



Anders Mørch ved InterMedia har hjulpet Frank Petter Larsen og selskapet Safran med å utvikle et webasert kommunikasjonssystem med deres kunder. FOTO: LYSBORDET

## Erfaringsnær systematisering av kunnskap i helsearbeid

InterMedia forsker også på nye systemer for standardisering og kunnskapsforvaltning innen helsearbeid. – Vi studerer hvordan teknologi kan bidra til at helsepersonell involveres aktivt i forvaltningen av kunnskap, forteller Anne Moen ved InterMedia og Institutt for sykepleievitenskap og helsefag.

InterMedia har et omfattende samarbeid med Akershus universitetssykehus (Ahus) som for tiden utvikler og tar i bruk et interaktivt e-læringssystem. Forskere fra InterMedia undersøker hvilke faktorer som bidrar til fornying, kompetanseutvikling, standardisering og mer samkjørte rutiner.

I slike interaktive læringsomgivelser kan leger og sykepleiere øve på nye prosedyrer og bruk av avansert teknisk utstyr gjennom simuleringsoppgaver.

– Men systemet er samtidig mye mer enn det. Ved at brukerne selv kan opparbeide erfaringer gjennom et interaktivt verktøy og få tilgang til oppdatert informasjon, bidrar de til å videreutvikle kvaliteten i pasientbehandlingen, understreker Moen.

### Dette er InterMedia

■ InterMedia er et forsknings-senter som arbeider med design for læring, kommunikasjon og samarbeid i digitale omgivelser.

■ InterMedia analyserer eksisterende praksiser og prøver ut nye løsninger som kombinerer IKT, sosio-teknisk design og læring i utdanning og arbeid.

■ InterMedia er tverrfaglig og forener spisskompetanse innen læring, informatikk og interaksjons- og kommunikasjonsdesign.

■ InterMedia finansieres av Universitetet i Oslo og eksterne prosjektmidler fra EU og Norges forskningsråd.

Antall ansatte: 30  
Forskning og utvikling: 20  
Stipendiater: 7  
Post doc: 3  
Masterstudenter: 6

[www.intermedia.uio.no](http://www.intermedia.uio.no)

## Brukere er de beste innovatørene

De som har systemer for å involvere brukere og kunder i innovasjonsprosesser og greier å utnytte denne kunnskapen, blir vinnerne i kunnskapssamfunnet, sier Anders Mørch og Anne Moen ved forskningssenteret InterMedia ved Universitetet i Oslo.

InterMedia har gjennom forskningssamarbeid med bedrifter og helseforetak utviklet metoder og verktøy for å beskrive og forbedre måter å håndtere kunnskap på.

InterMedia utforsker hvordan nye teknologier for kunnskapsdeling kan hjelpe virksomheter til å utnytte det potensialet for innovasjon som ligger i aktive kunder og brukere.

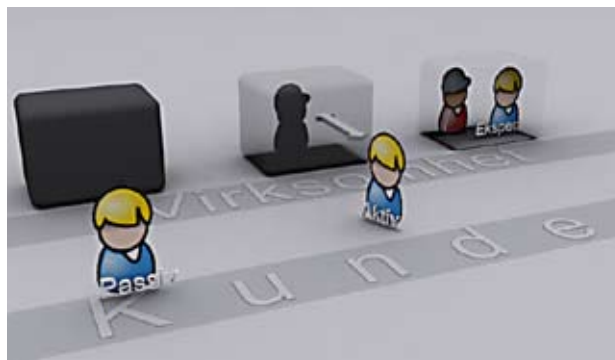
### Organiserer kommunikasjonen

For programvarehuset Safran Software Solutions, som utvikler prosjektstyringsverktøy, er innspill og tilbakemeldinger fra kunder svært viktig. Det er imidlertid en utfordring å finne måter å organisere kommunikasjonen og informasjonen på som gjør at det å utnytte dette potensialet blir overkommelig for ansatte som hele tiden er presset på tid. Det krever både teknologiske og organisatoriske løsninger. Her var det InterMedia kom inn.

Gjennom intervjuer, observasjoner og workshops analyserer først InterMedia-forskerne hvordan Safran kommuniserte og samarbeidet med kundene sine om produktutvikling.

– Når kunder informerer om hvordan de bruker selskapets produkter, nye bruksmåter og lokale tilpasninger av funksjonalitet, blir dette ressurser som selskapet kan dra nytte av for videreutvikling av produktene sine, forteller Anders Mørch.

Ny teknologi og ny organisering kan effektivisere den brukerdrevne innovasjonen. I samarbeid med Safran utviklet InterMedia en prototype for et webasert kommunikasjonssystem.



– I kunnskapssamfunnet kan den aktive kunden bidra til videreutvikling på lik linje med bedriftens egne eksperter. Det er kombinasjonen konsument og aktiv kunde som vil skape de største kundenettverkene, sier Anders Mørch ved InterMedia. ILLUSTRASJON: PER CHRISTIAN LARSEN

– Brukervennlige systemer som legger til rette for åpen informasjonsutveksling, systematisering av informasjon og kritisk evaluering, supplerer tradisjonelle markedsundersøkelser og CRM-løsninger, fortsetter Mørch.

### Aktive kunder

– Aktive kunder er en innovasjonsform som vil bli mer og mer vanlig for virksomheter som driver med produkt- og tjenesteutvikling. Brukerne får et langt sterkere eierforhold til løsningen, og bedriften kan forbedre sine rutiner ved å dra nytte av det potensialet for innovasjon som ligger i kunnskapsdeling. Dette er en trend som fikk sitt store gjennombrudd med Internett og interaktive teknologier som Web 2.0. Wikipedia er et svært godt eksempel på at det går an å drive videreutvikling basert på aktive brukere og kritisk evaluering, sier Mørch.

– Brukerne blir motivert til å komme med tilbakemeldinger når de ser løsninger basert på deres innspill. For oss er dette en vinn-vinn-situasjon, sier Frank Petter Larsen, forretningsutvikler ved Safrans Oslo-kontor. Han mener samarbeidet med InterMedia har bidratt til øket oppmerksomhet omkring forskningsmetoder i systemutvikling.



**InterMedia**  
DESIGN • KOMMUNIKASJON • LÆRING  
[www.intermedia.uio.no](http://www.intermedia.uio.no)