

Kunst, erhverv og mentalt overskud

Man kan stimuleres ved oplevelsen af kunst og opdage, at der findes flere måder at beskrive virkeligheden på.

AF **PETER MICHAEL HORNUNG, KUNSTREDAKTØR**

Når en virksomhed investerer i kunst, er det klart overforbrug. Siger mange. Og så har virksomheden for mange penge.

Hvis en ansvarlig arbejdsplads overhovedet har et overskud, bør den i stedet investere i ny produktudvikling, hensætte til konsolidering, ekspandere, opkøbe konkurrenterne eller bare give de ansatte mere i løn.

I det sidste tilfælde har argumentet lydt således: Har en virksomhed endelig præsteret et overskud, er det også de ansattes fortjeneste. Er disse ansattes velbefindende ikke vigtigere end et eller andet modernistisk kunstværk, som meget få ser, og endnu færre forstår?

Naturligvis er spørgsmålene forkert stillet.

For det er netop for at forbedre de ansattes velbefindende på arbejdspladsen, at virksomheden køber kunst. Dermed skabes nemlig betingelsen for oplevelser af en anden karakter end de gængse. At købe kunst med stil handler ikke om at forbruge et overskud. Det handler derimod om at skabe en anden slags overskud. Dette nye overskud kan ikke måles i penge. Det er mentalt.

Ingen virksomhed ville slippe godt fra deres kunstindkøb, hvis der kun stak forfængelighed bag initiativet, og formålet udelukkende var at udsmykke virksomheden selv. Æstetikken er hverken årsag eller anledning.

Det er ikke rollen som sponsor, virksomheden ønsker at tage på sig, når den går på kunstindkøb. Sponsorvirksomhed henvender sig til en verden uden for virksomheden, om end den trækker virksomhedens navn med sig. Når museer eller store samlere køber kunst, gør de det heller ikke som mæcener. Hensigten er ikke primært at støtte de billedkunstnere, som man måtte købe værker af, men at støtte kunsten som helhed.

Kunstneriske erhvervelser til mange mennesker har et ganske andet formål. Man kunne kalde formålet for oplevelsespolitik. Det er langsigtede investeringer i medarbejderens kreative fantasi, intellektuelle produktivitet og tankemæssige dristighed.

Enhver virksomhed vil gerne give sine medarbejdere en oplevelse, både når de på arbejde, og når de ikke er det. For at være effektiv må man med mellemrum tage en pause, en pause, der ikke så meget har karakter af afbrydelse som opladning.

Lad os kigge nærmere på en sådan rekreativ pause. Medarbejderen rejser sig fra sin plads foran skrivebordet, med telefonen, der ringer, computeren, der blinker, og alt det andet, der kæmper om ens opmærksomhed. Derefter fjerner han eller hun sig et kort øjeblik – måske for at gå til frokostpause, måske for at ryge en cigaret etc. Når medarbejderen så vender tilbage til pladsen og genoptager alle pligterne, bør det være med lidt større lyst og energi.

Det er i sådanne situationer, at kunsten kan tilfredsstille et både kollektivt og individuelt behov, som slet ikke er tilstrækkelig anerkendt. Vejen til en sådan kunstnerisk oplevelse er umulig at kortlægge. Den kan slå ned i en som et lille lyn, den kan være resultatet af længere tids påvirkning eller noget helt tredje. Kun ét er sikkert: den kommer ikke af sig selv. Den kræver åbenhed og tolerance, men den kræver frem for alt tilstedeværelse. Hvis man ikke er stødt på nogen form for kunst i det hjem, hvor man er vokset op, eller i den skole, hvor man har tilbragt den første halve snes år af sit undervisningspligtige liv, vil den kunstneriske tolerance og forståelse få vanskelige vilkår senere i livet.

Det er ikke udelukket, at den udsmykkede virksomhed for mange kan være det første møde med det mærkelige fænomen, der kaldes kunst. Og det afgørende møde. For på virksomheden, hvor man kommer dagligt, har man alle muligheder for at uddybe bekendtskabet.

Ikke så lidt af det, som et kunstværk kan rumme af oplysninger, afhænger lige så meget af personen, der oplever værket, som af værket selv. Det kan tænde synet og få en til at bruge øjnene en ekstra gang. Og det er heller ikke udelukket, at det kan virke tankevækkende, inspirerende, livsbekræftende og – helende. Er det godt nok, kan det ligefrem være et vækstpunkt for fantasien.

I de senere år er der forsket i den psykosomatiske og helbredende virkning, som kunst, musik, dans og arkitektur kan have for den, der involveres og påvirkes. En sådan påvirkning har vist sig at kunne lindre og forebygge f.eks. stress. I behandlingen af patienter, der slås med skizofrene eller depressive tilstande eller lider af personlighedsforstyrrelser, har kunstterapi ofte vist sig at have en overraskende positiv virkning.

Ordet kunstterapi dækker i denne forbindelse ikke over et forløb, hvor man selv påtager sig kunstnerens rolle. Terapien kan bestå i, at man stiller sig i publikums sted og lader kunsten påvirke ens sanser og bevidsthed.

Sådanne klinisk anvendte kunstneriske stimuli kan, hvis de vælges og doseres med følsomhed og omtanke, ligefrem fremme rehabiliteringen hos mange patienter. Det er en af årsagerne til, at man i dag taler om de mange fordele ved et 'sansernes hospital'. Det er et hospital, hvor patienterne stimuleres og aktiveres gennem de sanseoplevelser, de kan få under indlæggelsen, på patientstuerne eller i fællesarealerne. En af de vigtigste faktorer i projekteringen af dette nye sansernes hospital er den kliniske brug af kunst og musik.

Der er en kemisk forklaring på kunstens helbredende bivirkning. Når vi modtager nye informationer om den verden, vi lever i, og får skærpet vores opmærksomhed og dernæst oplever, at noget falder på plads, oplever vi følelsen af tilfredshed. Denne følelse skyldes udløsningen af stoffet dopamin. Det er et aktivt virkende middel, der i vores bevidsthed kan fremkalde en følelse af meningsfuldhed.

Forsøg har vist, at hjernen opfatter kunst og musik som sprog. Når mennesker engagerer sig i denne ikke-sproglige kommunikationsform ved at lytte til musik eller se på kunst, vil de kunne gennemstrømmes af en særlig følelse, måske ligefrem en følelse af tilfredshed. Kemisk sker der det, at dopamin dannes i vores organisme, og det aflæser vi som noget positivt og lykkebringende.

Dopamin er blevet kaldt 'hjernens lykkestof'. Stoffet aktiverer lystcentret og stimulerer vores fornemmelse af, at der eksisterer en større sammenhæng i verden. Fordi en sådan fornemmelse aktiverer en følelse af velbehag, vil vi gerne udrette noget, der udløser mere dopamin. Hjernen er konstrueret således, at den får os til at efterstræbe lige netop det, der stimulerer hjernens aktiviteter.

I vores måde at agere på stræber vi efter at optimere følelsen af tilfredshed. Grundlæggende forbindes kunstneriske aktiviteter og kunstneriske oplevelser med lystfølelse, og følelsen af lyst er noget, som vi alle efterstræber, også når vi arbejder. Når kunst spiller denne kreativt aktiverende rolle – og når så mange bruger fritiden på at besøge udstillinger eller måske ligefrem på selv at arbejde med kunst – er årsagen, at kunst tilbyder et positivt og produktivt alternativ til det, som under normale omstændigheder fylder vores hverdag og vores virkelighed.

Et kunstværks fundamentale rolle er at kunne stille noget i stedet for en tænkning, der er ensoprettet rationel eller resultatorienteret. Et kunstværk kan være spontant eller konstruktivt, figurativt eller abstrakt, men selv det mest abstrakte maleri kan aldrig betragtes som en gåde, der bare skal løses, eller som et problem, der blot skal skaffes af vejen. Ville et sådant maleri kunne 'løses', som man f.eks. løser en krydsogtværs, ville der ikke være grund til at vende tilbage til det. Snarere skal det engagere og beskæftige sin beskuer gennem de stik modsatte tilbud.

Det er i en form for besættende 'anderledeshed', at kunsten får en både emotionel og intellektuel berettigelse.

Vi ønsker at inddrage det enkelte kunstværk i vores samlede forståelse af virkeligheden, og i begyndelsen prøver vi måske at forstå dette kunstværk på præmisser, som ligger uden for kunstens eget gebet. Den strategi vil ikke lykkes, og det er netop pointen. Ved altid at kunne stille flere spørgsmål, end vi som beskuerer er i stand til at give svar, kommer kunsten til at stå for andre værdier, andre potentialer og andre rutiner end dem, som vi normalt omgives af.

Lad os forestille os en arbejdsplads helt uden kunst. Ingen billeder på væggene, hverken på kontorerne, i kantinen, på fællesarealerne eller i bestyrelsesværelset. Der ville ikke engang være en firmakunstforening eller et samarbejde

med organisationen Kunst på Arbejdspladsen.

Et sådant sted ville være et kedeligt sted at arbejde. For et sted uden kunst er et sted uden adspredelser – og således også uden oplevelser. En bar, monokrom væg, hvor der ikke hænger blot et lille stykke indrammet grafik, kan hverken fange blikket eller stimulere tanken. Den nøgne væg gør os aldrig klogere. Den udløser intet lykkestof, der kan stimulere hjernen. Når vore sanser ikke bliver påvirket og udfordret, går det ud over opmærksomheden – og vores koncentration.

Men til alt held vil mange danske erhvervsvirksomheder ikke overlade kunstinteressen til de offentlige bygninger. Tværtimod kappes de med dem ved også at samle på kunst fra deres egen tid. Ganske store dele af erhvervslivet har engageret sig som kunstforbrugere og kunstnydere på samme måde, som et udstillingspublikum er det. De gør det af lyst, ikke af pligt, for der er ingen lovgivning, der forpligter dem.

Nogle firmaer køber i stor stil og med et bredt sigte – og gør dermed kunsten til et visuelt kort i firmaets promovring. Andre køber kun til de vigtigste repræsentative rum i virksomheden. Selv om noget af kunsten skulle være erhvervet som en investering i fremtiden, skjuler man ikke sine erhvervelser, som man diskret ville gemme andre kostbare investeringer af vejen.

Erhvervelserne placeres gerne de mest påfaldende steder på arbejdspladsen: i receptionen, på kontorerne, i kantinen, i det hele taget overalt, hvor mennesker har deres gang i det daglige. Hvor ansatte møder deres kolleger, har de nu også fået mulighed for at møde deres egen tids kunst. Hvis billedkunst overhovedet har en rolle at spille i offentligheden, er denne rolle nært forbundet med optimal synlighed.

Kunst er til for at vises frem, måske ligefrem for at vigte sig lidt af, især hvis man har erhvervet et væsentligt værk under omstændigheder, der falder positivt tilbage på indkøberen selv. Det har aldrig skadet en erhvervsleders image at vide noget om den kunst, som findes i hans firma. På dette punkt adskiller vore dages ledere sig ikke markant fra renæssancens fyrster. Viden er stadig udtryk for kontrol, engagement, dannelse og overskud.

Det er mere end et håb, at kunst på arbejdspladsen kan skabe mere mental energi hos de mennesker, der dagligt kommer i berøring med den. På det felt er kunstens langtidsvirkninger ikke forskellige fra musikkens. Kunst kan være stimulerende, frapperende, inspirerende og øjenåbnende. Måske kan den også være irriterende. Men irritationen tager gerne af, når man har vænnet sig til det særligt differentierede udtryk, som er ethvert godt kunstværks måde at kommunikere sit budskab på.

Gennem oplevelsen af et stykke kunst bliver vi opmærksomme på, at der findes mere end én måde at beskrive virkeligheden på. Omgangen med værker af moderne kunstnere lærer os tolerance over for vores omverden og giver os respekt for fantasien og for det kreative, egenskaber, som virksomheder gerne ser fremmet og udviklet på alle felter.

Måske kan kunsten på arbejdspladsen inspirere de ansatte til selv at opsøge nye kunstneriske oplevelser, ved f.eks. gå på kunstudstilling eller -museum, enten for bare at se mere eller for at få et indtryk af den sammenhæng, som ethvert kunstværk er en del af. Måske kan arbejdspladsens kunst ligefrem tilskynde de ansatte til selv at samle på kunst for at få nogle af de samme udfordrende og kreative oplevelser på hjemmefronten, som de har haft, før de stemplede ud.

Ressource: <http://politiken.dk/debat/kroniker/article1004048.ece>

Offentliggjort: Jun 25, 2010 1:16 PM

© POLITIKEN.dk