

lære å selge kompetansen sin til næringslivet: tten i kultur



EVENTER: Norske bedrifter bruker først og fremst kulturnæringer til markedsføring og eventer, viser en undersøkelse. Her fra Sosent-konferansen på Sentralen i Oslo i november. **FOTO: TOM HENNING BRATLIE**

den direkte kjernevirksomheten, som produktutvikling, organisasjonsutvikling eller å styrke kommunikasjonsferdigheter. Her er det åpenbart et potensial, men det sitter langt inne, sier Gran.

– Skal ikke gjøre seg lekre

Jørn Mortensen, rektor ved Kunsthøgskolen i Oslo (Khio), tror ikke det først og fremst er behov for å lære kunststudentene å selge kompetansen sin til næringslivet. Khio utdanner blant annet designere, bildekunstnere og skuespillere.

– Vi utdanner først og

fremst kunstnere og designere som søker inn i kunstinstitusjoner eller til det frie feltet. Kompetansen deres kunne sikkert vært interessant for næringslivet i mange sammenhenger, men det er ikke et vesentlig anliggende for studentene som går ut av Khio å gjøre seg lekre for næringslivet, sier Mortensen til Klassekampen.

Han understreker at høgskolen er opptatt av at ferdigheter og kompetanse som utvikles på Khio trengs i både næringslivet og samfunnet for øvrig.

– Vi jobber mye med tenkemåter og metoder som utvikler kreativitet, innovasjon, problemløsning og kritisk refleksjon. Vi erkjenner at vi bør øke bevisstheten om disse kvalitetene internt og eksternt, for det er viktig at offentligheten anerkjenner de kunstfaglige kvalitetene som mer enn pynt og estetikk.

– Hva oppnår man med det?

– Da vil man oppleve at miljøer som normalt ikke får løst problemene sine, vil ty til den type kompetanse, sier Mortensen.

mari.vollan@klassekampen.no

Ingeniører bruker rollespill

Ingeniørfirmaet NGI er blant selskapene som faktisk benytter seg av kompetanse fra kulturlivet. De siste tre årene har NGI fått hjelp av skuespillere fra bedriften Splint til å kurse prosjektledere.

Splint lager blant annet rollespill basert på grundig research av hvilke utfordringer bedriften har.

– Vi opplever at kursene har blitt veldig godt mottatt av våre ansatte. Mange har fått

en felles forståelse av hva det vil si å jobbe sammen i prosjekter, sier Inger Kristine Tovslid, HR-sjef i NGI.

Professor Anne-Britt Gran ved BI har fulgt ett av disse kursene som del av undersøkelsen av bedriftenes forhold til kreative næringer.

– Hva tror du er grunnen til at få bedrifter benytter seg av kreative bransjer, spesielt innen scenekunst, Inger Kristine Tovslid?

– For oss som en tradisjonell ingeniørbedrift var det en terskel å gjøre det. Det var utradisjonelt og nytt, og vi visste ikke hvordan det ville bli mottatt blant våre ingeniører, som er vant til tradisjonelle forelesninger og kurs. Men vi har en organisasjon hvor det er mulighet for å teste ut nye ting, og det kan kanskje være en terskel for andre bedrifter.



NY FORLAGSSJEF: Elizabeth Sellevold tar over som forlagssjef i Vigmostad & Bjørke. **FOTO: BRIAN CLIFF OLGULIN**

– Et forlag med stort potensial

Elizabeth Sellevold går fra Ebok.no til å bli ny forlagssjef i Vigmostad & Bjørke.

Det blir en spennende oppgave å lede det nye storforlaget, sier Elizabeth Sellevold.

– Vigmostad & Bjørke er blitt et stort og viktig allmennforlag, som jeg har lyst til å gjøre mer kjent i offentligheten. Det er et forlag med et kjempepotensial.

– Tar du digitaliseringsiveren fra Ebok.no med deg over i det nye forlaget?

– Ebok.no har lært meg å se betydningen av sosiale medier og digitale kanaler, og det er noe jeg tar med meg over i den nye jobben. Jeg vil også jobbe for at vi skal utgi på nye formater. Det er noe med innstillingen fra det digitale som jeg liker godt – det utprøvende og lekne, viljen til å være innovativ og eksperimentell.

– Innovativ og eksperimentell er ikke ordene som dukker opp først når jeg går inn på nettsidene til ditt nye forlag. Den virker ikke helt fersk?

– Jeg kan røpe at vi jobber med nye nettsider. Det er et veldig viktig arbeid. Vi skal være et forlag med digital tilstedeværelse av høy kvalitet, sier Sellevold.

astrid.hygen.meyer@klassekampen.no

BØKER

Av Astrid Hygen Meyer

De siste årene har Elizabeth Sellevold gjort seg bemerket i norsk bokbransje som leder av nettbokhandelen Ebok.no – og i offentligheten har hun gått i bresjen for å legge til rette for digitaliseringen av norsk bokbransje.

Nå blir Sellevold forlagssjef. Tirsdag ble det kjent at hun tar over lederstolen etter Tine Kjær i Vigmostad & Bjørke, og med det vil hun lede det forlaget som kanskje har gjennomgått de aller største endringene i norsk forlagsflora de siste årene. Etter sammenslåingen med flere norske forlag, deriblant Schibsted Forlag i 2015, har Vigmostad & Bjørke etablert seg som et av de største norske allmennforlagene.

Klassekampen er en radikal, riksdekkende dagsavis med hovedkontor i Oslo sentrum.

KULTURJOURNALIST (VIKARIAT)

Vi søker en journalist til et halvt års vikariat i kulturredaksjonen. På våre kultursider kombinerer vi idédebatt med nyhetsjournalistikk på kulturfeltet, med spesiell vekt på medier og bokbransje.

Vi ser etter en allsidig, arbeidsom og engasjert skribent med teft for nyheter, sans for språk og kunnskap om stoffområdene kulturredaksjonen dekker. Søkeren bør ha interesse og forståelse for det særegne avisprosjektet Klassekampen.

Som vikar i Klassekampen vil du gå inn i en turnus som innebærer noe arbeid på søndager.

Søknadsfrist 15. mars.

Oppstart 3. april.

Har du spørsmål, ta kontakt med kulturredaktør Bendik Wold (e-post bendikw@klassekampen.no eller tlf. 21093109), eller NJ-klubblleder Jens Kihl (e-post jensk@klassekampen.no eller tlf. 21093073).

Kvinner og personer med minoritetsbakgrunn oppfordres til å søke.

KLASSEKAMPEN
Utfordrer det etablerte

Søknad med CV sendes til bendikw@klassekampen.no