

Det finns ett antal försök till korsbefruktning mellan sportens och affärernas värld. Vi hade nyligen recensioner av två sådana försök, *Sporty Business* och *The Administrative Side of Coaching*. Brian Goffs *From the Ballfield to the Boardroom: Management Lessons from Sports* är en bok i samma anda; här är ambitionen, som undertiteln anger, att finna kunskaper och insikter om ledning och styrning i sportens praxis som kan överföras till affärsvärlden och bli handgripligen användbar kunskap. Lars Lagergren har läst Goffs bok för forumets räkning, och han tvingas konstatera att det dessvärre inte gick särskilt bra att förena dessa världar, åtminstone inte med Goff som handledare. En sågning blev det, men en välformulerad och läsvärd sågning.

## Kunskapsöverföring med förhinder

Lars Lagergren

Idrottsvetenskap, Malmö högskola

Brian Goff

### **From the Ballfield to the Boardroom: Management Lessons from Sports**

243 sidor, inb.

Westport, CT: Praeger 2005

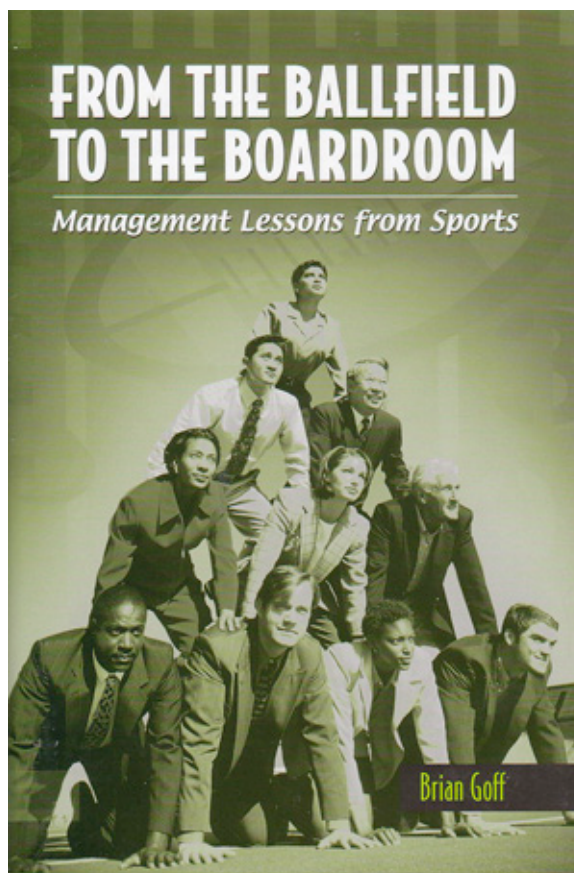
ISBN 0-275-98517-2

Jag borde ha anat oråd när baksidestextens berömmande ord var undertecknade av framträdande professorer vid de ärevördiga lärosätena Clemson University och University of Mississippi. Det är inte helt osannolikt att de är polare med författaren och tillika professorn vid Western Kentucky University, Brian Goff. Kanske har herrarna vid något angenämt postseminarium tillsammans bollat idén om att skriva en bok ur vilken näringslivets kunskapstörstande ledare, och inte minst ledare in-spe, kan plocka visdomsgodis från sportens värld. För idén är ju ganska tilltalande och därför började min läsning med en positivt laddad nyfikenhet. Tyvärr delade jag uppenbarligen inte denna med författaren själv.

Sällan har jag läst en så defensivt hållen inledning. Efter några sidors hysterisk name-dropping, från både sportens, näringslivets och

ledarskapsforskningens gallerier kommer Goff fram till att "Sport teams and most businesses are just too much of a jumbled-up collection of facts to make accurate generalizations solely based on hunches and observations drawn from experience." Jag nickar instämmande och läser vidare. Efter att ha duckat för förbisvischande namn som Vince Lombardi, John Madden, Bill Gates och Alfred Sloan börjar jag bli allvarligt oroad – varåt är Goff och jag på väg? När ska studien ta form?

Äntligen ställer så författaren den allt mer akuta frågan – *Does this mean that experiences and anecdotes are*



*useless in the study of managerial practice?* Med tanke på den dittills så defensiva hållningen borde Goff ha svarat åtminstone ”nja, det beror på” på sin egen fråga. Istället svarar han tvärsäkert ”nej” och anger två skäl, fall utgör goda illustrationer samt initierar diskussioner och vidare studier. Gott så, men istället för att ånga på och stärka sin position, följer författaren tvärtom upp med en utförlig diskussion kring begränsningarna med att studera förhållandet mellan sport och affärer (business). Kvar blev blott intet och som läsare ställer jag mig frågan – varför skrev karl'n boken egentligen?

Denna fråga kom att följa mig i min allt mer desperata kamp med otaliga namn, exempel, anekdoter och mer eller mindre långsökta efterkonstruktioner av ledares val och agerande. Allt för övrigt märkt US of A, det är tydligen bara ur den amerikanska professionella sporten som erfarenheter kring ledarskap kan dras. Vilka erfarenheter kan vi då dra, utifrån Brian Goffs studie? Tja, att New York Yankees coacher ville få fram Babe Ruths slagstyrka, till skillnad från Boston Red Sox dito, vilka såg honom främst som en eminent pitcher, som exempel på ”hidden costs”. (Dessa två positioner går tydligen inte att kombinera, vilket inte förklaras.) Vilka slutsatser kan vi dra av Yankees framgångar på 1990-talet i förhållande till deras tidigare framgångsperioder? Jo, att tur spelar in! Med hjälp av ledare för i tur och ordning San Francisco 49's, Minnesota Vikings, historiska kungar, militärer och industrialister, Dallas Cowboys, Boston Red Sox, San Diego Padres, White Sox, Athletics, Cardinals, Baltimore Ravens, Colorado Avalanche och Duke University (basket) får läsaren klart för sig att information och kommunikation är viktiga ingredienser i ledarskap. Jag kan inte påstå att jag drunknar i alla exempel och anekdoter, eftersom detta kräver ett visst djup. Och något sådant erbjuder inte Brian Goffs vare sig i sin text eller i sina analyser. Jag ska ärligt erkänna – jag orkade inte traggla mig igenom hela denna bok.

När Goff, på ett sätt överraskande, citerar Albert Einsteins ord ”information är inte det samma som kunskap” träffar han huvudet på en spik han troligen inte siktade på. Ty detta citat sammanfattar Goff dilemma – att ha så mycket information innebär inte att man är förmögen att förmedla viktig kunskap. Brian Goff *kan* professionell amerikansk sport och hans akademiska kunskaper och meriter är säkert ansevärda, men ifrågasättande försök att kombinera och förmedla allt detta till oss läsare ”bidde en fingertutt” av ringa eller inget värde.

© **Lars Lagergren 2006**



**Köp boken från [Adlibris.se](http://Adlibris.se)**



**Kjøp boken fra [Akademika.no](http://Akademika.no)**



**Køb bogen fra [Saxo.dk](http://Saxo.dk)**