

Kreativa möten II

Går det att planera för kreativa möten?

Ja – man kan och man bör göra det. Man kan vara ännu tydligare och säga att man har ett ansvar och en skyldighet att göra det. Möten involverar människors engagemang och drar direkta kostnader. Man har i längden inte råd att gå miste om den kraft som bra möten utgör.

Ordet ”planera” kan låta lite stelt, man kan istället uttrycka det som en *medveten ambition* att förbättra möten, gjord med *insikt* och *energi*. Man inte garantera att möten blir kreativa men väl förbättra chansen att de blir det. Andelen bra och kreativa möten kan ökas genom målinriktat arbete, kunskap om former och tekniker, utbildning, övning samt regelbunden utvärdering.

En grundprincip för att åstadkomma bra möten är att inte låta mötesformer bygga på slentrian och rutin. Vilket är en uppenbar risk om man är van vid att möten hålls på ett visst sätt. Man förutsätter att de ska vara – eller måste vara – på ett visst sätt. Eller man funderar inte alls över saken. Skola, yrkesutbildningar och egna erfarenheter formar uppfattningen om mötesformer – och synen på möten är ofta traditionell och mer eller mindre oförändrad sedan decennier, trots snabb utveckling på många områden. Kunskapssamhällets komplexa projekt, ny teknik, nya organisations- och samarbetsformer är bara några exempel. Människors förväntningar, attityder och mål utvecklas också över tid.

Slentrian och rutin innebär ofta att möten bygger på envägskommunikation – till allt för stor del, och ibland helt och hållet. Inte sällan upptar presentationer mötestiden, med bara en kort stund till diskussion. Kärnan i kreativa möten är istället interaktion, kunskapsutbyte, debatt och samverkan, det vill säga flervägskommunikation.

Varför går det så lätt slentrian i möten? Några anledningar är:

- Det är bekvämt att låta möten gå på rutin. Deltagarna behöver inte förbereda sig på något speciellt sätt. Mötesledaren måste inte lägga tid och möda på extra planering. Därför får många möten den form de ”alltid” haft. Det är behagligt, det är tryggt och det är kravlöst – men det är knappast energiskapande eller kreativt.
- Man inser inte hur nödvändigt det är med bra och kreativa möten. Därför prioriteras inte heller insatser för att göra möten så bra de kan och bör bli. Sambandet mellan medvetet arbete med mötesformer och kreativitet är inte alltid uppmärksammat.
- Förändringar möter inte sällan motstånd – det gäller också nya former för arbete och möten. Krav på personligt engagemang och ansträngning kan upplevas som besvärande.
- Nya former och alternativa tekniker är inte kända. Man har inte fått tips, träning eller utbildning för att åstadkomma kreativa möten.

Spontana möten. Sådana möten upplevs ofta som kreativa – man kan väl inte planera för dem? Jo, genom att metodiskt och långsiktigt etablera en bra möteskultur kan ge spontana möten bättre förutsättningar att bli värdefulla och kreativa. Man kan också öka sannolikheten för att de verkligen inträffar, genom att skapa utrymme för dem i verksamheten och visa att man värderar dem. Man bör dock inse att det finns personer som uppfattar ”kreativitet” som något abstrakt och diffust, något som är skilt från konkreta handlingar och resultat. Det finns till och med de som uppfattar kreativitet som något dåligt – det vill säga ostrukturerat, svårkontrollerat och potentiellt riskfyllt. Erfarenheten pekar i motsatt riktning: det är människans kreativitet, i form av nya idéer och lösningar, som leder utveckling framåt, genom konkreta innovationer och nya möjligheter. Vilka faktorer är speciellt avgörande för att möten ska bli kreativa? Många faktorer påverkar hur kreativt ett möte blir. Deras betydelse och samverkan varierar med typ av möte, uppgift och sammanhang. Min åsikt är att det som gynnar dynamisk samverkan mellan mötesdeltagarna har störst betydelse – exempel är bra mötesformat, anda/kultur, ledarskap och användning av kreativa tekniker.

Faktorer som kan påverka graden av kreativitet och dynamik i ett möte är vilka deltagare som bjuds in; bredden avseende kompetens, erfarenheter och attityder; länken mellan möte och konkreta resultat; möteslokal och miljö.

Många av dessa aspekter handlar inte om antingen-eller, och sällan finns inte ett »rätt svar« som gäller för alla möten. Enskilda faktorer är beroende av situation, uppgift, deltagare och organisation. De samverkar också på ett komplicerat sätt. Insikt och förståelse för olika faktorer och hur de samverkar, ger möjlighet till medvetna avvägningar inför möten, och varierar former och komponenter på ett flexibelt och målinriktat sätt. För många parametrar gäller också att »lagom« är bäst; för lite är inte alltid bra och för mycket är inte heller bra (ungefär som kryddor i maten). Typen av möte har också betydelse – stort eller litet, spontant eller planerat, enstaka tillfällen eller återkommande träffar, kort eller lång tid, på arbetsplatsen eller utanför den, det finns många variabler. En speciell sådan är om det är ett formellt eller informellt möte. Faktorerna speglar olika dimensioner och de överlappar varandra. Ett enskilt möte kommer därför att passa in i många av ovanstående kategorier.

En enkel modell. Även om det finns många olika typer av möten och varje individuellt möte har sin unika karaktär är det värdefullt att arbeta med en »grundmodell» som syftar till att göra möten mer kreativa och kraftfulla. En sådan grundmodell kan göra det lättare att planera med flexibilitet och spontanitet, och få ut det bästa av olika sorters möten. En bra modell hjälper till att fokusera på centrala aspekter; att den är »enkel» kan minska risken att man fastnar i detaljer.

Sammanfattning. Kreativa möten leder till kreativa resultat. De genererar energi, motivation och förmedlar kunskap. De har ett socialt värde. Mötens kulturbärande roll är ytterst central och kan inte nog betonas. De faktorer som gör möten kreativa handlar också i hög grad om respekt för människor, deras idéer och personlighet: att idéer, åsikter och kunskaper värderas utifrån deras kvalitet, inte utifrån vem som kommer med dem. Bra möten ger människor möjlighet att bidra med sin inneboende kreativitet och att arbeta för att realisera bra idéer och initiativ.

Kreativa möten visar det positiva värdet av förbättring, förnyelse och förändring. De klargör, i praktiskt arbete, vilken prioritet och vilket värde man lägger på kreativitet och innovation. Det viktigaste budskapet är att kreativa möten är en särskild kategori, med speciellt värde. När man ser dem som en egen företeelse kan man också arbeta medvetet med mötens innehåll, form och inriktning. Kunskap, målinriktning och träning ger möjlighet att förnya och förbättra, med fokus på kreativitet. Min erfarenhet är att diskussioner om detta särskilda och värdefulla väsen, till exempel i samband med föreläsningar och workshops, snabbt lockar fram tydliga åsikter, erfarenhet och förslag.

Kreativa möten är inte bara en delmängd av bra möten. Det kreativa elementet är något utöver »bra« – och att lägga tonvikten på det kreativa innebär därmed att man snäpper upp ambitionen några steg. Samtidigt gör man en viktig investering; utdelningen kommer på många plan.

Det annorlunda. Rutin och slentrian är knappast det bästa receptet för att locka fram det nya och originella. Det annorlunda som ger förnyelse och energi, är en viktig komponent i kreativa möten. Det annorlunda ska höra till själva mötet och dess uppgift, inte bara i dess inramning. Det nya och avvikande har också speciellt värde för personlig upplevelse, inspiration och kraft – det motiverar och stimulerar.

Framtidens möten. Jag är övertygad om att kreativa möten kommer att uppmärksammas alltmer som begrepp och företeelse. Kreativa möten är verktyg som ger utväxling på den bredd av kraft och kompetens som finns i organisationer – och behovet av sådana möten lär inte minska i en tillvaro av snabb förändring och utveckling, komplexa uppgifter och tydlig specialisering. Kreativa möten ger också individer möjlighet att utvecklas, presentera och realisera initiativ. Framtiden formas genom nya idéer och lösningar: Kreativa möten är verktyg i sådana processer och det är rimligt att tro att också möten utvecklas och förnyas över tid. Ny teknik uppmärksammas flitigt i media och debatt. Exempel är nya möjligheter att överbrygga avstånd, tid och rum, liksom utrustning och programvara för att visualisera, dokumentera och distribuera. Men förändringar sker också på många andra områden, i samhälle och avseende umgängesformer, kommunikationsmönster, attityder och organisationsstrukturer, faktorer som också påverkar möten och dess former.

Att möta morgondagens möten – och vara med utformningen av dem – vad kan vara mer stimulerande? Möten där idéer bollas, med frihet, djärvhet och energi, möten där man känner tankens rum vidgas och förändringens vind blåsa, frisk och stark?

Artikeln har publicerats i Meetings International Nr 21, 2007