

SAMEN OP WEG NAAR EEN **NEW AGE**

ROLF KNIJFF

In ons vakgebied doolt een nieuw spook rond. Zijn naam? Het *'einde van strategisch opleiden'*. Het ziet er als volgt uit.

- organisaties zijn voortdurend in beweging;
- technologische en organisatorische ontwikkelingen halen opleiders steeds in;
- voordat organisaties hun strategie kunnen verduidelijken is die veranderd;
- zo zijn strategisch opleiders steeds bezig met het verleden!

Het alternatief is als volgt:

- kennis is een individuele bekwaamheid;
- werken is eigenlijk leren;
- niet langer sturen organisaties de ontwikkeling van mensen;
- de ontwikkeling van mensen stuurt organisaties.

Het denken over de ontwikkeling van bekwaamheden verschoof van *structureren* en *beheersing* naar *individualisering* en *facilitering*! Door opleiders onbegrepen veranderingen werden verruild voor de romantische hang naar eenvoud, typerend voor

perioden van economische en technologische breuken. Reflectie over de noden van organisaties werd verruild voor reflectie over het autonoom individu. Dat gold voor leerling en leraar!

VERSTIKT IN JARGON

Globalisering, informatisering, new economy, netwerkorganisaties? Voor opleiders prachtige begrippen. Graag gebruikt, ook in dit blad, veel voorkomend in openingszinnen van artikelen. Maar dan wordt het stil. Heen en weer gekeukt tussen New Age, 'pop-psychologie', kennismanagement en de dorheid van de onderwijskunde, slagen opleiders er niet in om zulke concepten te verbinden met nieuwe bekwaamheden! Moedig schermen ze daarom met een *levenslang leren* en *leren te leren*. Het onvermogen om maatschappelijke, economische en technologische ontwikkelingen te begrijpen, leidt tot breedbeeldoplossing: *We begrijpen het wel niet, maar als we altijd blijven leren zal het wel goed komen*. En zo los je ieder

(educatief) probleem op! Onbegrip wentel je af op schaarse tijd van een ander. Wat opleiders toen nog restte, was een vlucht in New Age.

KENNISCREATIE

Het zijn deze gedachten die opwelden na een boeiende bijeenkomst van de Academie voor Management uit Groningen ter voorbereiding van haar leergang 'Kenniscreatie'. Om te kunnen overleven(sic), aldus de Academie, dienen bedrijven kenniswerkers aan zich te binden. Zij creëren kennis. Alleen: 'kenniscreatie is niet te programmeren. Wel kunnen de condities daarvoor geschapen worden', aldus de Academie. Productie van kennis voltrekt zich, ook volgens de Academie, binnen een nieuw paradigma, waarin onvoorspelbaarheid, intuïtie, creativiteit, zelfordening, non-lineariteit, chaos- en paradoxdenken de achterliggende ideeën zijn. Zo nam de Academie royaal afscheid van strategisch opleiden en positioneerde zich op het erf van Joseph Kessels!

Termen als kennisproductiviteit, wederzijdse aantrekkelijkheid, economische aantrekkelijkheid en ook kenniscreatie lijken bedacht door het 'Ministry of funny names'.

MINISTRY OF FUNNY NAMES

De dood van strategisch opleiden danken we aan Joseph Kessels en Paul Keursten (Kessels, 1999. Keursten, 1999). Zij vervuilden de eenvoud van de onderwijskundige discipline voor de complexiteit van kenniscreatie. Beider basis: het door Kessels gelanceerde 'corporate curriculum'. Een niet altijd even helder concept van zeven leerfuncties dat voorwaarden voor kenniscreatie benoemt (Berghuis en Vinke, 1998) en leidt tot een terminologie die, om met Monty Python te spreken, bedacht lijkt door het 'Ministry of funny names'. Termen als kennisproductiviteit, wederzijdse aantrekkelijkheid, economische aantrekkelijkheid en ook kenniscreatie.

AANTREKKELIJK

Kessels visie mondt uit in de omschrijving van 'kennis als persoonlijke bekwaamheid'. Dat leidde tot de dood van strategisch opleiden. Want, zegt Kessels, bekwaamheid kun je niet delen, niet overdragen, niet kopen en niet verkopen! Vertrouwde begrippen als 'kennisoverdracht' en 'leerstof' zijn dus niet meer bruikbaar (Kessels, 1999). En dan de klap op de vuurpijl: 'Je blootstellen aan de dynamiek van het corporate curriculum is niet alleen opwindend, het is waarschijnlijk een noodzaak om in een kenniseconomie aantrekkelijk te zijn.' (Kessels, 2000. Mijn cursivering RK.). En tegen die uitspraak bleken opleiders die overal met de hand tussen de deur zaten niet bestand. Je blootstellen, een opwindend leven en bovendien nog aantrekkelijk zijn, wat wil je nog meer. Sindsdien is het niet begrijpen door opleiders van globalisering, informatisering en netwerkeconomie geen schande meer. Een professoraal argument werd therapie voor een professionele gemeenschap. En dat is knappe marketing: een visie bestemd voor eindgebruikers

werd een reddingsvlot voor doorverkopers! En zo overleed strategisch opleiden. Het was aan Kessels' discipelen, zoals Keursten, het lijkt te begraven (Keursten, 1999).

LEERAAR/LEERLING?

Ieder pleidooi voor kenniscreatie staat gelijk aan het intrappen van een open deur. Interactie tussen mensen impliceert leren; niets nieuws onder de zon. Dat geldt ook voor het faciliteren van zulk leren. De Academie voor Management, en haar inspirators, treft hier geen enkele blaam. Maar hun ontkenning van strategisch opleiden, hoe complex strategie ook mag zijn, zal veel bedrijven schaden! Professionele doelen van opleiders in organisaties werden gereduceerd tot het vinden van een gezamenlijke 'cultuur' met leerlingen. Het leren van de één werd het leren van de ander. En zo werd een professionele ambitie ontkracht.

Literatuur

- Berghuis, G. en T. Vinke, 'Het belang van productief leren', in: *Nederlands Tijdschrift voor bedrijfsopleidingen*, 1998, 7/8, pp. 26-27.
- Kessels, J., 'Het verwerven van competenties: kennis als bekwaamheid', in: *Opleiding & Ontwikkeling*, 1999, 1/2, pp. 7-11.
- Kessels, J., 'Een corporate curriculum voor het beroepsonderwijs. Kenniseconomie stelt voortdurende leereisen', in: *Nederlands Tijdschrift voor bedrijfsopleidingen*, 2000, 3, pp. 4-8.
- Keursten, P., 'Het einde van strategisch opleiden?', in: *Opleiding & Ontwikkeling*, 1999, 10, pp. 27-33.

Rolf Knijff is directeur van Kta te Terneuzen. Kta is gespecialiseerd in de introductie van technologie en systemen in organisaties, nieuwe taken en nieuwe bekwaamheden van medewerkers.