



Intranätet - nyhetsplats, informationskälla och arbetsrum

Genom samarbete med ett dataspelföretag har personalen på moderna museet nu möjlighet att via intranätet vandra runt i museets salar och studera tavlorna.

– Jag jobbar hela tiden med att utveckla intranätet. Vi är först i världen med att presentera vår samling virtuellt, säger Charlotte Norlin, projektledare och ansvarig för intranätet på Moderna museet.

Det är nu snart tre år sedan som Charlotte, som jobbat många år som informatör på museet, fick uppdraget att bygga upp ett tydligt, snabbt och användarvänligt intranät.

– Tidigare hade vi ett infoblad som kom ut en gång i månaden. Det fanns också en mängd interninformation samlad i olika mappar och i olika versioner. Det var faktiskt ganska kaotiskt. Vi blev till slut tvungna att strukturera upp den interna informationen, säger Charlotte.

Det nya intranätet innehåller inte bara en mängd viktig och intressant information, utan är också ett arbetsredskap för olika grupper.

– Det finns projekt- och samarbetsplatser där alla olika grupper inom museet och de fackliga organisationerna kan lägga in och ta bort material, som olika dokument och bilder, säger Charlotte.

Vid uppbyggnaden av intranätet skapade hon en projektgrupp till sin hjälp som bollplank. Hon hade också workshops med all personal så att alla anställda fick komma med synpunkter.

– Alla vet att de kan komma med synpunkter när de vill så det finns inget behov av någon särskild grupp just nu. Jag tycker att det är viktigt att föra utvecklingen framåt. En aktuell fråga

är om medarbetarna ska kunna få läsa intranätet hemifrån. Själv ser jag det som en självklarhet i framtiden. Vi är en offentlig myndighet och det som är hemligstämplat finns ändå inte på intranätet, så det borde inte vara något problem.

Uppföljning efter ett år

Intranätet har varit igång i två år nu. En uppföljning gjordes efter drygt ett år.

– Svarefrekvensen var inte jättebra, drygt en tredjedel, men de svar vi fick var väldigt positiva. Det var bara en del småjusteringar som vi gjorde efter det och prioriteringen av utveckling

Fortsättning på nästa sida



- För att få ett levande intranät krävs mycket arbete, säger Charlotte Norlin projektledare och redaktör för Moderna Museets intranät.

blev den som jag själv tänkt..

Charlotte jobbar 75 procent på Moderna Museet och ungefär hälften med intranätet.

– För att få ett levande intranät krävs mycket arbete. Det gäller att man har intervjuer, bilder och ständigt uppdaterar. För mig är det viktigt med mycket bilder. Intranät blir lätt tråkiga med bara text och länkar. Har man ett aktivt intranät så får det också spinn-off-effekter. Det finns ingen som längre skickar gruppmejl till alla – också ett resultat av ständiga påminnelser att detta är ett ledningsbeslut - utan information till alla går via intranätet, säger Charlotte.

Samtliga medarbetare har skyldighet att gå in på intranätet minst en gång per dag.. Intranätet kommer automatiskt upp som startsida om medarbetaren själv inte gått in och gjort några ändringar.

De sidor som har flest besökare förutom nyheter är blanketter och personalsidorna.

Uppdaterar varje dag

Varje dag uppdaterar Charlotte intranätet med nyheter på startsidan och går igenom vad som har skrivits

om museet i andra medier och länkar till det intressantaste.

– Nyheterna får jag genom tips eller att jag själv vet att något är på gång och tar kontakt. Antingen skriver den som har ansvar för nyheten själv eller så gör jag en intervju. De får välja.

Test med debatt dåligt gensvar

Charlotte är ensam redaktör men har tre ersättare som kan gå in och ändra på startsidan. Olika enheter och grupper har sedan ansvar för sina sidor.

– Det är en balansgång med hur många som ska ha olika behörigheter. Vi strävar efter så hög interaktivitet som möjligt, men samtidigt är vårt system sårbart om alltför många har höga behörigheter.

Utgångspunkten för intranätet är att vara så öppet som möjligt.

– Vi har testat att ha en blogg om omvärlden, men det gav inget gensvar. Så just nu har vi inget forum för debatt. Om det beror på brist på intresse eller att det inte är så högt i tak, vet jag inte, säger Charlotte.

De medel som finns för utveckling av intranätet ingår i marknadsföringsbudgeten.

– Det är inte mycket. Att vi ändå lyckats införa den virtuella samlingshängningen på intranätet, beror på att vi har en väldigt bra överenskommelse med dataspelsföretaget. Det är ju ett pionjärprojekt som kan öppna marknaden mot kulturområdet för dem, säger Charlotte. Tyvärr kan vi inte visa samlingshängningen virtuellt externt på hemsidan, bland annat på grund av en komplicerad rättighetsproblematik, men jag tror att väldigt många museer och konsthallar kommer att visa sina utställningar virtuellt i framtiden.

Text och bild: Gunnel Atlestam
gunnel@atlestam.se

Fakta

Moderna museet i Stockholm har cirka 100 anställda. Annandag jul invigs en första filial i Malmö – Moderna Museet Malmö. Det verktyg som används för intranätet är MOSS 2007 (Microsoft Office Sharepoint Portal Server). För den externa webben använder man Episerver. För mer information kontakta c.norlin@modernamuseet.se



Bild: Gunnel Atlestam

SPAM på YOUTUBE

Det var 1970 som Mynty Phytons flying Cirkus gjorde sketchen Spam. Scenen var ett café där det var svårt att beställa någonting alls utan att den innehöll spam - en "kött"produkt som under andra världskriget var det enda "kött" som inte ransonerades i Storbritannien, så många briter som minns är säkert ganska trötta på detta.

Begreppet spam om skräppost med mera sägs ha sitt ursprung från denna sketchen, som nu finns på YouTube.

Apropå YouTube så är det världens snabbast växande sajt. Varje minut laddas det upp 10 timmar rörlig bild. Antalet unika användare är nästan 100 miljoner. "Det är världens största arkiv för rörlig bild. Ett mediefenomen utan dess like. Det är en hybrid där amatörer och proffs finns på samma ställe" är några av Pelle Snickars uttalanden vid en intervju för Vetenskapsradion. Pelle Snickars, forskningschef på Kungliga biblioteket, har i dagarna gett ut boken The You Tube Reader tillsammans med medievetaren Patrich Vonderau från Tyskland. Boken innehåller ett 30-tal texter från några av världens främsta medievetare. Rörlig bild håller på att konkurrera starkt med text när det gäller sättet vi får information. Det blir allt vanligare med instruktionsfilmer istället för informationsbroschyrer enligt Pelle Snickars.

Apropå böcker så har den amerikanska författaren Ellen Ruppel Shell kommit ut med boken Cheap: the high cost of discount culture som handlar om lågprisföretag, bland annat IKEA. I en radiointervju i kulturradion säger hon att hon blev väldigt förvånad vid sitt besök i Älmhult över den sektliknande atmosfären. IKEA har hittat på en historia om sig själv om att man är ett omtänksamt företag som värnar om både miljö och folks plånböcker. Till och med personalen tror på det, men det går inte ihop - billiga produkter hänger ihop med billig arbetskraft och budskapet slit och släng och köp går inte ihop med miljöomsorg menar Ellen Ruppel Shell. Men hon är fascinerad över hur IKEA har lyckats för ut budskapet om sig själv så väl och avsaknaden av ifrågasättande internt.

Apropå budskap som gäller affärsplaner, värderingar, kärnvärden etc gäller det att se upp så att inte ord som kvalitet, kundnytta, miljö, kompetens, medarbetarna den viktigaste resursen, kommer att falla under kategorin spam, vilket kan vara en fara utan rejält innehåll. Vad kan internredaktören göra för att förhindra detta?

G.A