a creative way to help the client? Can you give examples? (*What do you do? What happens? How is the interaction with the client?*)

Are you inspired by a particular theory? (*If yes, what?*)

What is a creative process in counseling?

The relationship between counselor and client

When being creative, how do you experience the client relationship?
(Do you experience mutuality with the client? If so, how?)

What prerequisites lie in the relationship when you act creative?

How do you experience your own and the clients presence?

How do you experience the effect of a creative focus?

Have you received feedback from the client? *(If so)* Would you like to share some of it?

Esthetics

What is esthetics for you?

What do you think about a relationship between aesthetics and creative counseling?

Ending Well

Is there something you would like to add?

Information about the data gathering and project: storing, anonymity, destruction of the recording.