



# Medflyt i kunnskapsdeling

- Kunnskapsledelse; en schizofren historie
- Hvordan ser det ut i praksis, et besøk hos MeningsMakerne
- Tips og råd for lystne...





# Kunnskapsledelse

## – en schizofren historie

- **Teoretisk ballast**
  - Critical theory;
    - OK kunnskapssyn, pessimistisk arbeidssyn
  - Business Management
    - Kunnskapsindustri som enhver annen industri
- **Praktiske KM initiativer**
  - Human Resource – inspirerte initiativer.
    - Tilrettelegge og pleie
  - Muligheter i IKT og økonomiske styringssystemer som inspiratorer.
    - Formalisere, kontrollere, og ”eie”
- **Ulikt utgangspunkt; - men felles front:**
  - Kunnskapsdeling er vanskelig...



## Paradokset kunnskapsledelse:

- Mennesket er sosialt
- Sosialisering er kunnskapsdeling,
- Det er kunnskapsdelere vi er
  - Selv om ikke all kunnskap vi deler er "god" kunnskap
- KM verktøy utvikles med utgangspunkt i dysfunksjonell praksis.



# MeningsMakerne; Et internasjonalt Kommunikasjonsbyrå

- Hver leveranse er unik.
  - Leveransen er skreddersydd til kundens problemstilling, kundens historie og dagens mediebilde
- Jobben har alle tradisjonelle "stressfaktorer"
  - Kundens problem er ferskvare; tidspresset er stort
  - Eksterne begivenheter forandrer kontinuerlig forventningene
  - Det finnes få klare kvalitetskriterier for sluttproduktet.
- Konsulentenes arbeid og bedriftens inntjening er tett knyttet sammen.
  - Fordrer rask innrulling av rett person til rett tid
  - Den individuelle konsulentens inntjening er det klareste evalueringskriteriet



## Hva sier MeningsMakerne om kunnskapsdeling?

- ”Vi trenger flere Best Practice eksempler”
- ”Vi må systematisere metodene våre”
- ”Jeg burde absolutt prioritere dette, men det er så dårlig tid...”

Akkurat som den rådende ”mening”; retorikken bærer preg av at:

- kunnskap om praksis og produkt må foredles før den kan (for)brukes
- Det tar tid og energi å drive med kunnskapsdeling



# Hva gjør MeningsMakerne?

- Bruker et vidt spekter av metoder for kategorisering av kunden, medie og maktbildet:
  - Maktkart, rollehjul, verdimaker
  - forteller ikke hva kunden eller situasjonen er – men hjelper til å skape det
- Bruker .ppt presentasjoner som prosessverktøy
  - forteller ikke hva du skal gjøre, men forenkler prosessen med å gjøre det
  - Forenkler inn og utrulling av deltagere
- Har overraskende lommer av ”overskuddsaktiviteter”
  - kan ikke forklares med bakgrunn i fortjeneste, kundekrav, ekstern synlighet,



## Innafor – rent overskudd

Oslo 16. desember 2005:

”Du har kommet til Åge Kaurin Johnsen ved Insomniaklinikken, vennligst legg igjen beskjed. Piiip...!” ”Dette er Peder Hansen. Jeg har en datter. Hun har holdt oss våkne i månedsvi. Kan du hjelpe oss? Vi er desperate!” Noen dager senere sitter vi hos søvnspesialisten. På bordet ligger pakker med ørepropper og servietter. Kaurin Johnsen viser seg å være et stort kommunikasjonstalent i tillegg til psykologspesialist. Etter en grundig sensemaking lar han oss vite at Fanny losjerer på et femstjerners hotell med ditto service. ”Dere kommuniserer at Fanny kan plukke fritt fra øverste hylle,” sier han, ”og med mindre dere kommuniserer det motsatte vil våkenettene vedvare!”

Psykologen utnevnte meg til søvngeneral og kommunikasjonsdirektør, utarbeidet en kommunikasjonsplan, lyste mor fredløs og utviste henne fra soverommet (kvinner med melk i puppen kommuniserer nemlig ikke troverdig)



## Innafor – rent overskudd

*Jeg var på jentemiddag på lørdag. Utover kvelden oppsto en heftig debatt om hvorvidt vi mangler helter i vår tid. Jeg sluttet meg til fløyen som mente at alle de gode er døde eller pensjonerte eller flere generasjoner tilbake. Hvor fins en ny Erik Bye, Gunnar "Kjakan" Sønsteby eller i hvert fall en yngre og sprekere Gro? ....*

Ikke bare mine gode venninner, men også tidsånden er klar for storslåtte helter skal vi tolke oppbudet av historiske heltefilmer i senere tid, fra Ringenes Herre og Matrix-trilogiene til historiske filmer om Troja eller ridderne av det runde bord. Men når du kommer ut av kinosalen er det Valgerd, Kristin, Kjell Magne og Jens som snakker i radioen og Ivar Dyrhaug med allsang på TV.

Underveis i middagen måtte leksikon frem for å finne ut hva en helt egentlig er slik at vi kunne avgjøre om det fins noen i Norge eller ikke.

Ordet helt er gresk og stammer fra en rot som betyr å beskytte og tjene. Betydningen er knyttet til selvoppofrelse. Helten driver historien fremover med sin handlekraft, vilje og mot. Men en helt er også en som er villig til å ofre sine egne behov for andres skyld. Dermed røk alle forslag til idrettshelter ut. Kapteinen på Tampa sto frem som en enslig og lysende nåtidig heltehistorie. Hvor blir det av de andre?



# Innafor – rent overskudd

## TRAVELT

Kundetravelt

Grisetravelt

Krisetravelt

Seniortravelt

Spesialtravelt

Sådeiligmedprosjektledertravelt

Skrivetilbudtravelt

Tapeanbudtravelt

Skrivetilbudtravelt

Jegmåringehjemtravelt

Jegblirveldigsentravelt

Jegerherjammenennåtravelt

Jævlaprintertravelt

Jævlakopimaskintravelt

Jævlavideokanontravelt

Viktigåtissefør møteogderringertelefonentravelt

Velte kaffekoppentravelt

Veldig varm kaffe på tissentravelt

Forbanna PC travelt

Forbanna C travelt

Forbanna CC travelt

MEN JEG REKKER IHVERTFALLS SKRIVETID  
RHVER JÆVL AGANG FORBANNADUSTEHUE  
RSOMIKKEGJØRDET TRAVELT



# Er INNAFOR et verktøy for kunnskapsdeling?

Kvalitetskriterier ved tradisjonell KM

Egenskaper ved INNAFOR

Predefinert læringsutbytte ↔ Ingen forventning om læringsutbytte

Normative føringer ↔ Mangler valideringskriterier

-Gjennfinbarhet/  
gjenbrukbarhet ↔ Ingen søkekriterier eller gjenfinningsmekanismer

Støttet av ledelsen ↔ Flere ganger foreslått fjernet

# INNAFOR gir skapende kunnskapsdeling!

- Etablerer og forsterker felles vokabular
- Introduserer utfordrende blikk på verden og relasjoner
- Inviterer til diskusjon og dialog
- Fungerer som inspirasjons og idebank

**Fremmer initiativ og skapende muligheter fremfor kontroll og gjentakende repetisjoner**



## Tips og råd; for SKAPENDE kunnskapsarbeid

- Legg til rette for "utvidede rom" for kommunikasjon
  - Ulikt arbeid har ulike dialoger
    - let etter lysten, bidraget, gnisten, du finner den gjerne i essensen av arbeidet
- Det enkle er ofte det beste
  - Ikke lag avanserte søkemekanismer – det krever definering av innhold og planlegging av brukeren.
    - Det du trenger er det som fenger
- Sørg for at det er mulig å komme i kontakt med bidragsytere
  - De som bidrar har lyst til å gjøre det oftere!