



Om att skapa kreativitet

Entreprenörsskap, kreativitet och nyskapande är honnörsord just nu. Vi skulle förmodligen också kunna komma överens om ungefär vad som ligger i orden ovan och de allra flesta av oss skulle känna igen företeelserna om vi ser dem. Däremot är vi inte alls särskilt duktiga på att förstå var de kommer ifrån, än mindre skapa förutsättningar för att de skall uppstå. Jag tror att det beror på att vi, i viss utsträckning, har letat på fel ställe och med fel ansats. Låt mig börja med min korta definition av kreativitet.

En process kan sägas vara kreativ om den uppfyller följande kriterier:

1. Processens resultat är inte förutsägbart. Det betyder att en matematisk beräkning eller en kvalitetssäkrad verksamhet inte kan vara kreativ. Däremot kan en algoritm som inkluderar slumpalgsgenerering vara det.
2. Processens resultat är varaktigt. Det betyder antingen att resultatet i sig själv består eller att processen kan upprepas när så behövs (då är den i sig själv inte längre kreativ).
3. Processens resultat betraktas (av någon) som mer värdefullt än summan av de resurser processen förbrukat.

Således – en process är kreativ om den resulterar i något som är värdefullt, varaktigt och oförutsägbart.

Ännu så länge talar jag alltså om alla typer av processer. En biologisk utveckling eller en människa som skriver musik kan sägas vara kreativ om ovanstående uppfylls. Den tredje punkten ovan, kravet på att resultatet skall vara värdefullt, är naturligtvis förklaringen till att kreativitet anses vara nyckeln till framgång. Tillväxt i vilken betydelse som helst kan bara bygga på en av två företeelser; antingen ökar den faktiska tillgången på de resurser vi behöver eller också är vi kreativa. Vi är ganska överens om att input i fråga om resursförbrukning måste vara konstant och kanske till och med minska – alltså måste det till kreativitet om output skall kunna öka.

Efter att ha konstaterat att biologisk evolution tycks vara en kreativ process kan vi lämna den och fundera på hur mänsklig kreativitet fungerar och uppstår. En människas tankeprocesser är kreativa om de är oförutsägbara och ger ett varaktigt och värdefullt resultat. Hur ser en tankeprocess ut som ger ett oförutsägbart resultat? Jag skulle vilja utforska två nya begrepp för att närma mig den frågan.

Det ena är ”serendipity” eller på svenska ”serendipitet”. Med serendipitet menar vi förmågan att förstå och utnyttja upptäckter som vi gör av en slump – alltså utan avsikt. (Ordet myntades av Horace Walpole redan i mitten av 1700-talet så det är inte en modern konsultkonstruktion).

Många upptäckter – men faktiskt också många uppfinningar – är resultatet av någons serendipitet, d v s man såg, förstod och utnyttjade en slumpartad händelse. Vare sig Newton verkligen fick ett äpple i huvudet eller inte så är det en bra bild av vad som avses.

Det andra begreppet är ”bisociation”. Arthur Koestler resonerar runt kreativitet i sin bok ”Act of creation”. Han menar att kreativitet kan vara förmågan att tänka på någonting utifrån två helt skilda perspektiv eller på två olika nivåer och att dessutom låta de två tankestrukturerna kollidera eller smälta samman. Den här processen kallar han bisociation. Ordvisar som ”Har Ni åskledare – nej, men vi har blixtlås” är bra exempel på bisociation. Det (eventuellt) roliga uppstår när ordet blixtlås plötsligt får en ny

betydelse i kollisionen mellan tankespåren åska och kläder. På samma sätt kan man beskriva konst som något som uppstår t ex i en spännande – eller åtminstone oväntad – koppling mellan tanke och känsla.

Då blir alltså kreativa tankar och idéer något som uppstår när det finns tillräcklig bisociativ förmåga för att låta (minst) två skilda tankespår kollidera och tillräcklig serendipitet för att känna igen och utnyttja det oväntade resultatet.

Var kan det här förväntas ske? Hur får man två tankespår att kollidera? Kan det hända i mellanrummet mellan två människor, t ex över ett sammanträdesbord? Svaret är otvetydigt nej. I samma stund en tanke förvandlats till ord, text eller handling är den så formaliserad och strukturerad att den helt enkelt inte kan smälta samman med någonting annat på ett kreativt sätt. Föreställ Dig en tanke som ett fluffigt och poröst moln – kanske bara en känsla rent av. Ju mer Du konkretiserar den, t ex genom att uttrycka den i ord, ju mer rigid blir den till sin struktur. Till slut är den kanske rent av en fysiskt påtaglig bok. Det är självklart att Du inte kan slå samman en bok om ekonomi och en om geologi och förvänta Dig att få en ny, kreativ bok. Det är inte bara fysikaliskt svårt att genomföra, det är logiskt nonsens. Inte heller kan två talade meningar smälta samman till en nyhet utan det är bara allra högst upp – så länge en tanke fortfarande är en tanke – som bisociation kan uppstå. Alltså måste två tankespår mötas inne i huvudet på en människa och inte över sammanträdesbordet mellan oss.

Det här resonemanget fick mig att se en del problem i mitt hittillsvarande sätt att arbeta. Det är inte fruktbart att låta t ex en pedagog möta en tekniker i förhoppningen att vi då skall få nya infallsvinklar på hur teknik kan användas i skolan. Vi måste hitta metoder för att låta tekniska synsätt möta pedagogiska synsätt i huvudet på en och samma person vilket är något fullständigt annat. Vi måste dessutom göra det så att de två ”tankespåren” får en rimlig chans att krocka på lika villkor – annars uppstår inte några oförutsägbara resultat. Det finns två tänkbara angreppssätt:

Antingen ser man till att en duktig pedagog blir en lika duktig tekniker. Då kan de två synsätten kollidera och ge upphov till nya bisociationer. Det angreppssättet förutsätter också att personen därefter har tillräcklig serendipitet för att känna igen, och förstå, vidden av det som uppstår i krocken vilket alls inte är självklart. Många människor är bra bilförare och bra musiker utan att för den skull se, och häpna över, alla fantastiska tankar som skulle kunna uppstå när man bisocierar trafikstörningar och harmonilära eller farthållare och trummaskin.

Det andra angreppssättet innebär att man börjar med en person som vi vet har serendipitet, d v s förmåga att se, förstå och utnyttja tillfälligheter och sammanträffanden. Denna person utsätter vi, metodiskt, för ett lagom starkt bombardemang av bilder och idéer från olika verksamhetsfält. Det innebär att vi måste förstå, och hitta, de egenskaper hos en person som gör honom eller henne lämplig för uppgiften. Serendipitet är ju i så fall hennes helt avgörande (och antagligen enda viktiga) kompetens!

Ingen av de här två metoderna används i den traditionella lednings- eller utvecklingsgruppen. I stället hoppas vi att det skall uppstå en ny och spännande helhet på bordet mellan oss bara genom att var och en bidrar med sin pusselbit. Både dyster erfarenhet och resonemanget ovan visar att det inte fungerar. Just därför skulle en ny ansats - i enlighet med vad som sagts ovan – förmodligen vara oerhört effektiv med förvånansvärt små insatser.

Paradigmmäklarna i Sverige

Box 7 - L. Tvärg. 5

240 33 Löberöd

0413 - 300 02

www.parm.se - info@parm.se