



Om att uppfinna hjulet...

För en tid sedan satt vi och diskuterade med en kund. Ämnet var en väldigt specifik situation och frågeställning, nämligen: Vår kund hade drivit en rad spännande och angelägna projekt som nu gick mot sitt slut. Hur ser man till att de erfarenheter som dragits och de lärdomar man gjort inte går till spillo utan blir till nytta också för dem som kommer efter? Mer generellt kan man uttrycka problemet så här: Hur försäkras vi oss om att våra efterföljare bygger vidare på det vi redan gjort i stället för att börja om? Väldigt ofta – så också denna gång – understryker vi det självklara genom att säga ”Vi skall ju inte behöva uppfinna hjulet varje gång”.

När vi lämnade mötet var det något som kändes oklart och förbigånget, något var inte riktigt så självskrivet som det verkat och så småningom kom vi på vad som oroade oss. Hur vet vi att det vi gjort är värt att föra vidare? Liknelsen med hjulet blir plötsligt väldigt kraftfull, men inte på det sätt som vi normalt tänkt oss. Anledningen till att vi faktiskt inte behöver uppfinna hjulet gång på gång är att:

Bra landvinningar förs vidare vare sig vi anstränger oss eller inte!

Hjulet är en så nyttig uppfinning att den inte behöver några särskilda ansträngningar för spridning eller generationsskifte. Risken att nästa generation skulle missa hjulet därför att den föregående inte lagt tillräcklig kraft på att dokumentera det, eller argumentera för det, är obefintlig (från och med nu använder vi begreppet ”generation” för att skilja dagens människor från morgondagens vare sig de är äldre eller yngre).

I andra änden av skalan finns idéer, synsätt och metoder som inte är bra. För inte så länge sedan trodde man att förkylning kunde botas genom att man drog en fläsksvål upp och ner genom halsen i ett snöre. Trots ihärdiga försök att få den här metoden att överleva generationsskiften är resultatet ofrånkomligt. Metoden och föreställningen tappar fäste och dör så småningom ut.

Dåliga företeelser dör ut vare sig vi anstränger oss eller inte!

Alltså talar vi om en idéernas evolution, utveckling där bra företeelser förs vidare medan andra städas undan.

Det verkar i så fall logiskt att säga att:

Om du behöver lägga särskild ansträngning vid att föra vidare din metod eller ditt arbetssätt är det förmodligen inte värt att föra vidare.

Resonemanget förutsätter ytterligare några pusselbitar.

Det du åstadkommer måste vara önskvärt för andra människor. Först när någon delar dina värderingar och avsikter kan de vara intresserade av att ta reda på hur du når framgång. Ett hjul är inte intressant för den som inte delar ditt intresse för transporter, en pedagogisk metod är inte intressant för den som inte brinner för att hjälpa människor att lära. Om du inte är säker på att dina efterföljare delar dina grundläggande avsikter måste du ta reda på det först. Att överföra bra metoder inom miljöarbetet, best practices inom personalområdet eller fiffiga projekt inom ekonomistyrning till de som kommer efter dig kan bara fungera – och skall bara fungera – om dina efterföljare delar dina avsikter.

Det du gör måste vara synligt för andra människor. Om det inte är synligt kan det självklart inte leva vidare av egen kraft. Att göra något synligt handlar nästan aldrig om specifik marknadsföring eller särskilda informationsinsatser. I stället måste du förstå vikten av att synas i vardagen – i det du faktiskt gör. Det är viktigt att du, din verksamhet och dina metoder är tydliga och entydiga. Det handlar om vad du säger – men mer om vad du gör. Det handlar om hur du ser ut, vilka signaler du sänder och hur medveten du är om symboler och symbolhandlingar. Att vara synlig är däremot inte detsamma som att vilja pådyvla någon ett budskap eller att vilja berätta något för en omgivning som inte har frågat.

Din metod, ditt synsätt eller din idé måste passa i sin framtida omgivning. Om haven försvinner kommer vi snart att tappa intresset för att bygga fartyg. Alltså är idéernas evolution också en fråga om anpassning till en föränderlig värld. Det som var bra och livskraftigt 1997 behöver självklart inte vara det 2007. Om du inte säkert vet att förutsättningarna är detsamma i framtiden som i historien – och det vet man ju aldrig – måste du vara väldigt noga med att pröva, och ompröva, det du hittills trott på. Inte ens hjulet är framgångsrikt i alla miljöer.

De här fyra punkterna avgör om en idé, ett projekt eller en arbetsmetod kommer att föras vidare över tiden. Om de som tar över jobbet efter dig vill det du vill, ser vad du gör, tycker att de nya förutsättningarna är tillräckligt lika de gamla och inte minst – om det du gjort verkligen är bra – då kommer de att dra nytta av allt du gjort och de kommer att föra dina synsätt och metoder vidare.

Om det däremot finns skäl att tro att en eller flera av punkterna inte är giltiga, om 2007 års invånare inte delar 2006 års avsikter, om 2007 års invånare inte sett vad 2006:orna gjort, om 2007 års invånare lever under helt andra förutsättningar än vad vi gjorde 2006 eller om det vi gjorde 2006 faktiskt inte var så fantastiskt bra, ja då blir det klokt och rationellt att försöka uppfinna något annat och bättre alldeles på egen hand.

När vi sett kunskapsöverföring på det här sättet kom vi till den spännande slutsatsen:

Om nästa generation uppfinner nya lösningar på problem som vi tycker vi har löst redan är det inte ett tecken på att generationsskifte och lärande inte fungerar – tvärtom är det just därför att systemet fungerar som människor, trots våra idoga ansträngningar, börjar om från början stup i kvarten.

Fundera på vad det betyder i organisationen, i relationen mellan äldre och yngre, i skolan eller i politiken. Fundera gärna på vad det betyder i relationen mellan föräldrar och barn. Vill du överföra det du lärt dig till nästa generation eller vill du hjälpa dem att lära sig själv? Vill du ge dem dina utmärkta uppfinningar eller vill du lära dem att uppfinna själv?

Det är spännande att tänka sig idéer, metoder, förhållningssätt, projekt, arbetsätt, styrsystem och organisationsmodeller som företeelser skapade ur, och utsatta för, ett obarmhärtigt urval. Ett alldeles äkta omgivningstryck som sorterar ut det som fungerar och kastar bort det som är dåligt. Kanske skall vi ha större förtroende för att det är just på det sättet och sluta föreställa oss att just det vi tänkt ut är värt att föra vidare och bevara?

Camilla och Troed



Paradigmmäklarna i Sverige
Box 7 - L. Tvärg. 5
240 33 Löberöd
0413 - 300 02
www.parm.se - info@parm.se