

# THINK!

Det er farlig når alt går på skinner og man selv går på autopilot. Ikke glem å tenke, skriver Trond Albert Skjelbred, partner i Nor PR.

*Skal man hjelpe en annen, må man først finne ut hvor han er, og møte ham der. Dette er det første bud i all sann hjelpekunst.*

Søren Kierkegaard  
(1813–1855)

**Legoland, sommeren 2010.** Klokkeren nærmer seg åtte og stengetid. Temperaturen har ligget rundt 30 grader i skyggen og de fleste, selv barna, begynner å bli slitne og klare for å komme seg hjem. Vi har vært i parken i ti timer med våre tre små barn, men skal bare prøve én ting til før vi skal dra. Min kone går i forveien for å sjekke hvor vi skal gå mens jeg blir igjen med barna, som prøver ut en karusell. Minuttene går og min kone kommer ikke tilbake. Barna og jeg går i samlet tropp til det siste apparatet vi skulle prøve, men hun er ikke der heller. Jeg ringer henne og sekken min begynner å pipe. Mobilen hennes ligger i sekken! Over høyttaleranlegget ropes det at Legoland nå er stengt og hordene strømmer mot utgangen. Hva ville du gjort?

Min tidligere kollega Hans Geelmuyden hadde på 90-tallet et skilt over PCen hvor det stod THINK! Dette hadde han med seg fra sin tid i IBM i USA. Han sa at dette minnet ham på å tenke. Det var tross alt det kundene i Geelmuyden. Kiese betalte ham for – å bruke hodet. Dette har jeg tatt med meg videre. Det er lett for at de rådene man gir og arbeidsoppgavene man gjør blir utført på autopilot. Da kan det fort gå galt. Man vurderer ikke situasjonen, men handler på instinkt fordi situasjonen virker kjent og ukomplisert. Man går rett

på det man tror er den rette løsningen.

Prinsippet om å vite hvor de man har dialog med er i den gitte situasjonen gjelder i næringslivet, i skolen, i hjemmet, ja – generelt i livet. Hvor mange har ikke opplevd en foreleser eller lærer som har startet på et altfor høyt eller lavt nivå – tilsynelatende uten å ha ofret en tanke på hvilket kunnskapsnivå studentene eller elevene befinner seg på?

For oss som arbeider som kommunikasjonsrådgivere, er det avgjørende å kartlegge våre kunders reelle situasjon før vi går i gang med rådgivningen og foreslår tiltak. Det er meningsløst å iverksette tiltak uten først å kjenne virksomhetens mål og kartlegge hvilke hovedutfordringer den har for å nå disse målene. Vi kartlegger dagens situasjon ved blant annet å gjennomgå og analysere aktive kommunikasjonskanaler (web, nyhetsbrev, brosjyremateriell, årsrapporter m.v.) og intervju sentrale interessenter (bl.a. ansatte, kunder, leverandører, eiere, styre, bransjeforeninger, analytikere og journalister).

Som rådgiver er jeg opptatt av å gi kundene ærlige råd. Som familiemann jobber jeg med å peile meg inn på samme frekvens som kone og barn når jeg kommer hjem etter en travel og innholdsrik arbeidsdag. Som far er jeg opptatt av å gi mine



barn oppmerksomhet, kjærlighet og trygghet. Forhåpentligvis er dette med på i gi dem ballast til å ta selvstendige valg i livet og til at de lærer seg å tenke selv.

I boken *Arne Næss – gjør det vondt å tenke?* svarer filosofen selv bekreftende, men mener likevel at det er en smerte vi ikke bør unndra oss. Han sier at samfunnet former oss slik at vi skal slippe denne nødvendige smerten, og at vi derfor må gjøre front mot reglene og sette spørsmålsteget ved det som omgir oss.

Tilbake til Legoland. Løsningen ligger snublende nær. Hun spør en av de andre besøkende om hun kan låne mobiltelefonen, ringer meg, og vi finner hverandre før portene stenges. Mission accomplished.

NESTE NUMMER: Øyvind L. Martinsen,  
Handelshøyskolen BI