

ORGANISATORISK IDENTITET. GRO KVÅLE, UIA

"Saman om ein betre kommune" Nettverk –
omdømme 17.2.2012



Innhold i seminaret



- Om utvikling av organisatorisk identitet
- Refleksjon og diskusjon
- Om styring av organisatorisk identitet
- Refleksjon og diskusjon

Kva er organisatorisk identitet?

- ❑ Organisasjon: arbeidsdeling, koordinering, beslutningsmyndigheit og mål, men også historie, kultur og forbindelsar til samfunnet rundt
- ❑ Oppfatting av kven organisasjonen er (som kollektiv aktør)
- ❑ Ein vanleg definisjon: "Distinkte, sentrale og varige trekk..."
- ❑ Identitet er med på å styra handling, handling skaper også identitet

Korleis vert organisatorisk identitet utvikla?

- "Blir slik" i samhandling og samanlikning med *andre*
- Det *like* og det *unike*
- *Det like*: det som kjenneteiknar sektoren eller bransjen ein tilhøyrer, det ekspertane seier, det "heltane" gjer
- *Det unike*: Kva er det særeigne – kva er vår eigenart?

Mekanismer i identitetsutvikling

- Identifisering: positive førebilete og felles eigenskapar på tvers av verksemdar
- Differensiering: å unngå å bli lik dei ein ikkje ynskjer å likna på – negative førebilete
- Individualisering: å få fram det særeigne

Korleis uttrykkja identitet – identifisering og individualitet

- Namn
- Verdigrunnlag, visjon og slagord
- Forteljingar
- Fysiske ting og utforming

Spørsmål til diskusjon



- Kva skiljer din kommune frå andre kommunar?
- Kva skiljer kommunen frå andre (lokale) verksemdar?

Kva utløyser identitetsutviklingsprosessar?

- Krise – det vert stilt spørsmålsteikn ved legitimiteten, kritikk etter feil eller uhell, i samband med samanslåing og/eller oppkjøp
- Forventingar om framtida – kven *må* vi *bli* for å handtera det som kjem?
- Konkurranse – vinnar eller tapar?
- Ekspertar og konsulentar – dei som seier at identitetsutvikling er nødvendig og at dei har oppskrifta på korleis det kan gjerast

Underliggende tankegang for styring av identitetsutvikling

- Organisasjonen som "kropp" – vår kulturelle forestilling om kva organisasjonar *generelt* er
- Det viktig å framstå som ei einskapleg og heilskapleg eining og som talar med ei stemme
- Å *skapa* ein identitet som gjev assosiasjonar til attraktive og sterke eigenskapar og verdier (corporate branding)
- Å *formidla* dette på ein einskapleg måte internt og eksternt for slik å skapa gode relasjonar til aktørar ein er avhengig av

Problematisering av denne forestillinga av organisasjonar

- Ein stiv eller rørleg kropp?
- Ikkje realistisk oppfatting av organisasjonar – særleg ikkje offentleg sektor?
- Løyner underliggende mangfald og motsetnader?
- Identitetsmangfald er normalt!

Styring av identitetsmangfold

- Sletting – ta vekk det overflødige og lite ynskjelege
- Strukturell åtskiljing – la kvar verksemd få ha sin identitet i fred
- Integrering – slå saman og skapa noko nytt
- Aggregering – å tillata fleire identitetar og fremja dei når situasjonen krev det

Spørsmål til diskusjon



- Kva vil vera passande strategi/strategiar for å handtera identitetsmangfald i kommunen?

Styring og val av organisatorisk identitet? 1

- Styrt av leiinga frå toppen og ned:
 - raskt vedtak, konsistent og klart innhald, eller urealistisk, problem med identifisering?
- Kollektiv prosess frå botten og opp:
 - realistisk og forankra eller uklart kompromiss?

Styring og val av organisatorisk identitet 2 ?

- Ein kan havna i konformitetsfella gjennom
 1. Profesjonsdriven imitasjon – alle brukar same oppskrifta som er oppfunnen og spreidd av konsulentar
 2. Usikkerheitsdriven imitasjon – for stort fokus på positive førebilete
- Identitet vert ikkje valt eller vedteken, men skapt og utvikla i ein samhandlingsprosess og dialog med dei viktige målgruppene og samarbeidspartnerane