

BUCURIA SERENDIPITĂȚII ADUCE IDEI

Mariana HARJEVSCI

Abstract

Serendipity as a “fortunate happenstance” or “pleasant surprise” can play an important role in the search for truth, but is often ignored in the scientific literature because of traditional scientific behavior and scientific thinking based on logic and predictability. Author underlines that serendipitous events occurred in libraries can generate important ideas for various projects, activities in library. It is recognized and appreciated the unexpected situations, can tend to encourage librarians to observe and discuss unexpected events leading to new good ideas.

Keywords: serendipity, innovative ideas, library services

* * *

Identificăm și la Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu” o idee bună atunci când ne iese în cale. Un proiect, o activitate – pot deveni idei mărețe. Însă de unde vin totuși ideile bune? Ce fel de medii le fac mai sigură apariția? Cum generăm ideile fundamentale care ne propulsează activitatea? Chiar așa: de unde vin ideile bune? Steven Johnson, autorul unor foarte cunoscute cărți de popularizare a științei, ne demonstrează, într-un stil destul de convingător, că întrebarea corectă ar trebui să fie: „Ce fel de mediu favorizează dezvoltarea unor idei bune?”

Scriu aceste rânduri inspirată din cartea De unde vin ideile bune, al cărei autor își pune aceste întrebări, iar răspunsurile pe care le-am descoperit sunt destul de convingătoare. Într-un stil contagios, Steve Johnson își folosește abilitățile cognitive în diverse domenii, de la neurobiologie sau urbanism până la cultura internetului, sfârșind prin a identifica șapte modele-cheie, care se află în spatele inovației autentice. Plecând de la mult laudatele sale narațiuni despre inovatori, cartea, pe lângă altele, se bucură de un mare succes la public, autorul examinând modul în care inovația poate fi accelerată în anumite împrejurări și în ce fel mediile fizice pot să afecteze și să stimuleze ideile mari. Ideea pe care am extras-o din cartea lui S. Johnson este că, beneficiind de toate instrumentele pe care le avem astăzi la dispoziție, gândirea inovatoare este accesibilă oricui – în mod special celor care știu cum să o cultive.

Prin această comunicare doresc să completez microsistemul de inovare din cadrul Bibliotecii Municipale „B.P. Hasdeu” pentru a răspunde provocărilor pe care intuiesc că le întâmpină orice bibliotecar dezvoltând idei inovatoare, fie în cadrul Zilelor FedEx, fie acum, când începe forfota planificării pentru fiecare an. Ne dorim ca produsele inovatorilor să își găsească drumul din laboratorul unei biblioteci spre întreaga rețea instituțională. De aceea, mi-ar plăcea să știu că, într-un fel, pot contribui la construirea unei rețele inovatoare de biblioteci inovatoare și bibliotecari locali și conectarea Dvs. la rețeaua instituțională. Gândul optimist de la care am pornit este că modelul lui Joel West, un alt autor contemporan, a demonstrat că pe măsură ce orașele devin mai mari, ele produc idei într-un ritm mai rapid. Orașele, similar webului, au fost întotdeauna motoare ale inovației, deoarece din motive istorice și geopolitice acestea sunt medii propice pentru crearea, difuzare și adoptarea ideilor bune. Este recunoscută și cealaltă parte a monedei – în orașele mari, sunt în creștere multe lucruri mai puțin pozitive – impurificarea aerului, rata criminalității etc. Dar nu despre aceasta discutăm. Suntem o bibliotecă a unui oraș cu peste 600 000 de locuitori, așa că șansa de a produce idei este una din start benefică nouă.

Nu trebuie însă să ne dezamăgească Regula 10 / 10 – în care se precizează că ni se solicită un deceniu pentru elaborarea unei idei și alt deceniu pentru ca aceasta să-și găsească o audiență de masă și să prindă contur. Aceeși soartă a avut-o evoluția radioului, a telefoanelor celulare, computerelor personale, a dispozitivelor de navigare GPS etc. – toate au avut nevoie de un interval de 10 ani pentru a trece de la inovație la adoptarea în masă.

Modelul competiției creat la Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu” este o ilustrare excelentă. Orice manual de economie spune că competiția dintre firme rivale conduce la inovații în produsele și serviciile lor. Dar când privim inovația din perspectiva zoomului larg, atunci competiția este mai puțin esențială în istoria ideilor bune. Ideile bune nu vor să fie de sine stătătoare, ele vor să se conecteze, să fuzioneze, să se recombine. Ele vor să se complementeze una pe alta tot atât de mult pe cât doresc să intre în competiție. Când au apărut primele orașe-centre comerciale, ele au lărgit rezervorul de minți care puteau să născocoască și să împărtășească idei bune. E un adevăr, susține S. Johnson, nu e vorba de faptul că rețeaua este mare, în sine, ci de faptul că indivizii devin mai deștepti pentru că sunt conectați în rețea. Astfel, există într-adevăr unele probleme minunat soluționate de gândirea colectivă: formarea cartierelor din orașe, iar Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu” e tocmai benefică unei astfel de circumstanțe.

Autorul Koestler avea o mare încredere în forța creatoare care se ivește atunci când se ciocnesc diferite discipline intelectuale. Astfel că ideile survin în mințile oamenilor, dar acele minți sunt conectate la rețele exterioare care modelează fluxul de informații și inspirații din care sunt alcătuite ideile mari.

Intuițiile care nu se conectează sunt condamnate să rămână simple bănuieli. Intuițiile încep cu o senzație vagă greu descriabilă că există o soluție interesantă la o problemă ce încă nu a fost prinsă sau pusă și rătăcesc printre umbrele minții, făcând noi conexiuni și prinzând puteri.

Pentru majoritatea dintre noi ideile survin în cadrul și în preajma mediilor lor de muncă, cu o groază de presiuni cotidiene, distracții, responsabilități și constantă supervizare pe care viața de serviciu le implică foarte ades. Nu este așa că și noi trecem prin astfel de încercări? Autorul Jules Henri Poincaré zice că „ori de câte ori vă așezați, inovațiile se risipesc în vânt, dar când sunteți în picioare, ideile vin”. În timp ce plimbarea creatoare poate produce noi combinații serendipitoase între ideile existente în capetele noastre, putem să cultivăm serendipitatea prin modul în care absorbim idei noi din lumea exterioară.

Dicționarul Webster definește serendipitatea ca „darul de a descoperi lucruri de valoare sau plăcute pe care nu le-ai căutat”. Această definiție are câteva trăsături care te intrigă. Una dintre ele este că serendipitatea este socotită un fel de dar, ceea ce presupune că anumiți oameni îl au, în timp ce alții nu, că anumiți oameni sunt norocoși, și alții nu sunt. Eu cred în forța celor 355 de bibliotecari ai rețelei Bibliotecii Municipale „B.P. Hasdeu”. Începe să devină una dintre teoriile mele de bază faptul că harul, care se manifestă parțial prin „lucruri de valoare sau plăcute pe care nu le-ai căutat”, este la dispoziția tuturor. Dar unii profită de el, iar alții nu.

Serendipitatea nu este doar o chestiune ce vizează un eveniment aleatoriu, nici nu poate fi percepută, pur și simplu, ca sinonim pentru „un eveniment fericit” (Ferguson, 1999; Khan, 1999) de „a afla lucruri fără a fi în căutarea acestora” (Austin, 2003) sau „o surpriză plăcută” (Tolson, 2004). Noul dicționar al limbii engleze definește serendipitatea ca apariția și dezvoltarea unor evenimente norocoase într-un mod satisfăcător sau benefic, înțelegerea posibilității ca orice eveniment care are loc în absența oricărui proiect evident (aleatoriu sau accidental), care nu este relevant pentru orice nevoie prezentă. Așa că inovațiile prezentate ca exemple de serendipitate au o caracteristică importantă: au fost făcute de persoane fizice care pot „vedea poduri acolo unde alții au văzut găuri” și conectează evenimente creative, bazate pe percepția unei legături semnificative. Laureatul Premiului Nobel Paul Flory sugerează că invențiile importante nu sunt simple accidente. Știați că Bill Gates este celebru pentru că-și ia vacanțe anuale pentru lectură? În timpul anului el strânge în mod deliberat un morman de materiale pentru citit – multe dintre ele fără o legătură cu preocupările zilnice de la „Microsoft”, și apoi își ia liber pentru a plonja adânc în cuvintele pe care le-a pus deoparte.

Gândiți-vă la biblioteca noastră, la frunzărirea cărților, am deveni niște oameni foarte direcți – punem cuvinte-cheie într-un motor de căutare și găsim ceea ce căutăm. Este eficient, dar pentru cei care sunt în căutarea unei idei, poate fi plicticos. Pierdem ceva timp, dar ne îmbogățeste – anume actul de a căuta pe rafturi, de a scoate câte o carte, al cărei titlu sau a cărei legătură frumoasă vă stârnește interesul. A căuta ceva și a fi surprins de ceea ce ați găsit – chiar dacă nu e ceea ce ați început a căuta – este una din cele mai mari plăceri ale căutării unei idei, și până în prezent nu sunt alte software, zice S. Johnson.

Frunzărirea de „modă veche” a cărților conduce, într-adevăr, la descoperiri neplanificate. Însă grație naturii conectoare a hipertextului și a foamei exploratorii a blogosferei de a găsi lucruri noi este mult mai ușor să stăm în fața browserului și să le dăm peste ceva cu totul scilpitor, dar surprinzător, decât să ne plimbăm printr-o bibliotecă, scormonind cu privirea cotoarele cărților. Da, este în mult mai mare măsură o căutare decât a fost vreodată explorarea aleatorie a rafturilor din bibliotecă, scoțând cărțile a căror legătură ne place. În aceasta constă ironia înțelegerii privind serendipitatea. Unul dintre motivele pentru care omul tinde să se împotrivescă serendipității este că nu suntem pe deplin conștienți de prezența lui. Nu descoperim lucruri de valoare pe care nu le-am căutat pentru că nu recunoaștem valoarea acestuia atunci când o avem la dispoziție. Cu alte cuvinte, astfel de evenimente ni se întâmplă tuturor, dar deseori nu recunoaștem natura lor specială; considerăm astfel de evenimente lipsite de importanță și ca atare nu reușim să profităm la maximum de ele.

Probabil, ați realizat că cea mai grozavă invitație de a explora plăcerea unor idei la Biblioteca Municipală este participarea la Zilele FedEx@Hasdeu. Pe parcursul a mai mult de 20 de ani Biblioteca Municipală și-a creat cultura sa proprie de învățare, un sistem bine pus la punct de învățare organizațională la locul de muncă, se practică orice fel de învățare în scopul lărgirii perspectivei angajaților ei. Învățarea la BM este orientată spre căutarea excelenței, a inovației. Tot mai mult se oferă oportunități de învățare nonformală care aduc rezultate individuale și instituționale. Exprim mulțumiri și îmi doresc ca acest laborator – Zilele FedEx@Hasdeu – să continue pentru că e o metodă de învățare prin care se colectează și se promovează

ideile angajaților BM. A ști cum să promovezi ideile angajaților devine, astăzi, o competență-cheie, esențială pentru manageri. Această competență va separa managerii eficienți de cei ineficienți, bibliotecile dinamice de cele în stagnare.

Creierul nostru instituțional are și el un apetit pentru haosul creator care guvernează starea de vis. Mă gândesc uneori: cu cât e mai dezorganizat creierul nostru cu atât putem deveni mai creativi. Este contra simțului comun că noi tindem să atribuim sporul de inteligență din lumea tehnologiei tot mai precise. Și totuși, creierul nostru erup cumva într-o furtună de zgomot. Ele caută cumva acel zgomot ca să prospere, cel puțin după măsurătorile indicate de testele IQ. Știința încă nu are – deocamdată – explicație solidă a acestor stări de haos ale creierului, dar mulți consideră că această căutare a serendipității, care deseori este legată și de un zgomot care permite creierului să experimenteze noi legături, noi conexiuni aleatorii, iar în final noi idei creative.

Chiar și un romancier contemporan scrie că „nu trebuie să ajungeți în Serendip, denumirea veche a insulei Sri Lanka, plănuiind o cursă până acolo, ci trebuie să plecați cu bună-credință spre o altă destinație și să vă rătăciți serendipitos”.

Dar serendipitatea nu constă doar în căutarea de întâlniri neprevăzute din pur amuzament, aceasta este alcătuită din accidente fericite, cu siguranță, dar ceea ce le face să fie fericite este faptul că descoperirea pe care ați făcut-o este semnificativă. Serendipitatea completează o intuiție sau deschide o ușă a posibilului adiacent pe care ați trecut-o cu vederea. Deci, ceea ce menționasem anterior, că serendipitatea implică frecvent schimbări interdisciplinare.

Provocarea pe care am încercat să o fac, firește, constă în a ști cum să vă creați medii care eventual pot avea grijă de aceste întâmplări serendipitoase pe toate scalele: în spațiul privat al minții, în instituția pe care o conduceți și în direcțiile rețelelor informaționale. La prima vedere, ideea de a face să apară o descoperire întâmplătoare în propria minte uneori pare dificil. Însă un mod de a rezolva această problemă este de a ieși din găoace. Istoria inovației este plină de povești despre idei bune care le-au venit unora pe când făceau tura. Originalul moment Eureka! a avut loc la fel într-un loc destul de neordinar. În timp ce plimbarea creatoare poate produce noi combinații serendipitoase între ideile existente în capetele noastre, putem să cultivăm serendipitatea prin modul de a absorbi din lumea exterioară. Iar lectura rămâne un vehicul nedepășit de a transmite unele idei și perspective noi. Serendipitatea privată poate fi cultivată la fel de bine și prin intermediul tehnologiei.

Premisa că inovația prosperă apare atunci când ideile se pot conecta serendipitos și combina cu alte idei, atunci când intuițiile se pot ciocni cu alte intuiții, care pot umple cu succes golurile. În concluzie, putem menționa că ideile, create la nivel local, pot fi făcute publice asigurând un sistem de comunicare, creând o arhitectură pentru serendipitatea instituțională, precum se întâmplă la Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu”. Instituția noastră oferă ideilor bune noi modalități de a se conecta.