

sweden²⁰¹⁰socialwebcamp

SSWC-boken

2010



hubblean books

SSWC-boken 2010

*Redaktör:
Mattias Boström*

bubblan books

Boken är utgiven i samband med Sweden Social Web Camp /
swedensocialwebcamp.com på Tjärö 13-15 augusti 2010.

De flesta av texterna är skrivna av deltagare på SSWC.

Långa länkar har i boken kortats ned med hjälp av korta.nu,
en URL-förkortare utvecklad av Anton Lindqvist (@mptre)
och Simon Blommegård (@blommegard).

© respektive författare 2010 (se respektive författares sajt
för att se om eventuell CC-licens gäller)

ISBN 978-91-979089-0-0

Redaktör & form: Mattias Boström / mattiasbostrom.se

Omslagsfoto & fotografier (se lista på sid 15): Karl Nilsson / beta75.se

SSWC-logotyp: Jenny Svensson / youwza.com

Utgiven av Bubblan Books / mattiasbostrom.se

Tryckt hos f4-print.se, Stockholm 2010,
i samarbete med papertalk.se

Innehåll

Förord	17
Hur det hela började	19
Karin Adelsköld @karinadelskold <i>Ada Lovelace – programmerare & partypingla</i>	21
Svante Adermark @svante <i>Skicka varje mejl som vore det ditt sista</i>	24
Måns Adler @Manster <i>Real-Time – the third dimension of the web, and why it feels social</i>	27
Björn Alberts @bjornalberts <i>Varumärket behöver en sfär – inte en webbplats</i>	29
Helen Alfvegren @rockspindeln <i>Sociala medier med betoning på social</i>	34
Axel Andén @axelanden <i>Twitter är en värdig vinnare av Nobels fredspris</i>	36
Ellen Andersson @EllenAndersson <i>Lust och attityd</i>	38
Fredrik Andersson @Awaze <i>Om hur en anmälan till #SSWC stoppas av försynen eller hur det nu gick till</i>	40
Fritjof Andersson @Fritjof <i>Öppet brev till skeptiker mot sociala medier</i>	45
Hans G Andersson @hans_g <i>Snabbare än realtid?</i>	48
John Ankarström @jocap <i>Fy för Loopia</i>	51
Jimmy Asklund @jimmyasklund <i>Den blyge bloggaren</i>	54
Per Axbom @axbom <i>Hej kunder! Prata med handen</i>	57
Jerry Backlund @bakke <i>Det ska vara kesella i degen</i>	60

Martin Bagge @br0ther <i>Vems frihet är det vi skyddar?</i>	62
Gunnar Bark @GunnarBark <i>Undulater är gröna</i>	64
Jennifer Bark @TheJennie #Webbrelation	66
Klaus-Peter Beiersdorf @Tyskungen <i>Vad innehåller ditt paket?</i>	67
Ingela Hjulfors Berg @kesomackan <i>Våra älskade lortiga original</i>	69
Binero @Binero <i>Lär dig allt om webben. På webben.</i>	72
Thomas Bjelkeman @bjelkeman <i>A picture, a person, a time and a location</i>	77
Emil Björklund @emilbjorklund <i>Trams</i>	80
Kristofer Björkman @ddesk <i>Reklam och PR i kommunikativ frontalkrock</i>	83
Mattias Boström @piratforlaget <i>Mitt nördiga jag</i>	88
Nils Bryntesson @brynte <i>Om kyrka och internet och ett sekulariserat land</i>	93
Anna-Carin Carnebro @Carnebro <i>Varför gillar jag den sociala webben?</i>	96
Johan Christenson @citynetwork <i>Business is local – Cloud Computing is local?</i>	99
Niklas Dahlqvist @NiklasDahlqvist <i>Att förstå den nya vardagen</i>	102
Johan Dahlström @mastermute <i>Vilse i bruset</i>	105
Lena Dahlström @lenaside <i>Meningar utan mål, min väg till små lyckorus</i>	106
Robin Danehav @danehav <i>Thincasting – ny företeelse kräver nytt ord</i>	110

Elvira Ericsson @notonmyshift <i>Tough Guy 18 cm och kärleken till, och på, internet</i>	112
Mathias Eriksson @DetNya <i>Mina tankar är inte mina tankar – men kanske vårt samtal</i>	116
Daniel Erkstam @erkstam <i>Tillgänglighet – Inte så hott ämne men väl så viktigt</i>	120
Joel Falck @joelfalck <i>Hur blir du inte e-handlare?</i>	124
Björn Falkevik @bjornfalkevik <i>”Om du bara har en hammare så är alla problem en spik”</i>	126
Suzanne Fors @ennazus <i>Vad är en vän?</i>	131
Alexander Forsén @tyckr <i>Affärsmodellen Google</i>	134
Lars-Göran Forsberg @lgforsberg <i>En liknelse, generationer och deras skifte</i>	137
Kristoffer Forsgren @forsgren <i>Sociala nätverk är härliga, men det är inget nytt fenomen</i>	139
Sofia Franzén @sofiafransen <i>Eftertanke</i>	143
Maria Georgieva @mariageorgieva <i>Samhällsdebattens sociala organisering – hur kan ett varumärke börja kommunicera med omgivningen?</i>	145
Johan Grafström @grafstrom <i>Debatten om ett bröllop och två ekosystem</i>	148
Micke Gunnarsson @mickegunnarsson <i>Kommunalråd för reform</i>	154
Maria Gustafsson @mikumaria <i>Ringar på vattnet</i>	157
Nils Gustafsson @liv99ngu <i>Att dela med sig av det överväldigande</i>	159
Malin Stedt Gustavsson @malstegus <i>Andas in, andas ut. Repetera</i>	162
Therese Göterheim @tesas <i>Socialare än någonsin!</i>	164

David Hall @moonhouse <i>Lögnernas död</i>	167
Ulrika Hall @UlrikaHall <i>Varför besöker du SSWC?</i>	171
Emanuel Hallklint @emanuel <i>Tidningstweets en fredagsmorgon</i>	172
Heidi Harman @heidiharman <i>Ansvar et gentemot sig själv att följa sina drömmar</i>	173
Kajsa Hartig @kajsaartig <i>Museer och sociala medier</i>	176
Matthieu Hartig @MattHartig <i>Bekännelser från en museinörd</i>	179
Anna Hass @glimra <i>Är du lycklig, lilla vän?</i>	182
Thord Daniel Hedengren @tdhse <i>Det handlar om att våga</i>	185
Björn Hedensjö @bjornhedensjo <i>Sju goda skäl att låta webbmedier vara självständiga</i>	189
Kristin Heinonen @kristinheinonen <i>Business, dating and protesting – how social media is changing everything</i>	192
Niclas Holmqvist @nollpunkt <i>Det lilla förlaget som växte upp på den sociala webben</i>	195
Gustav Holmström @hejg <i>Jag älskar SJ!</i>	202
Maria Hägglöf @mariahagglof <i>Den sociala historien om #3brutnaben</i>	205
Karin Høgh @karinhoegh <i>Bog om podcasting skrevet – tjek – endelig Tjärö!</i>	210
Johan Höög & Tobias Karlsson @jonneyhigh @TobiasKarlsson <i>You Us and Them</i>	212
Ulrika Ingemarsdotter @ingemarsdotter <i>Attraktionen med sociala medier</i>	215
Andreas Ivarsson @andreasivarsson <i>Sweden Social Web Camp är som IRL-Twitter</i>	218
Sandra Jakob @sandrina <i>Damer sover inte i tält</i>	220

Emil Jansson @EmilJansson <i>En romans med fjärilar i magen och lyckligt slut!</i>	223
Joakim Jardenberg @jocke <i>Precis som de gamla grekerna</i>	227
Mary X Jensen @MaryXJ <i>En personlig hälsning från statsministern</i>	232
Anton Johansson @agaton <i>Kärlek vid första bloggkastet</i>	235
Fredrik Johansson @chronix <i>Interna system</i>	237
Kinna Jonsson @kinnajonsson <i>Social CRM – ett nytt begrepp</i>	239
Malin Jonsson @animalinse <i>Jag är arbetslös, inte mellan två jobb</i>	242
Anna Järnebeck @annajarnebeck <i>En hyllning</i>	245
Tina Kaikkonen @TinaKaikkonen <i>Reflektioner från en sponsor</i>	247
Leif Kajrup @liffeman <i>Nu tar vi håll på myten en gång för alla</i>	249
Béatrice Karjalainen @Beastankar <i>Oj så många jag aldrig hört talas om, de måste bo i ett annat kluster</i>	252
Mattias Karlsson @jetuma <i>Tillsammans gör vi Twitter till vad det är</i>	256
Emanuel Karlsten @emanuelkarlsten <i>Om sociala medier och hajpen</i>	259
Micke Kazarnowicz @kazarnowicz <i>Sökordspoesi</i>	261
Jonas Klevhag @JonasKlevhag <i>My new mantra</i>	264
Karin Kling @KarinmedK <i>Svåra saker... flörteriet</i>	266
Magnus Kolsjö @MagnusKolsjo <i>Internet: trygghet, frihet och gemenskap</i>	269

Sergej Kotliar @ziggamon <i>Routar nätet om politik till meritokrati?</i>	274
Andreas Krohn @andreaskrohn <i>Folket kräver mer data!</i>	276
Erik Laakso @uppstuds <i>En picklad text</i>	278
Johan Lange @JohanLange <i>Hur sociala media växte upp, klippte sig och fick fast arbete</i>	280
Pär Lannerö @plannero <i>Hållbar webbutveckling</i>	291
Maja Larsson @Maja_Larsson <i>Missunnsamhet och återhållsamhet dödar kreativiteten</i>	295
Annika Lidne @annika <i>Riskerar din sociala mediainvestering att självdö? Botemedlet är passion, nödvändighet eller beslutsamhet</i>	297
Joakim Lind @jold <i>Reversed cultural engineering for Mr Lind Shanghai revisited</i>	300
Anna Lindberg @annalindberg <i>Mina jag och webben</i>	307
Thomas Lindqvist @thomaslindqvist <i>Information is not intelligence</i>	310
Anne-Lie Lokko @lokkomotion <i>IT med mervärde</i>	313
Johan Lundberg @johlun <i>Internet för småföretagare</i>	315
Anna Lundbergh @alundbergh <i>Förenkla!</i>	319
Åse Lundblad @aselundblad <i>Gemensamt lärande är socialt!</i>	322
Alexander Lundborg @AlexLundborg <i>Jag når 1000</i>	325
Fredrik Lyreskog @freddegradde <i>Framgångsrik kommunikation – en fråga om attityd</i>	326
Stellan Löfving @stellan <i>Du ger mig fiber</i>	330
Gabriella Lönnroos @gabylita <i>Jag skäms faktiskt över att vi inte har kommit längre</i>	334

Tor Löwkrantz @TorLowkrantz <i>Är du eller publiken stjärnan?</i>	336
Anton Malmberg @antonmalmberg <i>Grötentreprenörskap på schemat?</i>	338
Paula Marttila @PaulaMarttila <i>Thank Or Die</i>	341
MediaPilot @MediaPilot <i>Brevvänner sökes!!!</i>	345
Anders Mildner @andersmi <i>Poesi för den sociala revolutionen</i>	346
Sofia Mirjamsdotter @mymlan <i>Overload</i>	352
Walter Naeslund @WalterNaeslund <i>Why Advertising Agencies Rule</i>	358
Jakob Nanneson @jakob <i>Rädda de tomma sociala sajterna</i>	361
Charlotte Naversten @naversten <i>Hur hinner alla småbarnsföräldrar twittra?</i>	364
Monika Nilimaa @Gamingmama <i>Är livet det som pågår medan jag fipplar med min iPhone?</i>	367
Anna Nilsson @Raftsjo <i>Vilket varumärke är jag?</i>	369
David Nilsson @davidnilsson <i>Tänk på vad du skriver</i>	372
Pär Nilsson @selanna <i>En helt vanlig måndag 2.0</i>	374
Tommie Nordholm @tjompa <i>Beställarens resa över de sju haven</i>	377
P-M Nordkvist @pmnordkvist <i>En liten betraktelse över 10 år som webbutvecklare</i>	380
Kimmy Nordqvist @_TechGirl <i>Vilken teknisk innovation betyder mest för dig i vardagen?</i>	384
Lucy Nordqvist @lucynordqvist <i>Musik och sociala medier</i>	387
Regina Norrstig @reginanorrstig <i>Om Hultsfred</i>	389
Fredrik Nygren @nygren <i>Hur har helgen varit?</i>	391
Johanna Nylander @nylander <i>Ett smakprov från en bok</i>	394

Joakim Nyström @jnystromdesign <i>Oslumpat</i>	398
Pernilla Näsfors @pernillan <i>Vad är din passion?</i>	400
Miriam Olsson @miriamolsson <i>När Facebook friade till Sverige</i>	404
Peter J Olsson @pjlsson <i>Öppenheten på nätet ger säkerhet</i>	408
Morris Packer @morpac <i>Nya tider, nya seder</i>	411
Martin Palacios @palace <i>Släpp sargen för helvete!</i>	413
Nathalie Parkvall @nparkvall <i>Blossande kinder och en sjuhelvetes envishet – om hur jag började spela brassetrummor</i>	416
Benjamin Peetre och vänner @BenjaminPeetre <i>En diskussion på Facebook om fantasilöshet och originalitet i sommarpratarnas musikval i Sveriges Radios Sommar i P1</i>	420
Christin Persson @Kixet <i>Rocken eller den sociala webben?</i>	423
Lisah Pettersson @JournalistLisah <i>Sociala medier och tv-journalistik</i>	427
Markus Pettersson @vampyrse <i>Öppet brev till ungdomarna på lägret</i>	432
Per Pettersson @per_p <i>Så många verktyg. Så få användare</i>	434
Roman Pixell @d0pp13r <i>Diversify or die ♥</i>	437
Terese Raymond @Terejs <i>Livslångt lärande i sociala medier</i>	441
Michelle Rea @michellerea <i>How the social web is changing Human Resources</i>	444
Maria Richardsson @mrichardsson <i>Entreprenörskap är att våga. Och att vinna.</i>	448
Johan Ronnestam @ronnestam <i>Ask Yourselfs These 10 Questions And Then Go Off Conquer The World</i>	452
Pernilla Rydmark @pernillarydmark <i>Ordet känns igen</i>	454
Helena Sahlén @sahlerna <i>Storheten ligger i bakgrunden</i>	456

Linda Sandberg @Copylinda 26C3 – <i>hackare, forskare och utopier samlades</i>	458
Kinga Sandén @kingasanden <i>Råbiff åt Pappa</i>	461
Lorraine Sauvvy @Lollalo <i>Passion föder kreativitet</i>	463
Thomas Selig @selig <i>Sociala medier i den offentliga sektorn</i>	465
Pernilla Severson @pernilloseverso <i>Medieaktivism/Medieaktivitet pågår #SSWC</i>	475
Jerry Silfwer @DoktorSpinn <i>Sweden Social Web Camp 2009 – den första generationen</i>	477
Maria Sjöberg @maria_s <i>Riktiga vänner</i>	482
Skyltat.se @skyltat <i>Hur svårt kan det va?!</i>	484
Robert Sköld & Citizenarena.com @Citizenarena <i>Citizenarena presenterar sig!</i>	486
Brit Stakston @britstakston <i>Att förstå</i>	488
Erik Starck @erikstarck <i>This is the Internet: Sweden Social Web Camp</i>	491
Bo Stark @bstark <i>Mitt bästa köp</i>	496
David Stark @Popfabriken <i>Jag kan vara nåt på spåret här...</i>	498
Sanna Stefansson @sanapes <i>Att höra hemma i verktygslådan</i>	501
Pelle Sten @pelles <i>Det fysiska är det nya digitala</i>	504
Emil Stenström @EmilStenstrom <i>Follow the 10 ground rules, or fail on the web</i>	507
Maja Stojanovic @Caldeia <i>Vilsen på en öde ö</i>	514
Niclas Strandh @deeped <i>There is no box</i>	516
Martin Svalin @martinsvalin <i>”Vad brinner du för?”</i>	518
Gustav Svensson @gustavsvensson <i>This is hardcore – varför porren måste fram</i>	520

Jenny Svensson @Youwza <i>Tweet nr 18426858543</i>	523
Daniel Thor @dth <i>Tagline</i>	525
Anders Thoresson @thoresson <i>Ljus nätframtid för hundar och människor</i>	526
Anna Toss @anna_t <i>Mitt hjärta är ditt</i>	531
Danwei Tran @DanweiTran <i>Sommarprat</i>	533
Simon Vikström @pojksimon <i>Lärdomar av negativ publicitet i sociala medier</i>	535
Leo Wallentin @leo_wallentin <i>Inför fotbolls-VM: Sne gla inte på Europa</i>	538
Fredrik Wass @bisonblog <i>Lika barn leker inte bäst längre</i>	541
Mikaela Waxin @MikaelaWaxin <i>I vått och torrt</i>	545
Tomas Wennström @tomaswennstrom <i>Så bygger du din egen solcells-wifi på 15 minuter</i>	547
Jack Werner @kwasbeb <i>10 typiska twittrare</i>	551
Pelle Wessman @voxpelli <i>Service – en frihet utan pris</i>	556
Gitta Wilén @gitta <i>”Do this fast every day and you will soon be as fat as Jonsy”</i>	558
Cecilia Wisén @ceciliawse <i>Vi som stannar hemma</i>	562
Heidi Wold @heidiupdate <i>Ett nytt grepp?</i>	564
Katja Wulff @kaffekokarkock <i>Kaffekokarkokt fiskhuvudsoppa</i>	566
Mikael Zackrisson @zackrisson <i>En svindlande tanke</i>	569
Daniel Åberg & Johanna Ögren @dannyboysthlm @jossilaloo #twitterbebis.....	573
Per Åström @Pelletsmaskinen <i>Den som är den som är det</i>	584
Per Åström @perkovich <i>Ditt meta-jag</i>	587

Mattias Östmar @mattiasostmar *Jag, min far och sammanflätande berättelser* 589

Fotografier och texter på sidorna 20, 44, 65, 92, 115, 142, 166, 188, 217, 241, 263, 294, 324, 344, 371, 393, 419, 447, 474, 500, 524, 544, 583:

Karl Nilsson, född 1978, bosatt i Kalmar. Frilansande fotojournalist som jobbar för Medieinstitutet Fojo med webb-frågor och IT. Pyslar med egna konstnärliga projekt och filmproduktion på fritiden.

Twitter: @beta75 | Sajt: beta75.se | Mail: mail@beta75.se

Förord

Den 5 juli gick jag ut med en uppmaning via Sweden Social Web Camps blogg. Jag ville få in så många texter som möjligt från deltagarna på lägret så att vi kunde sammanställa SSWC-boken 2010. Redan nätpublicerade texter eller nyskrivet. Om sociala medier eller om något helt annat. Bara som en kul grej. Det går att göra – och därför gör vi det.

Det har gått exakt en månad sedan dess och nyss fixade jag med de allra sista bilderna och la in sidnummer i innehållsförteckningen. Så fort jag har skrivit klart förordet kommer jag att mejla iväg en pdf på boken (inlaga plus omslag) så att den kan börja print-on-demand-tryckas. Jag pratade med Uffe på Papertalk igår och han fixar så att böckerna levereras direkt till bussarna som kör ned till Tjärö på fredag morgon nästa vecka.

Papertalk ser även till så att boken enkelt går att beställas i efterhand och sköter distributionen av dessa exemplar. Eftersom det är print-on-demand så trycker de bara upp så många exemplar som efterfrågas för stunden. Om du själv vill göra en bok av det här slaget så hittar du all info på papertalk.se – det är en riktigt rolig sysselsättning att göra print-on-demand-böcker.

Det är dessutom väldigt kul att crowdsourca böcker. Alla som ville vara med i SSWC-boken var välkomna. Totalt blev det drygt 180 bidrag. Och som förlagsperson är jag verkligen imponerad av hur många duktiga skribenter det finns inom den svenska webbvärlden. Jag har lärt mig mängder av nya saker, jag har skrattat och jag har faktiskt blivit lite fuktig i ögonen. Det här är en bok med enorm bredd och ett fantastiskt nedslag i vår del av webbvärlden. Och med tanke på hur föränderlig vår webbtillvaro är så blir det väldigt intressant att om några år plocka fram SSWC-boken 2010 och se vad vi tyckte, kände och pratade om för inte alls så länge sedan.

Bålsta den 5 augusti 2010

Mattias Boström

@piratforlaget / @mattiasb / mattiasbostrom.se

Hur det hela började

Publicerat av Tomas Wennström och Kristin Heinonen den 22 april 2009 på whatsnext.se. Resultatet blev SSWC 2009.

Årets hajk: Sweden Social Web Camp

Det här är Sweden Social Web Camp

Vi träffas vid en schysst sjö, vackert hav eller en röd stuga. Och snackar om den sociala webben. Några aktiviteter är planerade, men i övrigt är det upp till vi som är med att sätta agendan.

Idéerna kommer du alltså själv med. Dema ditt senaste projekt. Håll i en diskussion om något du funderar över. Föreläs om något du är bra på. Allt barfota och med en kall öl i solnedgången. På kvällen blir det förstås fire side chat.

Lite praktiskt

Vi behöver någonstans att vara. Jag scoutar några platser, men kom gärna med förslag. Tänk tält, sommarstuga, höskulle eller campingplats. Och precis som luft, behöver vi förstås el och internet.

När... är en öppen fråga. Jag föreslår en helg i juli eller augusti. Vi ses en fredag och åker hem en söndag. Smartare, peppade och med en massa ny coola idéer.

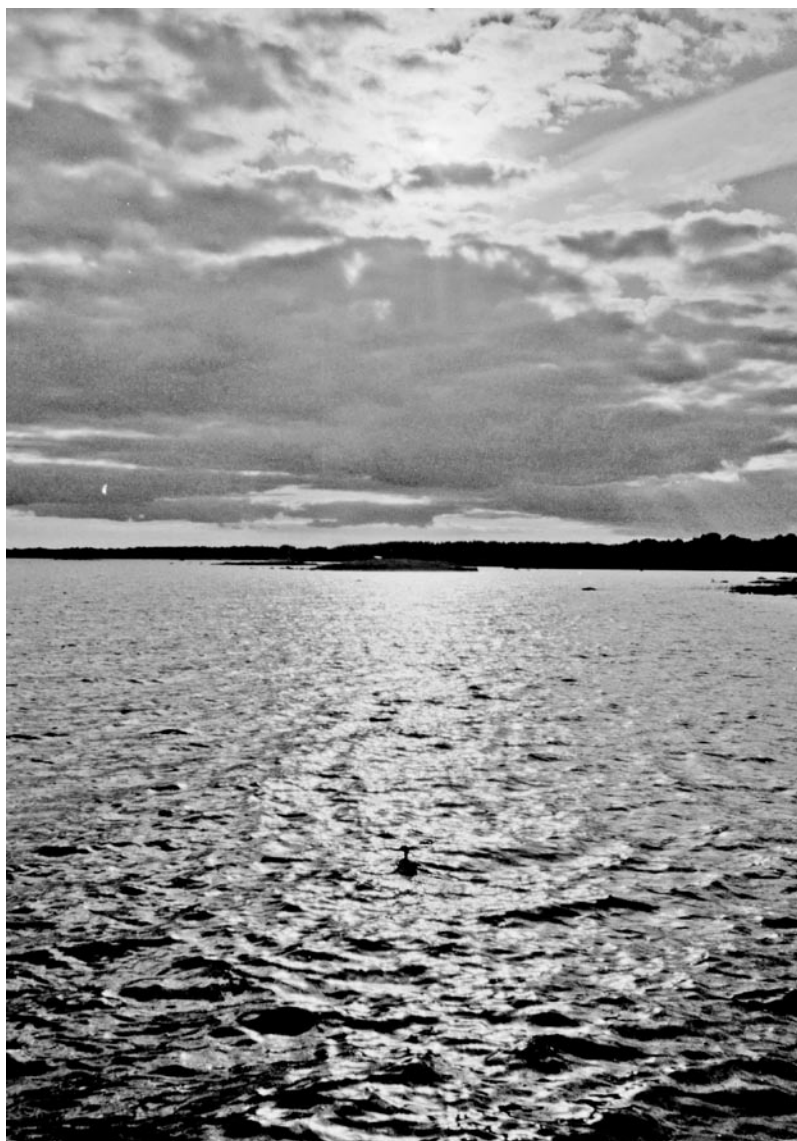
Nästa steg

Känns det som din grej att hänga med skönt webbfolk klockan tre en ljus sommarnatt och snacka om nätet och framtiden? Då 1) anmäler du ditt intresse bums. Mejla mig på tomas@whatsnext.se. Och 2) börjar fundera på var vi skulle kunna vara, när i sommar är bäst för dig och vad du tycker vi ska göra. Kommentarsfältet är ditt.

Tjipp och välkomna!

Update (2009-04-24)

Jag räknar nu till 75 intresseanmälningar. Galet. Under dagen kommer en ny bloggpost om att vi behöver hitta en bra plats.



Eva vågade sig till slut ut på djupare vatten.
Hon var inte längre rädd för ensamheten.
Hennes nya internetvänner fanns ju på andra sidan havet, IRL.

Ada Lovelace – programmerare & partypingla

Karin Adelsköld

@karinadelskold

Ada Lovelace var matematiker och en av världens första programmerare. Men hon var också en partyprinsessa och grym på spel. Trots att hon väckte stor uppmärksamhet när hon levde i början på 1800-talet finns hon inte med i historieböckerna idag. Karin Adelsköld blev nyfiken och beslutade sig för att intervjua Ada för sin blogg, tekniksajten för tjejer Lillagumman.se.

En del säger att du är världens första programmerare. Andra säger en av de första. Vilket stämmer?

Jag var på en föreläsning som handlade om Charles Babbage och Den analytiska maskinen som var världens första ritning på en programmerbar dator kan man säga. Eftersom jag var ett snille på matematiska formler tog jag kontakt med honom och hjälpte honom med utvecklingen av maskinen. Man skulle kunna säga att han gjorde hårdvaran och jag mjukvaran. Jag hade ju inte ”programmerat” om inte han gjort maskinen. Och tvärtom.

Men du var först med att förutse att denna maskin hade oändliga möjligheter och skulle kunna skapa både grafik och musik t ex?

Mm, det stämmer. Men det fick man ju inte direkt cred för då.

Hur kunde du som tjej i början av 1800-talet hålla på med matematik och teknik egentligen?

Ja, på min tid skulle vi tjejer mest vara tysta och söta. Mina föräldrar

skilde sig när jag var ett, men tack vare att mamma var en företagskvinna fick jag både hjälp och stöd från henne. Min pappa var ju poet och hon ville inte att jag skulle hålla på med sånt. Även om det nog varit bättre att vara kvinna och poet.

Hurdå menar du?

Nä det var inte så uppskattat av män när jag tog fram matematiska formler som överträffade deras. Inte att jag var ute och dansade och festade och spelade spel heller för den delen. Det kanske är en anledning till att jag inte fick eller har fått mer uppmärksamhet.

Konsten som drivkraft alltså, fast tvärtom.

Precis haha. Men matematik är poesi för mig.

Vad tycker du om Lilla Gumman?

Ja, det är förstås alldeles för stort för mig att förstå. Att det finns datorer, internet och att kvinnor är så accepterade inom teknik och vetenskap. Och att det finns datorspel! Det hade jag älskat. Men det är klart att jag är ju lite förvånad över att det inte finns fler kända kvinnliga programmerare eller teknikchefer på 2000-talet. Det verkar ju lite segt minst sagt.

Din favoritformel?

Det är väl denna algoritm som jag skrev om uttrycket på:

$$0 = -\frac{1}{2} \frac{2n - 1}{2n + 1} + B_2 \left(\frac{2n}{2!} \right) + B_4 \left(\frac{2n(2n - 1)(2n - 2)}{4!} \right) + B_6 \left(\frac{2n(2n - 1) \dots (2n - 4)}{6!} \right) + \dots + B_{2n}$$

Den betyder typ att varje tal kunde beräknas rekursivt med hjälp av maskinen och mina instruktioner. Det är detta som brukar kallas världens första datorprogram. Men det är ju inte i närheten av vad ni kan göra nuförtiden haha.

Namn: Ada Lovelace

Ålder: Fan blev bara 36 år. Levde 1815-1852 i London

Familj: Man, tre barn (varav den kända dottern Lady Anne Blunt),

mamma, pappa (poeten Lord Byron)

Favoritpryl: Men här måste jag ju ändå säga den analytiska maskinen. Trots att den aldrig byggdes. Annars min nya stålpenna (så trött på gåspennor alltså).

Texten finns publicerad på:

<http://www.lillagumman.se/veckans-vickan-ada-lovelace-programmerare-pionjar/>

http://korta.nu/sswc10_1

Karin Adelsköld: Grundare av lillagumman.se, journalist och ståuppkomiker.

Mejl: karin@lillagumman.se | Twitter: [@karinadelskold](https://twitter.com/karinadelskold)

Skicka varje mejl som vore det ditt sista

Svante Adermark

@svante

Skicka varje mejl som vore det ditt sista. Klargör att du uppfyllt ditt åtagande, lämna över ansvaret.

Varför?

- **Du vill tydligt lämna över ansvaret till mottagaren.** Du vill inte att det ska råda oklarheter kring vem som ska göra vad i ärendet. Är du tydlig med att du gjort ditt och att det nu är mottagarens tur kan du släppa ärendet tills dess du får svar.
- **Du vill hålla nere din totala mejlskörd.** Om du försöker avsluta varje mejlväxling så snabbt som möjligt minskar du antalet pågående ärenden. Du vill inte öka antalet bollar i luften och därmed riskera att det blir krävande att hantera din mejl.
- **Du vill hålla diskussionen så fokuserad som möjligt.** Om du ser till att precisera vad du väntar dig av mottagaren så riktar du diskussionen mot målet.

Exempel

- Du öppnar posten och ser en faktura för något du redan betalt. Du skickar ett mejl till leverantören där du gör tydligt att du betalat den 21 mars och att du river denna faktura om de inte hört av sig med en invändning inom två dagar.
- Du deltar i ett större projekt där du på ett möte åtagit dig att ta fram ett förslag till lösning på ett problem. Du kommer

fram till två möjliga lösningar och skickar dessa förslag för utvärdering till de andra i ditt team. Du avslutar med ”Om ingen lämnar synpunkter innan fredag går jag vidare med förslag nr 1.”

- I samma projekt har någon tagit fram ett utkast till en uppdaterad design av produkten som utvecklas. Personen skickar denna skiss till alla i projektet, med texten ”Jag har ett nytt utkast. Alla synpunkter välkomnas!” Du stämmer i bänken med ett snabbt svar: ”Vänligen precisera vad du vill ha feedback på, så tittar vi på den och svarar.”

Att tänka på

- **Att du preciserar vilket slags feedback du vill ha.** Det är så lätt att avsluta med frasen ”Alla synpunkter välkomnas!”. Du vill inte välkomna alla synpunkter. Fundera i stället över vad du vill ha svar på och förklara detta för mottagaren. Då respekterar du också mottagarens tid.
- **Att sätta en ”deadline” för svar.** Eftersom du vill sträva efter att avsluta varje mejlväxling måste du ange en tidpunkt då ärendet ”dör”. Och du måste också ange vad som händer vid den tidpunkten om du inte fått svar. Då behöver du inte tänka på ärendet förrän den tidpunkten. Dessutom underlättar du för mottagaren att prioritera.
- **Att du gjort allt du kunnat för att underlätta för läsaren.** Är det någon fråga mottagaren kan tänkas ställa som du kan besvara redan innan du skickar? Tänk ett steg längre, fantisera om hur du skulle reagera om du fick detta meddelande, vilka frågor du skulle ställa.

Verktyg vi rekommenderar

- Mindmaps. Lär dig hur du gör mindmaps¹ för att bringa klarhet kring ärendet.

Fotnot:

1. <http://www.wikihow.com/Make-a-Mind-Map>

Texten finns publicerad på:

<http://fibban.fleecelabs.se/2010/04/punktinsats-7-mejl.html>

http://korta.nu/sswc10_2

Detta är taget ur en serie blogginlägg som jag skriver ihop med Peter Lindberg och som vi kallar punktinsats (fibban.fleecelabs.se/punktinsats/).

Jag är Svante Adermark, jobbar med webben på Fleecelabs. Vi konsulterar och driver några egna projekt, t.ex.:

Trimlab - Webbständoptimering - fleecelabs.se/trimlab

Vinpravda - Läser in vinrecensioner från media - vinpravda.se

Menu - Planera din matlagning - menu.se

Twitter: @svante | Blogg: fibban.fleecelabs.se

Real-Time – the third dimension of the web, and why it feels social

Måns Adler

@Manster

The rise of real-time web services today are abundant, with them comes a flow of social aspects. For ages the web contained a two dimensional platform. Web pages address their phenomenon in a widths and heights reality. But this is coming to an end. We are slowly embedding a third dimension. Let's talk about why it is happening now and why it feels social.

My reality exists of 4 dimensions. Height, width and depth as well as the fourth dimension called space-time. The web misses out on 2 of those dimensions namely depth and space-time.

Spatially a third, depth dimension, to the web would result in that you can see everybody else who is looking at the same page as you are. With one important remark, if they were there at the same time as you.

To use an analogy of how depth as a dimension to web would look like, let's go back to the 60's. Go down to the corner of your block and buy the morning newspaper. Right away you would start reading and after a while you would look around you to see if there was anyone else to talk about that article with. Often there weren't someone around reading the same stuff as you, and it felt lonely. This is happening if you read an article or blog post on the web today, you can not see if anyone else is reading the same as you right now. You miss out on the 3rd dimension.

At the newsstand sometimes there was someone next to you reading

the same article as you did. You would start talking, asking "sad to see this to Kennedy" or "damn they actually made it to the moon", right away he would respond. The result spatially would be that we are here together, not based on a depth dimension but based on a time dimension.

Technically real-time web solutions have been around and been used for ages, IRC ruled and still rules among developers, msn is used by millions of teenagers and been so for a decade. This concludes that real-time is not only a technical evolution. The evolution has happened somewhere else.

Time as a dimension to the web worked dysfunctional, just as with the newsstand, if "everybody" else is not there, meaning not constantly connected. This is rapidly changing with the growth of 3G networks and mobile Internet devices. People are not only in the same space but also gets the notion of being there at the same time. Real-time is the 3rd dimension of the web. A spatial two-dimensional world in width and height with a 3rd dimension of time, adding the feeling of being there at the same time as others.

This targets my second point that coining terms such as social media is only an effect of a real-time dimension. Real-time due to its components of putting people not only in the same space but placing them there at the same time produces a social feeling. Therefore parallel with the rise of real-time services, the social aspect of the web grows rapidly.

The real-time web is here to stay and so its social feeling. Width + Heights + Real-time = the three dimensional web. Let's await depth and the rise of the fourth dimension. Do not be surprised if it comes as an augmented reality.

Texten finns publicerad på:

<http://www.mansadler.com/2009/11/for-ages-now-web-have-contained-two.html>

http://korta.nu/sswc10_3

Måns Adler: Kaospilot som grundat bambuser, älskar mitt jobb och jag tror på er alla.

Mejl: adler@bambuser.com | Twitter: @Manster

Varumärket behöver en sfär – inte en webbplats

Björn Alberts

@bjornalberts

Jag vill bidra till att bryta gamla invanda mönster som innebär att man gör som man alltid har gjort och att man gör som kompisarna på andra företag gör. T.ex. vända sig till ett konsultföretag och efterfråga hjälp med en ny webbplats. Ofta på ett i förväg bestämt content management-system. Då ligger det ett stort ansvar på konsulterna att försöka omdefiniera frågan.

Den här bloggposten handlar inte om varför eller för vem ett varumärke finns på nätet. Den handlar heller inte om vad närvaron syftar till eller hur den ska byggas upp. Det varierar självklart från fall till fall.

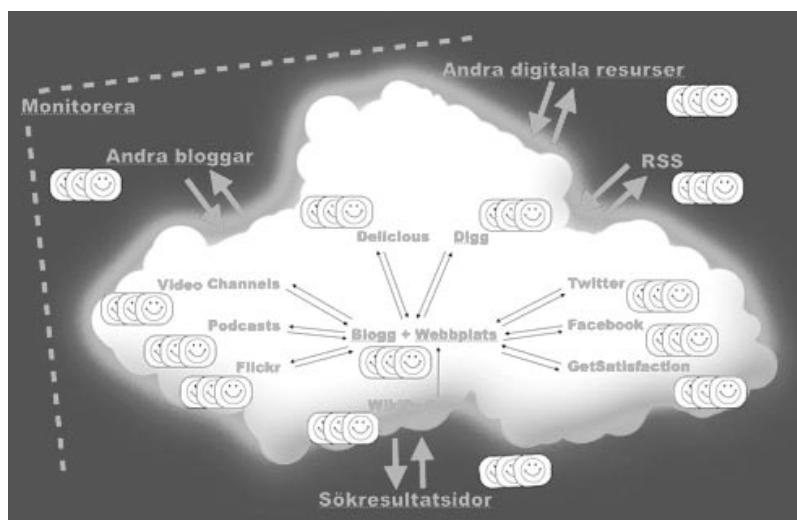
Kanske kan den verkliga spelplanen bli synlig genom att slänga ett öga på den här bilden och därigenom leda till att budgetar används smartare. Att frågan om en ny webbplats omdefinieras.

Innehåll

Fundamentet för allting är innehåll. Relevant. Uppdaterat. Unikt och i olika format. Innehåll är basen för konversationer och är själva målet för en länk.

Länkar

Länkar tycker vi om. De är den digitala motsvarigheten till de slantar man får lägga upp för att få sina varor på bästa plats hos ICA-handlaren.



Distribuerat

Innehållet når fler och får större genomslag om det finns där människor finns. De flesta människorna finns inte på den egna webbplatsen. Släpp förtöjningslinorna och låt ert innehåll dansa på nätet.

Varför ska bildbanken vara inlåst i den egna databasen när den kan kommunicera på Flickr? Varför ska videofilmerna kräva bandbredd och serverkapacitet när de kan vara placerade direkt i världens näst största sökmotor – YouTube? Varför ska kundsupporten ske one-on-one per telefon när den kan hjälpa så många fler med mindre insats genom att förläggas till GetSatisfaction?

För att provocera tanken lite. Varför ska vår e-handel ligga på en egen kostnadskrävande domän när den istället på Facebook kan läggas i händerna på de redan frälsta för att spridas till deras vänner där?

Människor och relationer

Vi människor reagerar på det innehåll vi möter. Vi pratar om det som engagerar, det vi tycker om eller inte gillar. Merparten av oss har relationer till flera människor. En uppfattning eller en länk från en person sprider sig därför som ringar på vattnet.

Man gör därför klokt i att inte bara ”tänka digitalt” med skyggglapparna på. Tänk människor. Tänk relationer. Och det gäller inte bara ”dem” – målgruppen. Det involverar även dig och dina kollegor. Alla bakom varumärket.

Monitorera

En relation börjar någonstans. Kanske genom att någon talar till dig eller om dig. Därför är det klokt att lyssna. Genom att lyssna kan vi också få idéer om vilket innehåll vi bör skapa för att ge bränsle till ännu fler relationer och konversationer.

Sök

Summan av aktiviteten inom varumärkets sfär är det som som syns i sökmotorerna. Eftersom allt fler passerar en sökmotor någon gång i sin köpprocess gäller det att vara aktiv i den processen.

Kort om de olika verktygen

Bilden visar några typiska verktyg. Vissa namngivna. Andra inte. Lite kommentarer om några av dem:

- **WikiPedia**
Sannolikt viktigare att arbeta med än den egna ”Om oss”-sektionen. Åtminstone lika viktigt.
- **GetSatisfaction**
Exempel på en tjänst att använda för att vända ut och in på hela tanken om kundsupport. Låt kunderna hjälpa varandra. Låt ”alla” anställda, inte bara supportpersonalen, hjälpa kunderna. Lägga allting publikt och minska därigenom trycket på telefonsupport. Visa ert kundengagemang och övertyga indirekt därigenom potentiella kunder som skannar nätet för att bilda sig en uppfattning om varumärket.
- **Facebook**
Vissa lägger hela sin digitala närvaro på Facebook istället för på en egen webbplats. Även om man inte väljer den nydanande vägen bör man reflektera över det faktum att det finns 400 miljoner sammankopplade människor bakom den där inloggningen. Även om man inte förlägger någon närvaro

på själva Facebook finns det starka skäl att via Facebook Connect koppla sin verksamhet till denna skara av människor.

- **Twitter**

Marginell företeelse säger vissa. Fluga säger andra. Må så vara men baserat på det vi ser här och nu är det en trafikmotor, en länkfacilitator, en sökmotor och ett effektivt relationsverktyg.

- **Digg**

Inte särskilt relevant för den som endast verkar inom Sveriges gränser. Pusha är ett svenskt (och marginellt) alternativ. Det finns fler tjänster än de här två som fyller samma funktion. För att skapa uppmärksamhet kring bra innehåll och därigenom generera trafik och länkar är de ypperliga.

- **Delicious**

Finns det bästa av ert innehåll upplänkat på Delicious? Om inte kan det vara läge att börja se till att det sker hädan efter. För den som har missat det, i Delicious ganska oattraktiva gränssnitt, Delicious är ett socialt nätverk som kretsar kring länkar. Just det, två viktiga ord i en och samma tjänst. Socialt och länkar.

- **Andra digitala resurser**

Det finns en uppsjö av digitala resurser att överväga. T.ex. forum, kataloger (dictionaries) eller Wikis med olika inriktning.

- **Blogg**

Egentligen borde jag skriva WordPress-baserad blogg. Jag ser många ansträngningar att blogga men där det sker ifrån plattformar som antingen är kassa ur ett synlighets- och sökperspektiv eller har kostat en omotiverat dyr slant att implementera. Det bloggats då i onödan och är ett rent slöseri med pengar som kunde användas till någonting värdeskapande istället. WordPress och dess ekosystem av insticksmoduler är resultatet av tusentals människor samlade kompetens och utvecklingskapacitet. Gratis. Punkt.

Webbplatsen

Webbplatsen får en koordinerande roll. En aggregator som dessutom ska vara trimmad för att bära allt innehåll effektivt fram till sökmotorerna. Är ditt content management-system anpassat för det?

Organisationen

Är du och din organisation redo att lyfta blicken från frågan om en ny webbplats? Redo att istället fokusera på frågor som:

- Vilka mål har vi att nå?
- Vilka problem har vi att lösa?
- Vilket värde har vi att erbjuda?
- Vilka behov tillfredsställer vi?
- Vems behov tillfredsställer vi?
- Vilka är nyckelorden för dessa problem, värden och behov?
- Vem kan hjälpa oss?
- Hur gör vi?

Texten finns publicerad på:

<http://bjornalberts.com/2010/02/18/varumarket-behover-en-sfar-e2%80%93-inte-en-webbplats/>

http://korta.nu/sswc_4

Björn har dedikerat de senaste 15 åren till affärsutveckling och marknadsföring i digitala kanaler. Som intraprenör har han varit drivande i att utveckla flera bolag till framgång. Bland dem Rebtel, svensk start-up som förändrar villkoren för internationell mobiltelefoni. Idag är Björn Senior Partner på Hallvarsson & Halvarsson där han arbetar med att utveckla och förändra kommunikation och digital närvaro för flera europeiska företag. När andan faller på bloggar Björn initierat om marknadsföring och har enligt YABA Awards Sveriges bästa blogg inom området.

Blogg: Bjornalberts.com | Mejl: bjorn.alberts@halvarsson.se | Twitter: [@bjornalberts](https://twitter.com/bjornalberts) | LinkedIn: [Linkedin.com/in/bjornalberts](https://www.linkedin.com/in/bjornalberts)

Sociala medier med betoning på social

Helen Alfvegren

@rockspindeln

Häromdan skrattade vi åt att jag faktiskt jobbar med sociala medier, delvis för att begreppet är så slitet, delvis för att det redan är en så stor del av mitt liv.

Jag gillar att leka med sökord, samla nischade bilder på Flickr, följa företag på Facebook enbart för att se vad de hittar på för roligt, skapa spellistor tillsammans med andra på Spotify, sätta ihop amatörmässiga videoklipp med musik på Twitvid, hitta på teman på Twitter som gör folk glada, sprida kärlek över mina vänner så fort jag får chansen, nätverka på LinkedIn mest hela tiden, blogga om smala ämnen som jag bryr mig om, lägga upp egna videos på YouTube, bambusra i tid och otid, skriva smarta inlägg på Något smart och prova kläder på Beyond retro.

Dagtid arbetar jag som webbredaktör på Comviq med ansvar för innehåll och sociala medier vilket är helt i linje med det jag gillar att göra hemma på kvällstid. Facebook, Twitter, YouTube och Bilddagboken är alla intressanta plattformar och det ska bli spännande att utvecklas tillsammans med dem. Spännande men framförallt roligt!

Texten finns publicerad på:

<http://www.helalf.se/2010/07/15/sociala-medier-med-betoning-pa-social/>

http://korta.nu/sswc10_5

Jag heter Helen Alfvegren och har precis avslutat en utbildning inom

kommunikation, projektledning och sociala medier. Jag jobbar som webbredaktör på Comviq (content and social media) och när jag inte sitter framför datorn tar jag gärna en promenad i koloniområdet med kameran i högsta hugg, läser en god bok i badet med en chokladkaka i handen eller flyger ner till Malmö för att hälsa på min älskade pojkvän.

Twitter: @rockspindeln | Blogg: www.helalf.se | LinkedIn: [linkedin.com/in/helenalfvegren](https://www.linkedin.com/in/helenalfvegren) | Flickr: [flickr.com/photos/helenalf/](https://www.flickr.com/photos/helenalf/)

Twitter är en värdig vinnare av Nobels fredspris

Axel Andén

@axelanden

Motivering: Fred bygger på att människor känner samhörighet med varandra och Twitter är ett redskap som låter människor få kontakt, bygga relationer, kommunicera och lösa problem tillsammans.

I Bangs panelsamtal med den iranska aktivisten Parvin Ardalan på Kägelbanan i tisdags hettade det till en gång. Det var när hon upprepade gånger fick frågan vad feminister och människorötsaktivister i västvärlden kan göra för att hjälpa aktivister i Iran. Gång på gång svarade hon att frågan var fel ställd, att den borde vara, ”hur kan vi hjälpa varandra?” Hon förklarade tålmodigt att det bästa som de hjälpsamma aktivisterna i väst kan göra är att bygga relationer med människor i Iran. ”Sedan hjälper vi varandra när någon behöver det. Om inte ens vi kan riva hierarkierna mellan varandra, hur ska vi då kunna skapa bättre alternativ?”

Twitter är en icke-hierarkisk mötesplats, tack vare möjligheten för vem som helst att delta på lika villkor. Twitter är ett redskap som kan användas för att prata strunt eller förtala, men också för att hjälpas åt och för att bygga saker tillsammans, ett bättre samhälle och en fredlig samexistens. Ingen kan styra vad samtalet kommer att handla om, men sannolikheten är väldigt låg för att det på Twitter skulle bildas slutna maktkonstellationer eller fattas lömska beslut med förödande konsekvenser för många människor. Myndigheter och militär kan styra bevakningen i medierna, men de kan aldrig styra bevakningen på Twitter, på sin höjd kan de störa den.

Det var Twitter som möjliggjorde de stora demonstrationerna i Iran i somras, och det var tack vare framför allt Twitter och Youtube som allt det som hände nådde fram till resten av världen. Också i de små skeendena har Twitter spelat en avgörande roll för många som kämpar för demokrati och yttrandefrihet. När den egyptiske bloggaren Wael Abbas arresterades i april 2009 twittrade han från häktet och fick svar från alla världens kontinenter, men också på gatan i Kairo där aktivister och advokater tack vare hans twittrande kunde följa fängstransporten i sina bilar.

Att Twitter har öppet api är inte bara en fördel för tjänstens utveckling. Det gör också att mikrobloggen är ytterst svår att släcka ner om den blir besvärande för repressiva regimer. Det räcker inte att blockera en sajt, du måste blockera hundratals tjänster och applikationer och dessutom all SMS-trafik. Det går inte att åstadkomma med mindre än att försätta teletrafiken i ett slags undantagstillstånd. Twitters anställda är också lyhörda för människors behov och företaget väntade med ett planerat driftstopp för att inte störa demokratirörelsen i Iran under de mest intensiva dagarna i somras.

Barack Obamas administration bad Twitter att vänta med driftstoppet för att inte störa protesterna i Iran. Han använde dessutom själv tjänsten med stor framgång i den amerikanska valrörelsen så han har uppenbarligen sett dess stora värde och potential. Kanske kunde han skänka sitt pris till Twitter?

Texten är ursprungligen publicerad i Medievärlden 2009-10-09.

Axel Andén är chefredaktör för branschtidningen Medievärlden som ägs av Tidningsutgivarna. Innan han blev journalist arbetade han med webbutveckling i drygt tio år i det egna bolaget Meramedia.

Twitter: @axelanden | Blogg: www.medievarlden.se/blogg/axel

Lust och attityd

Ellen Andersson

@EllenAndersson

– Du ska veta det Ellen, att journalist, det är nåt av det finaste du kan vara.

Orden är min tidigare chefs, Jan Nordenberg, chefredaktör på Arvika Nyheter. Det var här, i västra Värmland, som mitt journalistiska kryddskåp utökades. På de nya värmländska kryddbarkarna stod det: Lust och attityd.

När du jobbar på en lokaltidning så möter du oftast dem du intervjuat i jobbet, efter jobbet. Det kan vara i kön till bankomaten, på vårdcentralen eller när du står i kön till kassan. Det är också här du kan få väldigt bra tips. Därför gäller det att ha rätt attityd, att känna att du är journalist 24 timmar om dygnet och att det är ditt uppdrag att lyssna på de tips du får, även om du har slutat för dagen. Samtidigt som du lägger upp din liter mjölk på bandet så tackar du för tipset. Även om din kögranne tillägger, när han slänger upp sin spaghetti, att det är ju ingen idé ”för media förvanskar ju ändå allting”.

Attityden och jargongen i de sociala medierna är intressant, här är feedbacken från publiken oftast direkt och rak. Debatten och surret här är viktigt och skapar ett mervärde för både oss på P3 Nyheter och vår publik.

Jag kan stå där i kön till kassan, lägga upp min mjölk på bandet och få alla de där tipsen, mothuggen och frågorna. För det är det fina med att vara journalist, att kunna röra sig i den verkliga matbutiken och den på nätet. Det du också kan göra är att välja att ta självscanningskassan och slippa kön och kommunikationen. Genvägen. Men det är då du missar du tipsen. Surre. Mothuggen.

Så till lusten. Lusten till att gå till jobbet. Lusten att skriva. Lusten att prata, och viktigast av allt; lusten att lyssna, och sedan presentera det lustfyllt för publiken. Lusten kan ibland vara helt förtärande, den tar inte hänsyn till något så trivialt som tid. Då är det dags att mind-mappa. Att tänka efter vad som är viktigt. Att prioritera. Och det är jobbigt. För helst vill man göra allt. Samtidigt.

Det är kanske då det gäller att lyssna. Och att ha rätt attityd till lusten att rapportera.

Ellen Andersson, publikredaktör P3 Nyheter, Sveriges Radio.

Twitter: @EllenAndersson och @P3Nyheter

Sajt: sverigesradio.se/p3/nyheter

Om hur en anmälan till #SSWC stoppas av försyner eller hur det nu gick till

Fredrik Andersson

@Awaze

Egentligen grämer jag mig för att skriva det här inlägget för jag blir smått förbenad under själva skrivandet. Händelsen river upp så många sår, tydligen. ;) Nej då, men det är en historia i hur en man försöker anmäla sig till #sswc; inte en, inte två, utan tre gånger – alla utan att lyckas! Hur lyckas man med det? Jo, tro mig, det är inte så svårt. Å det ytterst roliga i det hela är att det inte hade gått, även om det varit smooth sailing för mig. Jag kommer till det.

SSWC, Sweden Social Web Camp 2010, på Tjärö i Blekinge skärgård, nu i augusti... ah... sett fram emot detta sedan förra hösten och gjort enligt konstens alla regler de saker som sig bör, anmält mig till intresselista, FB-sida, följt #sswc på dess blogg, via Twitter, U name it. Det buzzades om när biljetter skulle släppas, hur många skulle släppas osv.

Sen, en afton i slutet av maj, då hände det, första biljettsläppet! Men gick det ut nån information om detta till den intresselista som många satt upp sig på...? Nej... Men skitsamma, i vilket fall, i ren först-till-kvarn-mentalitet gällde det att på klockslaget logga in ? (framkom illa innan var det skulle ske) och lägga sin order. På #sswc-webben framkom det däremot ganska tydligt 24 timmar innan och sedan med utrop Biljettsläpp. Men av verklighetens anledningar så kunde jag inte vara online vid den tidpunkten, var på resande fot och bortom. Å så kan det ju vara. Man kan ju faktiskt vara offline

eller off the grid. Men jag hade aldrig i min vildaste fantasi trott att #sswc skulle använda sig av den metoden – att förlita sig på någon slags TCP/IP-kapplöpning. För guds skull, öppna anmälan under en viss tid, några dagar, säg att det finns begränsade platser och lotta sedan bland alla inkomna anmälningar. Det är mer schysst, det är mer smart. Eller fastnar ni i spel- och lottolagens ramar då? Tro mig, det gör ni även med TCP/IP-kapplöpning, för det kan klassas som lottoförfarande.

Nåväl, första biljettsläppet över men det utlovades ett extra släpp – ett släpp som skulle annonseras och förmedlas i tid innan... och till de på intresselistan... Just det, hur var det nu med den? Å där, den 16 juni, på webben – ”Därför släpper vi på torsdag kl. 20.00 fler biljetter. Samma rutin som innan, först till kvarn och instruktioner kommer på bloggen.”

Samma rutin som innan. Okej, de menar via den här Simple-signup-sidan givetvis! Med klara instruktioner på #sswc-webben förstås, som förra gången, samma rutin som innan. Ah... ni anar en viss nyans av ironi. ;) Jo.

Å likt Fresh Princes rhyme ”Just my luck we were in a snow storm, and all I had was my underwear on to keep my warm” så på kvällen den 17 juni, tiden för biljettsläpp två, var jag uppbunden på avslutningsmiddag för ett stort webbprojekt, plats restaurant Bergamott på Kungsholmen. Men min lill-ASUS och 3G-modemet fick hänga med, den här gången skulle jag hänga på låset. Å just innan kl 20, ursäkt mig... ska bara upp med en dator... xcuse me... ja, jag sätter mig här, i fönstret. Sorry. Snart klar, ska bara...

Bootar upp, verkar finnas täckning, Telenor gör sitt jobb, klockan är någon minut innan 20, in på #sswc-webben... men VAR anges det att nya biljetter släpps och var ska vi lägga vår beställning? Skulle ju vara samma rutiner som förra gången!? På samma sida förstås... på Simplesignup, givetvis, logiskt. Men... nej... inte där, och inte nån hänvisning på första biljettsläppets post. ? En stunds förvirring, i dunkelt ljus på högljudd restaurang, sorl och att hålla koll på folk omkring mig... vad fasen, var? Ah! Där! Dykt upp, en post om Veidekke Bostad! Nu är inte den posten så som den såg ut den 17, den är

något uppdaterad. Men rubriksättaren Tomas, medvetet eller omedvetet, tänkte att varför skriva NU biljettsläpp två HÄR! när jag kan linda in det i något annat. Eller var det eftergifter till sponsor... ;))

Jaha... läsa post... tack Veidekke för ett tält, jaha... men var anmäler jag mig? Sekunder går... va! där...? Ytterligare en länk till Martin Palacios egen blogg (sponsorpersn från Veidekke) där man ska kunna boka. Å väl där, mitt i posten, en rad ”Biljetterna köper du här.”, med en länk som går till ytterligare en simplesignup-sida. Inte samma som förra, inte samma rutin som förra gången. Nej nej. HUR kunde ni tro det? *s*

Well, no harm done (än), det är ju bara några minuter över 20, tittar på klockan – 20:03:23. Borde gå. In på signup-sidan... och... ha! nej du, event är fullbokat! Okej... Kul. So much for nothing, eller i shakespearean terms ”much ado about not(h)ing”. Suck, down the hatch you go! Lock på Asus stängs... Åter till middag, c’est la vie, gjorde det jag kunde under omständigheterna, det var inte meningen, lär inte gå under, i viss mån en lättnad för #sswc krockar med annat, osv. Alla val, även de som inte förverkligas, rättfärdigas i efterhand. ;)

Vi lämnar sedermera Bergamott för promenad mot efterarbete på bar, kollar tweetflödet under gången på min Desire och då detta: ”Nu finns det biljetter att boka. <http://bit.ly/blR4bU> Skynda! #sswc”, från @tomaswennstrom, kl 21.02. Ah! Har jag en chans till? Å verkar bero på ”låsta” bokningar. Men inte upp med dator, går ju inte, vad satan... men in via min HTC, Opera Mini Browser, gå till länk som tweet hänvisar till... o den går givetvis tillbaka till #sswc, så pekrulla där, in på länk till Martin Palacios blogg, rulla ner, till länk Biljetterna köper du här och in på simplesignup. Crap, under gång, knappa in via Sense-gränssnittet och fylla i anmälningsformuläret, ja, till slut, klicka för att slutföra betalning, ny sida öppnas i mini-Operan, in med kontokortsuppgifter... men kontrollerna funkar då inte i Opera! eftersom den saknar tillräcklig zoom för att kunna aktivera kontrollen! Vad satan! Okej, calma, du kan göra nio saker samtidigt, direkt till Android Market, ner med Dolphin Browser, en RIKTIG läsare för mobiler, samma procedur som förut, ny anmälan... ja, det

verkar finnas plats! :) okej... betalningsformulär, in med allt, klicka Bekräfta... Men WFT! Men du skojar!! Mitt Visa kräver säker signering med DOSA för detta!! Men ge dig nu!!

Å där, strax efter kl 21, torsdagen den 17 juni 2010, på trottoarserveringen utanför baren Lokal, tog mina bokningsäventyr med SSWC 2010 slut. Dosa... nej, den bär jag inte med mig... å man ska tydligen ta bort säkerhetsnivåer på sitt kort koppling, det är tydligt det. Å i allt detta, det enda jag kunde utbrista var i Predatortermer –”Shit happens!”

Med detta off my chest så hoppas jag att årets web camp på Tjärö bli kanon och att arrangörer med @TomasWennstrom och @KristinHeinonen i spetsen och med sponsorer som Martins initiativ i ryggen kommer få det superbt och socially engaging! :)

Texten finns publicerad på:

<http://fredrikandersson.wordpress.com/2010/07/20/om-hur-en-anmalan-till-sswc-stoppas-av-forsynen-eller-hur-det-nu-gick-till/>

http://korta.nu/sswc10_6

Fredrik Andersson: Aktiv, kreativ, observerande, driven och morgontrött IT-specialiserad informationsvetare och kommunikatör som behållit vikten men blivit mer känslig för oljud. Jobbar med webb, kommunikation och sociala media inom staten.

Awaze är ofta mitt epitet. Bloggar på Informatören och grannen i 2.0 (fredrikandersson.wordpress.com), en blogg som håller på att flyttas till egen xforma.se och amedia.se. There, enough said.

Twitter: @Awaze | Facebook: facebook.com/fredrik.andersson | Flickr: flickr.com/photos/fredrik-awaze



Lena kände sig fri och ohämmad igen efter
att ha valt ett open source CMS.

Öppet brev till skeptiker mot sociala medier

Fritjof Andersson

@Fritjof

Kära Skeptiker mot sociala medier,

Det här är ett öppet brev till dig som säger ”*Sociala medier är ju bara trams!*”.

Jag träffar dig då och då, i varierande skepnader. Jag förstår att sociala medier inte är det viktigaste i människans historia, men jag skulle vilja förklara varför sociala medier ändå är något riktigt stort. Det, och att alla är olika.

1. ”Vem *** har egentligen tid med Twitter?”

Jag hör dig ofta lite irriterat säga ”Vem har egentligen TID med Twitter och YouTube och allt sånt?”. Du har rätt, Twitter kan ta mycket tid. Men jag måste få fråga, har du tid för att t.ex.:

- Ringa dina vänner
- Se på film
- Läsa tidningen

Har du tid för en av dem? Kanske två? Eller rent av alla tre? Ja men i så fall säger du ju att du inte har tid att göra något du redan gör, men via en annan kanal...?

Det är lite som att säga:

”Jag har tid att skriva brev till mina vänner, men jag har inte tid att ringa dem”

eller

”Jag har tid att se på nyheterna på TV, men jag har inte tid att lyssna på samma nyheter på radion”.

Resonemanget känns inte helt logiskt. :)

2. ”Men det är ju ganska få som håller på med sociala medier”

Jag lyssnar aldrig på P2. Jag kan erkänna det. Även om jag gärna skulle lyssna mer på klassisk musik så händer det i snitt var tusonde dag att jag lyssnar på P2 i mer än fyra sekunder. Åter till P2 om en liten stund.

Så låt oss nu, helt osökt, titta på vid det här laget välkänd statistik över sociala medier.

- Tre miljoner svenskar är registrerade på Facebook, globalt finns 350 400 miljoner aktiva användare. 50% av dem loggar in varje dag.
- På bildtjänsten Flickr.com har över 3,5 miljarder foton laddats upp.
- Bloggsökmotorn Technorati meddelar att varje dag publiceras över 900 000 bloggposter.

Det här innebär en fantastisk demokratisering av informationsutbudet i världen. Nu kan man ju argumentera för att det är negativt att även alla världens galningar kan sprida sin information, men om vi nu ska tro på demokrati så bör ju även galningarna få säga vad de vill.

Men du har helt rätt i att det inte direkt är en majoritet av Sveriges befolkning som är på Twitter.

Så.

Jag lyssnar inte på P2 – men några andra kanske gör det.

Du, min skeptiska gode vän, är inte i sociala medier – men några andra kanske är det?

3. Kontentan

Jo, du har tid för sociala medier. Du har bara hittills valt att använda andra kanaler för att kommunicera och konsumera information.

Jo, ganska många är i sociala medier. Men alla är inte som jag. Alla

är inte som du. Alla är olika. :)

Kram,
@Fritjof

Texten finns publicerad på:

<http://www.socialbusiness.se/sociala-medier-skeptiker/>

http://korta.nu/sswc10_7

Entreprenör sedan 10 år tillbaka, är marknadsstrateg och driver bland annat SocialBusiness.se. Är egentligen IT-nerd men har också en förkärlek för affärsutveckling, användbar design och att gå på händer.

Twitter: @fritjof | Facebook: [facebook.com/fritjof.andersson](https://www.facebook.com/fritjof.andersson) |

LinkedIn: [linkedin.com/in/fritjof](https://www.linkedin.com/in/fritjof) | Mejl: fritjof@socialbusiness.se |

Telefon: 073-938 1140

Snabbare än realtid?

Hans G Andersson

@hans_g

I *pappers-DN* idag läste jag bl a Björn Wimans krönika, och i den hänvisade han till en essä från i tisdags. Jag ska inte gå in på nu hur galet irriterande det är med sådana hänvisningar till saker som inte finns att läsa på nätet (Wimans krönika finns förresten i skrivande stund inte heller där), utan mer koncentrera mig på något som fångade intresset i vad han skrev. Essän han refererade till var skriven av Thomas Steinfeld på *Süddeutsche Zeitung* och handlade om papperstidningarnas ”depth” och nätets ”speed”. Hos Helena von Hofsten hittar jag ändå utdrag ur essän¹ (tack!), men eftersom jag inte har kommit åt hela ännu så kan jag naturligtvis inte kommentera vad han skrev på ett riktigt sätt.

Däremot kan jag ändå börja fundera kring den där meningen som kickade igång tankarna: ***Det går inte att vara snabbare än ”real time”*** (vilket Wiman skriver som *man kan inte skriva snabbare än realtid*, vilket för mig har en något annorlunda och mer begränsad betydelse). Som jag förstår det verkar Steinfeld med sin fras mena att med bl a Twitter har vi nått vägs ände vad gäller snabbhet i rapportering. Naturligtvis stämmer det på ett logiskt konkret plan. Förutom i rejält avancerad fysik kan saker inte inträffa innan de uppstår. Men ändå...

Nu blir det lite semantik, men vad menar vi egentligen med begrepp som ”snabbhet”, ”skrivande” eller ”rapportering” i det här sammanhanget? Exakt när något händer, det allra första omnämmandet av något och i så fall var, eller när det börjar få genomslag på en viss nivå (lokal, nationell, global eller nischområde utan geografisk koppling)? Vilka typer av händelser vi pratar om har också

betydelse. Handlar det om direktrapportering av naturkatastrofer, olyckor, sportevents, kongresser osv, då tänker jag inte argumentera för att det kan gå så mycket snabbare. Om det däremot gäller sådant som bildar mönster, där varje enskild del i sig själv är för liten och obetydlig för att generera uppmärksamhet men där de tillsammans gör det, där är det en annan sak om man ”bara” har förmågan att uppfatta det mönstret. Så om det är genomslag och uppmärksamhet (och därmed i förlängningen effekt) vi syftar på finns alla möjligheter till utveckling bortom det vi idag kallar realtid.

Tjänster som OneRiot.com och Twitscoop (kolla @twitscoop-trends på Twitter) har ambitionen att hitta trending topics innan de blir trending. I princip alltså att förutse vilka nyheter eller ämnen som får genomslag, innan de får det. Jag är rätt övertygad om att vi bara har sett början på sådant, och att det vi sett hittills är ganska primitiva försök. Det krävs mycket indata och löpande feedback om utfall för att de ska kunna förbättras, men det jobbas friskt på det på olika håll. Det känns inte heller direkt som en slump att Google Ventures alldeles nyss investerade i Recorded Future som sysslar med just framtidsförutsägelser (Google Predictions, någon?). De här tjänsterna är lite som väderprognoser, med skillnaden att de dessutom kan påverka resultatet genom sin egen existens. De behöver med andra ord ta med sig själva i beräkningen.

Som sagt, det är en del semantik här, men med mer utvecklade tjänster och system på plats, kan vi då inte börja prata om just *snabbare än realtid*? Jag tvivlar hur som helst starkt på att vi har kommit till vägs ände vad gäller snabbhet.

Lite populistiskt, jag vet, men jag kan ändå inte låta bli att avslutningsvis dra fram mitt absoluta favoritcitrat från min bloggpost *Att förutse framtiden är inte så lätt*², nämligen vad mattegeniet John von Neumann sade 1949: ”*Det verkar som om vi har nått gränsen för vad som är möjligt att åstadkomma med datorteknologi, även om man skall vara försiktig med sådana uttalanden eftersom de har en tendens att låta ganska löjliga om fem år.*” En definition av klokhets är att förstå att man kan ha fel.

Fotnoter:

1. <http://helenavonhofsten.se/2010/05/12/ytan-djupet-och-tiden/>
(http://korta.nu/sswc10_8)
2. <http://mediasplatter.se/att-forutse-framtiden-ar-inte-sa-latt/>
(http://korta.nu/sswc10_9)

Texten finns publicerad på:

<http://mediasplatter.se/snabbare-an-realtid/>

http://korta.nu/sswc10_10

Hans G Andersson: CPO för Program på SVT interaktiv, innan dess på Chalmers Medialab. Arkitekt och designer från början, nu kafé- och nyhetsjunkie, West Wing-geek och fotbollsfortäppad.

Twitter: @hans_g | Blogg: mediasplatter.se

Fy för Loopia

John Ankarström

@jocap

Jag har använt Loopia som webbhotell i 2 år. Någon gång i maj, juni bestämde jag mig för att nedgradera kontot till Loopia DNS, för att endast hantera mina domäner där. Det skulle nedgraderas den 12 juni, men kunde inte, eftersom jag hade obetalda fakturor. Då jag inte kunde hitta någon obetald faktura i mailen, eller kunde se det på Loopia.se på något sätt, blev jag tvungen att avbryta nedgraderingen. Jag betalade fakturan den 13 juni, och ringde samma dag Loopias support, när jag fått en ny faktura för ett till års webbhotell. Jag ville inte ha det längre, och killen jag pratade med i telefon sa att Loopia skulle nedgradera kontot. Jag litade på honom.

Den 22 juli hade det gått drygt en månad, kontot hade inte nedgraderats och jag har blivit påmind om fakturan – som jag inte skulle betala. Jag ringde Loopias support igen, där jag blev tillsagd att maila dem, så vi kunde lösa det här.

Men nähä.

Jag får svaret:

Hej John,

Kontot kommer inte nergradera för än den obetalda fakturan med nummer 124436593 är betald.

Återkom gärna om du har några frågor eller funderingar.

Med vänlig hälsning Sanna Sandahl, Ekonomi

Och jag svarar:

Hej. Det var fakturan som ni skickade för 1 års webbhotell till. Jag blev lovad att inte behöva betala den.

Sent on the go

Sedan fortsätter det:

Hej John,

Jag kan inte se någon notering om detta och fakturan behöver därför betalas.

Återkom gärna om du har några frågor eller funderingar.

Med vänlig hälsning Sanna Sandahl, Ekonomi

Till slut skriver jag:

Men jag fick ett löfte av er support. Är inte det värt något? Jag kunde inte betala min faktura efter jag inte kunde SE vilken det var. Bra av er.

Och hey, jag är inte gammal, tror ni jag har oändligt med pengar eller? Jag förstår om ni inte kan ta hänsyn till det, men jag slår vad om att Binero bara skulle säga ”okej, men det är lungt – vi fixar det ändå.” För de är Sveriges vänligaste webbhotell, har det visat sig.

Om vi inte kan lösa det här kan ni förvänta er en anmälan till konsumentverket.

Återkom.

Varpå en ny person på Ekonomi-avdelningen inleder med att skriva mitt namn fel:

Hej Johan,

När det kommer till konton som ni som kund väljer att ångra och återställa måste detta bekräftas en extra gång vilket ni gjort, denna text kommer upp innan ni kan ångra:

Är du säker på att du vill ångra uppsägningen? Väljer du Ja kommer din uppsägning ångras, ditt konto omedelbart återställas, och du behöver skicka in en ny uppsägning om du framöver vill genomföra den på nytt.

Ni fick fakturan (124436593) 2010-06-14/15 med 30 dagars netto, och således 29 dagar på er att säga upp ert konto.

Då ingen ny uppsägning har inkommit till oss innan förfalldatumet på fakturan passerades så har nästkommande period påbörjats vilket framgår av våra avtal som ni som kund

godkänt.

Med vänlig hälsning Per Weirell, Ekonomi

Jag heter John.

Jag ångrade uppsägningen den 12 juni, bara för att se vilken faktura jag skulle betala, eftersom jag inte kunde se det utan att ångra uppsägningen. Vad jag kan minnas fick jag heller inget mail just då om att jag hade en faktura kvar att betala innan jag kunde säga upp kontot. Därför hann det bli sent innan jag upptäckte det, och jag hann inte betala den före det slog över till 00.00. Men jag betalade den.

Han jag pratade med i support, bara någon timme efter er nya faktura anlände i inkorgen dagen efter, så att han skulle säga upp kontot manuellt och att kontot skulle nedgraderas till DNS. Vilket inte skedde. Jag förklarade lika tydligt som jag förklarat för er nu.

Jag har fortfarande inte fått svar från dem, men jag lade till att jag känner folk på bl.a. GT och ”kommer garanterat gå ut med det här i media. Och jag tror IDG är särskilt intresserade.”

Jag är arg och ledsen på Loopia, då de än en gång bevisat att de inte är ett snällt webbhotell.

Det är jag som är John, heter detsamma, är född 1996, och har hängt med ett bra tag på nätet. Jag finns på Twitter som @jocap, och på jocapriconne@gmail.com. Jag är från Skövde. Bloggar allt mindre regelbundet om Internet på jocap.se (engelska) och softtype.se (svenska).

Den blyge bloggaren

Jimmy Asklund

@jimmyasklund

Under de dryga två år som jag varit mer aktiv i sociala media än att bara blogga så har mitt liv på många plan förändrats. Jag är en del av en välkänd kollektiv bokblogg (PocketBlogg.se), vilken blev utsedd till årets bokblogg i Kulturbloggens ”Stora kulturbloggspriset” år 2009, vi blev också inbjudna att rapportera från Bok- och biblioteksmässan i Göteborg, och jag fick dessutom äran att närvara under nobelpristagaren Herta Müllers framträdande på Dramaten. Jag har fått en deltidsanställning som bloggare och kommunikatör på teliaiphoneblog.se och facebook.com/teliamax25, vid sidan av mitt heltidsarbete som personlig assistent. Detta tack vare ett antal vänner på bl.a. Twitter. Det är stort för mig.

För två år sedan var jag ingen.

Jag är fortfarande ingen. Med några fler läsare.

Jag är idag otroligt tacksam för att jag hittat rätt personer vid rätt tillfälle, på rätt plats. Från början var platsen Jaiku, även om jag då inte insåg storheten i det som pågick och det som skulle komma ur det. Efter Jaiku, eller snarare parallellt, kom @jonas:s Bloggy, där jag, förutom att enbart vara @jimmyasklund, ibland också hjälpte mina vänner med vissa kundtjänstfrågor. Jag jobbade då på Telia, och tog emot folks frågor och hjälpte dem att lösa deras problem, eller försökte hjälpa och förklara så gott jag kunde. Detta gjorde att Suzanne Fors (@ennazus) fick upp ögonen för mig. Ni får väl fråga henne vad det var som fick henne att fastna för mig, men hon har påstått att hon gillade mitt sätt att skriva, och mitt sätt att bemöta kunder. Jag var egentligen ganska dum och naiv som på eget bevåg åtog mig att svara på folks frågor i egenskap av en medarbetare i en organisation

som ännu inte hade någon utarbetad strategi för sociala media, och det var nog ett riskfyllt åtagande på sätt och vis. Ett snedsteg kunde innebära personlig katastrof, nämligen att jag skulle bli av med jobbet. Men jag har alltid varit öppen med vem jag är, och vad jag arbetat med, så för mig fanns inte alternativet att inte hjälpa. Har man ett serviceyrke känns det konstigt att inte erbjuda service. Att göra det på Bloggy var för mig lika naturligt som att göra det om en nära vän ställt samma fråga över en kopp kaffe.

Konstigt nog litade Suzanne, som då arbetade på Telia, på mitt omdöme, och lät mig hållas, och jag tror inte att hon ångrat det. Hon är nämligen idag min chef på deltid. Hon skickade mig min första iPhone med frågan om jag ville skriva på @teliaiphoneblog, och jag var överlycklig. Jag hade hittat en första pusselbit till att ingå i ett större sammanhang.

Den andra pusselbiten kom när Cecilia, @ceciliawse, ville starta en kollektiv bokblogg. Jag har alltid älskat läsning, och att skriva om litteratur, men ändå tvekade jag lite innan jag slutligen bad om att få vara med. Det har jag inte ångrat en sekund. Jag älskar att vara bokbloggare. Jag älskar det så mycket att jag snart startade ytterligare en blogg som (nästan) uteslutande handlar om lyrik, mikropoesi. se, och jag och min fru håller i skrivande stund på att starta upp barnboksblogg.se.

Jag har mycket att vara tacksam för vad gäller sociala media. Jag har många personers närmast villkorlösa vänskap att vara tacksam för. Jag är tacksam för att de lyft mig som person. Det är inte jag som gjort något bra, det har inte varit någon ansträngning från min sida, att få göra saker man älskar är sällan särskilt jobbigt. Alltså är det andra personer som lyft mig. Vänner. Riktiga sådana. Sådana som faktiskt bryr sig om mig, trots att de aldrig träffat mig.

Jag har aldrig haft fler samtidiga vänner än jag behövt för att må bra, men nu mår jag plötsligt bra av att ha flera. Jag har alltid enbart haft ett fåtal nära vänner, men plötsligt trivs jag med både djupa och ytliga kontakter.

Det är väl en fråga om form, en fråga om det sociala livets plats och uttryck.

Jag ser flera potentiellt nära vänner i min kontaktlista på Twitter, folk som jag verkligen har rätt saker gemensamt med, som delar samma värderingar och som får mig att må bra. Men trots alla dessa vänner är det få jag verkligen vill träffa, med undantag enbart för @oskardahlbom, vars vänskap jag värdesätter lika mycket som jag avskyr avståndet till Visby där han bor. Låter det konstigt? Egentligen är det bara en rädsla som består i att jag tror att de kommer bli besvikna på mig och min person. Det är en irrationell känsla som jag inte kan skaka av mig. Den lämnar mig inte i fred.

(Jag vet iofs inte hur de jag ändå träffat upplevt mig, men deras omdömen väger ändå inte lika tungt som den sociala oron.)

Jag drömde redan förra året om att följa med till Tjärö och SSWC. Jag vågade inte då, och jag vågar inte i år. Jag vill inte att ni som är där ska få chansen att bli besvikna. Blir ni besvikna kommer ni kanske inte fortsätta att påverka mitt liv på samma sätt som ni hittills gjort. Jag hoppas ni förstår. Jag menar... jag vet att ni förstår. Det gör ni alltid, och det är därför jag tycker så mycket om er.

Nästa år kanske jag följer med. Jag borde verkligen inte ha något problem med detta. För snart åtta år sedan började jag prata med en tjej på Lunarstorm. Hon hette Frida Eriksson. Självt hette jag Jimmy Holmfeldt. Numera bär vi båda hennes mormors flicknamn – Asklund – så hon verkar ju inte ha blivit besviken i alla fall.

Alla @namn i texten är personernas Twitternamn.

Jimmy Asklund är en 28-årig Norrköpingsbo som arbetar som personlig assistent, bloggare och kommunikatör. Jimmy är en jazzdiggande tvåbarnsfar och make med stort litteraturintresse.

Blogg: jimmyasklund.com | Twitter: [@jimmyasklund](https://twitter.com/@jimmyasklund) | Facebook: facebook.com/jimmyasklund | Mejl: jimmy@jimmyasklund.com

Hej kunder! Prata med handen

Per Axbom

@axbom



Kul att de kopplat på kommentarer
så att vi kan säga vad vi tycker!

Många sociala medier-experten lägger in propåer om att företag måste koppla på kommentarer på webbplatser och bloggar. Problemet är att webbkomentarer må vara ett fantastiskt verktyg för kommunikation och verksamhetsutveckling – men om kulturen för att kommunicera med sina kunder inte finns på plats så pratar kunderna med en kasperdocka som inte lyssnar.

Allt fler företag som ger sig in i sociala medier börjar med att lyssna, vilket är helt rätt – och det finns verktyg för detta. Men någonsans går något förfärligt snett. Verktygen blir avancerade, trollbindande enkla att stirra sig blind på, med schematiska färgglada grafer och bilder som ”berättar” en ”helhetsbild” av de positiva respektive

negativa omnämningen om företag eller varumärken som pågår ”där ute”.

Mycket tid och pengar ägnas åt att analysera och väldigt lite tid och pengar läggs på att besvara och proaktivt delta i konversationerna som pågår: Att prata.

Prata med sina kunder eller analysera dem, det är frågan

Sanningen är förstås att kommunikation handlar mer än om att kolla hur många kommentarer som nämns, var man nämns och hur många procent av kommentarerna som är negativa. I varje enskild kommentar finns en möjlighet att faktiskt lyssna på sina kunder, att lära sig något som kan bidra till att det egna företaget *blir bättre*.

Någon bemödar sig om att berätta något om ditt företag; ska du agera eller slå dövörat till, kanske låtsas som det regnar och se om nästa annonskampanj kan öka procentandelen positiva kommentarer som du kan redovisa för ledningen.

När kommunikationskulturen i företag väl finns där så ser alla värdet av kommentarer och då blir inte längre kommentarer från kunder en fråga att ta ställning till – det blir en *självklarhet*. Så låt oss istället hjälpa alla företag att se sina kunder som människor. För kunderna är rentav vanliga människor som man faktiskt, ja faktiskt, kan föra en vanlig konversation med.

Vad är vi rädda för?

Texten finns publicerad på:

<http://axbom.se/hej-kunder-prata-med-handen>

http://korta.nu/sswc10_11

Per Axbohm är webbstrateg och upplevelsedesigner med passion för människocentrerad design. Han har bloggat aktivt sedan 1998 och varit webbkonsult lika länge – numera driver han det egna företaget Axbohm Innovation AB med inriktning på affärsstrategi, UX (användarupplevelser), utbildning och coaching för att skapa och upprätthålla en framgångsrik webbnärvaro.

– Det är fortfarande för mycket fokus på automatisering och för lite

fokus på webbens egentliga styrka: förmågan att prata direkt, komma nära och nå många. Jag vill hjälpa företag och organisationer att lyckas med sin digitala närvaro och utveckla sina verksamheter genom att sammanföra dem med människorna som bryr sig om dem.

Blogg: axbom.se | Mobil: 0709-132500 | Mejl: per@axbom.se |
Twitter: [@axbom](https://twitter.com/axbom) | Facebook: facebook.com/axbom | LinkedIn:
linkedin.com/in/axbom | Google Talk: per@axbom.se | Skype:
axbom.se | Slideshare: slideshare.net/axbom

Det ska vara kesella i degen

Jerry Backlund

@bakke

Bensin luktar gott. Och varje gång jag känner doften av bensin vill jag ut och segla. Speciellt kryssa ut mellan kastellet och fortet. Vet inte riktigt vad bensin har med segling att göra, inte eller vad det har för direkt koppling till inloppet till Karlskrona.

Brandrök betyder ylletröja och stövlar och det gör mig glad. Kanelte luktar kurs och stenhuggare som berättar om Joe Hill. Brutnågonting, vin och cigarett luktar nattaxi med automatlåda på nyårsafton.

Min mormor luktar blommor, min morfar luktar engelskt, farmor vävstol. Farfar prasslar som en påse Twist, han luktar inget.

Tristan Tzara är som cigaretttrök och secondhandrock, och den mannens doftande texter förändrade mitt liv. Faktiskt.

Cigaretttrök och secondhandrock luktar sprakande ord som galopperar mot vansinne.

Det jag föll så stenhårt för var att boken med alla texter luktade så gott. Det var så pang på.

Det var stundtals totalt obegripligt, samtidigt som det väckte en enorm förtjusning någonstans i magtrakten. Det var som när Walter Serner kliver upp på scen på Cabaret Voltaire i Zürich, en afton i april 1919 och läser orden ”en drottning är en fåtölj en hund är en hängmatta”. Det slutar i fullständigt kaos. Stolar far genom luften, folk skriker, några få applåderar, publiken sliter i varandra. Förmodligen luktade det svettigt tyg och mörkt trä som i en het biosalong.

Inte så konstigt att Hitler och hans polare inte uppskattade Serner på samma sätt som jag. Tänk att ord som de var så starka att Hitlergubbarna var tvungna att förbjuda dem. Alla spår efter Sernerman-

nen slutar någonstans i Theresienstadt, som luktar kallt damm.

Pinnen, en av mina vänner, som luktar veganmat och snus, står på en scen i Göteborg. Han står på scen och luktar vegan, snus och nytvättad t-shirt och tävlar i poetryslam. Han har lyssnat på Weeping Willows hela dagen för att komma i rätt stämning. Förra året kom han sist. Vet inte om det berodde på Weeping Willows, han hyser i alla fall inga större förhoppningar om att vinna nu heller. Jag vet faktiskt inte hur det går, hoppas att det går bra. Bättre än för Serner.

En parkerad bil luktade bensin och jag ville ut och segla, men det var för kallt. Grannen eldade i pannan när jag gick in med kassarna för att ta kopp kaffe. Jag hängde av mig regnrocken och på bordet stod tulpaner.

– Köpte du kesella också?

Trots en mycket utförlig och precis lapp om vad det var jag skulle handla och trots att jag stått precis bredvid burkarna i affären och trots att jag läst just ”kesella” på lappen när jag stod där hade jag glömt kesellan.

– Du är ju helt hopplös. Vad tänker du på egentligen?

Bio, the twitter style:

Name bakke

Location Stockholm

Web <http://www.customblack.se>

Bio Pappa på riktigt och av skumplast, skuggboxare, snickare, rockstjärna, projektledare, städare, forskare, poet, recensent, radio-reparatör, fiskare, ninja, källarlantbrukare och journalist. Kock om det kniper. Jobbar som diversearbetare. Driver även pensionat Villa Tjärhalla.

Vems frihet är det vi skyddar?

Martin Bagge

@br0ther

Sedan 2007 har det funnits en avart av GPL version 3 som kallas AGPL3, i allt väsentligt är det samma licens som GPL3 men den har ett tillägg som innebär att en person som använder kod licensierad som AGPL3 måste tillgängliggöra eventuella ändringar i densamma.

Låt oss ta ett exempel. WordPress skulle kunna vara licensierad i AGPL3 (det är det inte men för exemplets skull). Gör man ändringar i WordPress och sedan distribuerar dessa kickar licensen in och ”tvingar” dig att dels göra källkoden tillgänglig men dina ändringar måste dessutom vara licensierade enligt AGPL3 (eller en kompatibel licens, det finns inte). Precis samma förfarande som i GPL alltså. Skillnaden visar sig när jag använder min modifierade WordPress men inte distribuerar ändringarna. I GPL är detta tillåtet och det är här AGPL kommer in och ”tvingar” dig att göra ändringarna tillgängliga. AGPL3 ”lagar” alltså ett ”problem” i GPL3. Ett rätt trevligt kryphål för den som vill ta ett GPL-projekt, göra lite ändringar och sedan använda resultatet privat. Jag har aldrig själv hamnat i att jag utnyttjat det men jag kan se varför det kan vara intressant att göra på detta sätt.

Vem är det man vill skydda genom att använda AGPL? Vanligen är motivet att välja GPL som licensbas att man vill säkerställa att framtida produkter baserade på den aktuella fortsätter att vara öppen källkod. Detta är inte självklart i alla öppna licenser (och väljer man en sådan licens har man säkert motiv för det, en annan debatt). Med GPL skyddas rättigheterna hos den ursprungliga upphovsrättsinnehavaren, framtida versioner kommer att vara öppna. Skyddet omfattar

tar även mig som nyttjar ”programmet”, jag får dels rätten att se vad programmet gör och jag får ändra i det, jag får dessutom sprida det vidare. Så långt är GPL och AGPL samma, jag hävdar att AGPL tar ett annat fokus. Nu är det inte längre upphovsrättsinnehavaren som är i centrum. Det är inte heller till fullo den som nyttjar programmet (snarare tjänsten) som är i centrum. AGPL tar på sig Stallmans messiasdräkt och för ett korståg.

När GPL:s kritiker gnäller över att GPL inte är fri nog (att det inför restriktioner på hur deriverat arbete får vidare distribueras osv) så har de förvisso rätt men kritiken är rätt tafatt, jag har rätt att göra vad tusan jag vill med sakerna så länge jag inte distribuerar det vidare. Det kan jag inte göra med AGPL och det är helt plötsligt sant som kritikerna säger. AGPL skyddar egentligen inte någons frihet, AGPL skyddar möjligen kampen för öppen och fri mjukvara.

AGPL är en god intention men jag tror inte att vad det mynnar ut i är av så mycket vettigt. Någon grej här och var kommer säkert att råka illa ut och tvingas släppa ut sin modifiering men de stora innovationerna och den stora spridningen är ju som alltid på ett annat plan än i en lokal implementation. Vill den eller de som ändrar senare distribuera sin deriverade utgåva klickar ju samma regler som i GPL in och de måste lämna vidare källkoden. Jag placerar AGPL på bakgården, det var en fin tanke men det bidrar mest till att splittra rörelsen.

Texten finns publicerad på:

<http://martinbagge.wordpress.com/2010/07/16/vems-frihet-ar-det-viskyddar-2/>

http://korta.nu/sswc10_12

En politiskt intresserad programmerare från västkusten. Efter några år i Blekinge som student och heltidsarbetande studentaktivist jobbar jag numera med nätverksutrustning samt bidrar till spridningen av öppen källkod och dess filosofi, exempelvis via Debian, LXDE eller OLPC.

Blogg: martin.bagge.nu | Twitter: @brOther

Undulater är gröna

Gunnar Bark

@GunnarBark

Visste du att undulater ursprungligen är gröna och lever i flock? Blå, gul och andra tokiga färger på en undulat är det vi människor som avlat fram. Att våra blå, gula och andra tokiga färger av undulater trivs så bra i en fågelbur beror på att arten är domesticerad. Det betyder att de har bott i en liten bur, i ett kök, i så många generationer att de glömt bort hur det är att vara en grön undulat i Australien.

Texten finns publicerad på:

<http://www.gunnarbark.se/2010/02/16/undulater-ar-grona/>

http://korta.nu/sswc10_13

Gunnar Bark: Det lilla krutpaketet har ett starkt psyke, är livlig, energisk, intelligent, lättlärd, viljestark och arbetskrävande.

Blogg: gunnarbark.se | Twitter: @GunnarBark



Bosse fick en känsla av att livet i akvariet
egentligen bara var en skärmsläckare.

#Webbrelation

Jennifer Bark

@TheJennie

Internet för mig är inte ettor och nollor.

Internet för mig är **00111100 00110011**

Det här inlägget postades fredagen den 16:e juli 2010 klockan 13:37

Texten finns publicerad på:

<http://thejennie.se/2010/07/webbrelation-sswcbo/>

http://korta.nu/sswc10_14

Jag, Jennifer Bark, är som jag skriver på Facebook.com/thejennie "en poesihjärtad social mediejunkie som gillar människor, livet och den tid vi lever i just nu, och som aldrig slutar upp att förvånas, fascineras och förälska mig". Bloggar privat på thejennie.se, banalt.se och subtilt.se och jobbar till vardags som "social media advisor" på Disruptive Media.se
/@thejennie

Vad innehåller ditt paket?

Klaus-Peter Beiersdorf

@Tyskungen

Idag lever det över 6,9 miljarder människor på jorden. Det innebär att nästan 6 procent av alla människor som någonsin fötts gnuggade gruset ur ögonen i morse. Och befolkningsexplosionen går snabbare än någonsin. Sedan millennieskiftet har antalet människor ökat med nästan en halv miljard och om fyrtio år beräknas vi vara fler än 9 miljarder. En hisnande siffra. Om man bortser från alla religiösa påståenden om mänsklighetens tillkomst så kan vi konstatera att den moderna människan existerat i omkring 70 000 år. Men det som är allra mest fascinerande är att trots att antalet människor formligen exploderat bara de senaste hundra åren så har vi lyckats skapa kommunikationssätt och tekniska lösningar som sammankopplar oss mer än någonsin tidigare.

Utvecklingen har eskalerat så till den milda grad att man idag menar att alla har en relation till varandra genom endast sex personer. Huruvida det varit så ända sedan mänsklighetens begynnelse vet vi inte, men det moderna begreppet kallas ”six degrees of separation”. Vad är då detta? Jo, på 60-talet genomförde man ett experiment i USA där man skickade ut 160 paket till slumpvis utvalda personer. I paketet låg det en liten lapp. Inget mer, och på lappen stod det vem mottagaren var i form av ett förnamn samt personens yrke och bostadsort. Alla som fick ett paket uppmanades att skicka det vidare till någon i deras bekantskapskrets som kunde få försändelsen att komma närmare den slutliga mottagaren. Mirakulöst nog så kom hela 24 paket fram till adressaten, och det visade sig att paketen i genomsnitt färdats via sex personer. Därav uttrycket ”six degrees of separation”.

Flera liknande undersökningar har gjorts efteråt. I en skickades det paket till samtliga världsdelar och resultatet var fängslande nog nästan exakt detsamma. Paketerna kom fram till den slutgiltiga mottagaren ända från Kenya, Japan och Frankrike. De hade färdats över kontinenter och länder. Över hav och över berg. Enorma avstånd. Och den gemensamma nämnaren var att alla färdats framburna av dessa människors obändiga vilja att använda sina nätverk. Att kommunicera. Att koppla sig samman och skapa band. Att vara en del av en större ordning.

För mig är varje människa lite som ett öppnat paket som innehåller en enorm gåva. En ingång till ett osynligt nätverk som är helt obegripligt stort och som sammanfogar oss likt en stor brodyr i mänsklighetens väv. I varje paket döljer sig ett virrvarr av nya upplevelser och utmaningar. Och dessa paket finns precis överallt runt omkring oss. Stora och små.

Och vet du vad? Det är oftast i de mest oansenliga paketen som de allra vackraste överraskningarna finns.

Klaus-Peter Beiersdorf: Liten men naggande ond. Skribent, creative director, storyteller och tvåbarnspappa. Har drivit tre av Sveriges mest inflytelserika bloggar. Luktas lök. Lite.

Twitter: @Tyskungen | Blogg: tyskungen.se och kingmaker.se/blogg

Våra älskade lortiga original

Ingela Hjulfors Berg

@kesomackan

Perfekta familjer är tråkiga. Eller rättare sagt: SKITTRÅKIGA. De är nämligen ofta likadana, stereotypa på något sätt, stöpta i samma Sköna-hem-form. Ett helvitt hem med blänkande marmorskivor i köket och tre citroner i en keramikskål.

Gäsp.

De är den motsatta Norén-familjen som tråkar ihjäl oss istället för att göra oss upprörda.

Misärfamiljer däremot är spännande, mytiska på något sätt. Därför de sällan är den andra lik. Deras historier kan handla om allt från missbruk, psykisk sjukdom, misshandel, religiös fanatism, överdriven snålhet, pennalism, sexutnyttjande, ond bråd död, vanställdhet, pedofili, mördare, skrotsamlare, enfald, kärlekssorg till fattigdom. Now we're talking!

Det är säkert därför som vi fascinerar av alla dessa original som finns ute i byarna som Burk-Curt från Skellefteå, en ruggsliten man som dog stormrik efter att ha samlat tomburkar hela sitt liv och inte haft vett att sätta sprätt på förtjänsten. Han investerade istället i 124 guldtackor från Boliden.

I humorserien Ingen bor i skogen av Klungan som går på SVT i sommar, finns karaktären Hans-Erik "Geggan" Nordin. Han är ensamstående skolvaktmästare med eget skrotupplag och en okontrollerbar inre vrede. Han har på eget initiativ bosatt sig i en hundkoja. Vi ryser av både obehag och munterhet när han öppnar munnen och låter sin otämjda rotvälsla lägga sig som en obehaglig blöt filt över tillvarons perfekta småstadsidyll.

Detsamma kände nog Jackie Onassis, f.d. Kennedy, när hon en dag

i början av 70-talet slog upp National Enquirer och fick läsa om sina två släktingar Big Edie och Little Edie, mor och dotter Bouvier Beale. Tidningen hade gjort ett hemma-hos-reportage hos hennes faster och kusin som hade tillhört den amerikanska societeten men som numera bodde i det förfallna pampiga Greys Garden. Ett hus med 28 rum fulla av skräp, katter, avföring och tvättbjörnar mitt i det fashionabla överklassområdet East Hampton på Long Island, New York.

Båda kvinnorna hade en misslyckad sångkarriär bakom sig. 1975 lyckades brödraparet Albert och David Maysles övertala dem att få göra dokumentärfilmen Greys Garden med dem. Bröderna delade deras hem i sex veckor och fick bära loppbands för att inte bli sönderbitna. De två damerna var excentriska men bad heller aldrig om ursäkt för sig. Mamman Big Edie var vid inspelningen drygt 80 år gammal och dottern 56 år. De hade bott tillsammans i huset sedan 1952 och levde på endast 3 000 kr per månad. Big Edie blev lämnad av sin make och det enda hon fick behålla var huset och det lämnade hon aldrig efter det. Huset förföll då hon inte kunde betala räkningar och allmänt underhåll. För att klara livhanken sålde de sina dyrbara juveler allt eftersom. Ingen i societeten lyfte ett finger för att hjälpa kvinnorna. De lämnades helt åt sitt öde.

Grannarna klagade slutligen till hälsomyndigheterna och när tidningarna fick veta att de var släktingar till rikets första dam, då ryckte Jackie Onassis ut och lät sanera huset. Det lär ha tömts på över 1 000 sopsäckar.

Men det skojiga i kråksången är att de här kvinnorna trots sina mediokra sångarkarriärer faktiskt blev kända till slut. Dokumentärfilmen fick kultstatus och Little Edies hundratals klädbyten och ständigt med en sjal på huvudet (för att dölja att hon inte har något hår) har gjort henne till en stilikon i modevärlden än i dag. Efter moderns död, två år efter filmens premiär, fick hon faktiskt en egen cabaretshow i New York. Filmen lär vara föregångare till dagens reality-tv.

2007 kom en spelfilm med Jessica Lang och Drew Barrymore som bygger på dokumentären med samma namn. Dessförinnan gjordes även en Broadway musikal med samma namn.

Som sagt, miserabla familjers livsöden fascinerar oss mycket mer

än de perfekta. Undrar om jag inte ska strunta i att städa ur förråden i sommar och istället odla min framtida kultstatus? Glöm garageförsäljning. Gå på loppis och skaffa dig ett liv. Ett perfekt bohemliv som ingen sent kommer att glömma.

Texten (inklusive klipp från dokumentären) finns publicerad på:
<http://wheelforcemedia.blogspot.com/2010/07/vara-alskade-lortiga-original.html>

http://korta.nu/sswc10_15

I över 20 år har jag verkat som journalist. Jag har sällan haft tråkigt, ofta varit stressad och full av prestationsångest, men ibland jätkligt nöjd och stolt över att ha skrivit fantastiska reportage som knappt någon kommer ihåg i slutändan utom en själv. För ni vet, varje människa är en bok, ingen är genomgrå, däremot finns det självupptagna skribenter som inte kan eller orkar fånga andra människors historia, för det är en konst. Jag är inte säker på om jag är en av dem som har lyckats med det än.

Twitter: @kesomackan | Blogg: wheelforcemedia.blogspot.com och blogg.vk.se/ingelahjulforsberg Kesomackan – i den digitala förändringens rum

Lär dig allt om webben. På webben.

Binero

@Binero

Ja, eftersom du läser den här bloggen har du antagligen redan rätt bra koll på webben. Och det finns gott om bloggare i sfären som delar med sig av tips kring tjänster, verktyg och kommunikation på nätet. Men somliga är ännu lite bättre på att samla allt på ett ställe och grundligt, pedagogiskt och lättillgängligt lära ut det mesta som finns att lära ut om internet. Idag har vi samlat några av svenskwebbens bästa webbskolor inom ett par övergripande områden. Och känner du dig själv överkvalificerad, tipsa någon som vet mindre!

Allmän internetkunskap

Användbart.se

Snacka om välbeskrivande url – den här sajten är verkligen precis vad den heter – användbar! På användbart.se publicerar man en gång om dagen ett kapitel ur ”Användbarhetsboken”, som finns att köpa hos utvalda bokhandlare. Sajten/boken beskriver i alla fall på ett konkret sätt hur man gör webbplatser tillgängliga och användbara, och även om den känns särskilt riktad mot webbredaktörer och sajtdministratörer innehåller den tips och råd som egentligen alla borde ta till sig! Själva tycker vi att få ett gott råd om dagen är en alldeles perfekt avvägd dos, men vill du inte behöva vänta på att just det användbarhetskapitel du är intresserad av ska publiceras, kan du som sagt köpa boken.

Centerpartiets Webbskolan¹

Otippat hittade vi den här väldigt pedagogiska lär-dig-webb-bloggen hos ett politiskt parti. Webbskolan har inte det minsta med politik att göra, så du behöver med andra ord inte vara centerpartist för att ändå tycka att innehållet är bra. Här finns nämligen de flesta stora verktyg och webbtjänster tydligt förklarade, med skärmdumpar som gör förklaringarna barnsligt enkla att förstå, och kategoriindelningar som gör det lätt att hitta rätt bland inläggen. Med andra ord – bra jobbat av bland annat webbsociala Mattias Östmar, Ulrika Ingemarsdotter och Anders Sporning som står för produktionen av innehåll.

Internetkunskap.se

Nystartat utbildningsprojekt främst riktat mot skolungdomar och lärare, med bland annat Annika Lidne, Sofia Mirjamsdotter och Björn Falkevik bakom rodret. Sedan i början av februari har de en gång i veckan publicerat en kortfilm där olika personer (både redaktionsmedlemmarna själva, liksom ”gästande utbildare” som Jerry Silfwer och Peter Sunde) lärt ut om allt från sök, källkritik och upphovsrätt till bloggande, RSS och spårning på nätet. Totalt ska det bli 16 filmer, och fastän målgruppen som sagt är elever och verksamma inom skolvärlden, är internetkunskap något för alla som behöver förbättra sina webbkunskaper.

Webbiga termer och begrepp

Svenska Datatermgruppen²

Svenska datatermgruppen – bestående av företrädare för till exempel språkvården, dagspressen, etermedier, högskolor, branschpressen och företag inom databranschen – beskriver sig som ”*en brett sammansatt grupp som ger rekommendationer om hur aktuella datatermer bör hanteras på svenska*”. Sedan 1996 har de alltså, med stöd från Terminologicentrum och Språkrådet, pysslat med att råda allmänheten i vilka uttryck som bör användas, hur de stavas och böjs samt tagit på sig att också förklara vad de olika uttrycken betyder. I ordlistan hittar du allt från ”adressikon” till ”översikt” förklarat och i förkort-

ningslistan allt från ”AAC” till ”XSL”, men sajten (en helt ”stilbefriad” sådan, men dock) bjuder även på språkliga och tekniska artiklar med mera. Vål värt ett stopp om du vill hålla koll på språkdata med andra ord.

Computer Swedens Språksamt³

Vill du hålla dig riktigt uppdaterad på språkbruk inom ”datavärlden” är tidningen Computer Sweden och deras avdelning Språksamt (som även ges ut som nyhetsbrev) en annan het (och lite roligare) rekommendation. Här skriver journalisten Anders Lotsson om *”it-världens facktermer, men också om bruk och missbruk av språket som kommunikationsmedel”*, och han gör det på ett inte bara lärorikt men underhållande sätt! Finns även att följa på Twitter⁴.

Urban Dictionary⁵

Urban Dictionary är som ett slags språknördarnas Wikipedia, eller som man själva beskriver det på sajten *”It’s the Wikipedia of the streets, biyatch!”*. Precis som på Wikipedia uppdateras lexikonet av användarna själva, och ordlistan innehåller verkligen allt från SAOL-vänliga ord (näja, typ) till riktigt nischad gatuslang. Och fastän Urban Dictionary inte är ensidigt dedikerad webben och de ord som används där, lovar vi att du lär hitta de flesta geekuttrycken skönt förklarade här. Urban Dictionary finns även att gilla på Fejjan⁶ och att följa på Twitter⁷. Och signar du upp dig på sajten kan de *”hit your inbox with a free new word every day”*.

Webbstandard och utveckling

(hoppas ni har överseende med att vi begränsar oss till ”giganten”...)

W3C (Sverige)⁸

Hos Svenska W3C (World Wide Web Consortium) har man en catchline som lyder *”att se till att webben når sin fulla potential”*, och det sammanfattar faktiskt rätt bra vad den här organisationen pysslar med (den mer invecklade beskrivningen lyder *”W3C utvecklar interoperabla teknologier – specifikationer, riktlinjer, programvara och*

verktyg – för att se till att webben når sin fulla potential som ett forum för information, handel och gemensam förståelse”...). Vill du hålla koll på aktuella (och historiska) webbstandarder, rekommendationer och nyheter så är i alla fall den här sajten – eller ännu hellre den internationella versionen⁹ – *the place to go*. Särskilt snyggt och simpelt är det inte – men få sajter kan lära dig så mycket inom (i vissas tycke...) komplicerade områden såsom webbarkitektur, semantiska webben och XML-teknologi. På svenska sidan hittar du framförallt svenska uppdateringar kring vad som internationellt sker inom W3C:s organisation, men besöker du som sagt w3c.org har du ett betydligt saftigare utbud.

W3Schools¹⁰

Intresserar innehållet ovan dig är W3Schools definitivt lärosajten för dig! Här hittar du webbens kanske bredaste utbud av riktigt schyssta och helt gratis webbutvecklar-tutorials, i allt från HTML, XHTML och CSS, till AJAX, jQuery, SQL, PHP, SMIL och Flash. Bare å gotte ner sig!

Vi på Binerö hoppas att något av dessa tips kommer någon till nytta. Och så undrar vi förstås – var på webben lär du dig mest om webben?

Fotnoter:

1. <http://webbskolan.centerpartiet.net/>
2. <http://www.nada.kth.se/dataterm/>
3. <http://computersweden.idg.se/2.2683/1.82832>
4. <http://twitter.com/spraksamt>
5. <http://www.urbandictionary.com/>
6. <http://www.facebook.com/urbandictionary>
7. <http://twitter.com/urbandaily/>
8. <http://www.w3c.se/>
9. <http://www.w3.org/>
10. <http://www.w3schools.com/>

Texten finns publicerad på:

<http://blogg.binero.se/2010/04/lar-dig-allt-om-webben-pa-webben/>

http://korta.nu/sswc10_16

Vi på Binerö vill alltid vara Sveriges vänligaste domän- och webbhotellsleverantör: öppenhet, ärlighet och vänlighet. Vi binder aldrig någon kund, och ersätter inbetalade medel vid förtida avslut. Vi erbjuder just nu ett av marknadens största webbhotellpaket på dess modernaste plattform. Binerö har rekommenderats av Råd & Rön samt 2005, 2006 och 2008 av Internetworld, som 2009 och 2010 utsett företaget till "Sveriges bästa webbhotell".

Sajt: binero.se | Blogg: blogg.binero.se | Facebook:

[facebook.com/group.php?gid=4966449263](https://www.facebook.com/group.php?gid=4966449263) | Twitter: @Binero

VD: Anders.aleborg@binero.se | Marknad: Erik.arnberg@binero.se |

Support: Support@binero.se | Telefon: 020-24 08 00 | Från mobil: 0771-24 08 00

A picture, a person, a time and a location

Thomas Bjelkeman

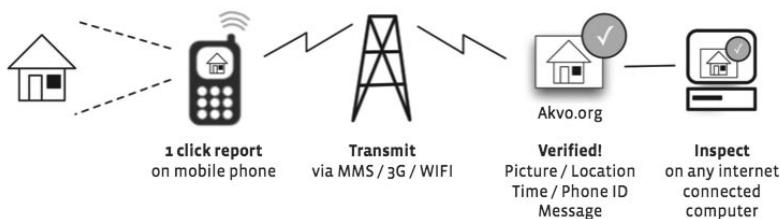
@bjelkeman

I have been going around for a number of months now telling the following story and then asking a question.

Imagine that you had an application on your camera phone which would only take a photograph when it had a good GPS fix, i.e. the application knows where in the world the phone is by getting data from the satellites in the Global Positioning System. Imagine that you took a sequence of photographs, the first picture is of yourself. Each photograph gets the current time as told by the satellites, the GPS coordinates, the phone number, the phone identity and potentially a text message added to it. The whole bundle is digitally signed and uploaded to a server on the internet. The signed bundle is verified by the server to ensure that the bundle has not been manipulated. We now have a set of pictures of something, taken by a person we can identify, at a particular time and a particular location.

The question I ask is:

How would you use this type of system?



I get many interesting answers. The first answer was from myself. I want to improve the way field reporting is done on development aid projects. The pictures could be of a new well being drilled, the foundations of a school being laid or a meeting being held. This is all part of the work we are doing at Akvo.org, giving every development aid project a voice. A voice which tells the story of what is going on with the project. There are many benefits from using a system like this, as opposed to the traditional 6-12 monthly reporting via thick Word documents.

Other really interesting answers have been:

An NGO that works with war crimes investigations would like to show a picture of something in a particular location, for example signs of a mass grave, at a particular time. It is good that they would only need a mobile phone to do the work as it is fairly sensitive work. It would be beneficial if the proof would be valid as evidence in court.

Someone working with elections in an African country told me he wanted to take pictures of the tally sheets that are sent with the ballot boxes to be centrally counted. So that one could provide independent verification of the counting.

A professor working with e-learning in developing countries would like an examination assistant to be able to take a picture of the students taking an exam, so that it could be verified that the right person is actually doing the exam.

A woman working with human rights issues wanted to be able to use the pictures to document an ongoing riot or crackdown by the government. Think the Iran election demonstrations in 2010, but with verified photographs.

A young man working with legal aid support and training, in countries where the legal system is pretty sketchy, wanted to be able to take a picture of anyone interned or arrested. The pictures would be able to prove that the person was actually held by the police at a particular time and location. People disappear.

I have had several proposed commercial uses of such a system as well, by both big and small companies.

We have a prototype of this system called Akvo Phone, running on a GPS equipped camera phone, integrated with the Akvo Really Simple Reporting (Akvo RSR) system.

Tell me: How would you use this type of system?

Texten finns publicerad på:

http://www.appropedia.org/TheFWD_Bjelkeman_-_A_picture,_a_person,_a_time_and_a_location

http://korta.nu/sswc10_17

Thomas is a co-foundner of the Akvo Foundation where he builds online tools to fix povery.

Twitter: @bjelkeman | Mail: thomas@bjelkeman.com |

Web: bjelkeman.com

Trams

Emil Björklund

@emilbjorklund

The internet is serious business. Jag, å andra sidan, är en rätt fånig figur. Jag jobbar (som många andra som läser det här) dagligen med webben, det pratas målgruppsanalyser, optimering av kod, användbarhet, strategier för sociala medier, timrapportering och den obestämnda ”kund”. Men när jag inte jobbar är jag mest bara tramsig. Att få vara tramsig är en lyx – jag har på det stora hela ett bra liv med mycket fritid och nära vänner som jag umgås med dagligen, så jag kan kosta på mig att tramsa en del. Mina vänner är också ganska tramsiga, och vi gillar att tramsa ihop. Ofta är öl inblandat.

Jag vill här hylla tramset. Liksom alla försök att beskriva vad som är så roligt med humor kommer jag givetvis att misslyckas, men fan om det inte tål att göras ändå.

När det gäller de sociala aspekterna av webben pratas det ofta om värdet att kunna föra en dialog mellan t.ex. företag och deras kunder (eller ”fans” eller ”stam” eller vad du vill kalla det). Eller konsumenter emellan. Det pratas om nätverkande och virala kampanjer, kunskaps- och kulturdelning. Ibland pratas det litegrann om att folk skvallrar, bråkar och flörtar i sociala medier. Det finns också ett begrepp kallat ”ambient intimacy”, myntat av Leisa Reichelt, som satt sig starkt hos mig: vi använder tekniken för att hålla kontakt och kommunikation igång utan att ha nåt speciellt mål, någon plats eller nåt ämne att prata kring. Vi liksom bara hörs. När någon pratar om att si eller så många procent av det som sägs på Twitter bara är ”babbel” så är det troligtvis detta som avses, och det gör mig lite provocerad när någon avfärdar det som innehållslöst: det är oftast det

fånigaste folk säger som ger mig mest.

Twitter är en ypperlig kanal för att bedriva seriöst tramsiga diskussioner i. Eller bara slänga ur sig en skön oneliner, och se om nån hakar på.

Baby: HEURGH! Me: Was that a happy noise or sad noise? Baby: Oh, definitely happy! I just threw up and pooped at once! ACHIEVEMENT UNLOCKED!

– Relly Annett Baker (@RellyAB),
fantastiskt rolig copywriter, twittrat den 7 september 2009.

Det är inte bara soloprestationer som får mig att le lite extra framför skärmen. När mitt favoritcommunity reddit.com får till ändlösa trådar av rent trams blir det extra kul, på ren volym. Häromdagen, till exempel, frågade någon stackars användare hur man fick tillbaka sina inställningar för sajten om man av misstag ändrat dem till spanska och inte hittar tillbaka. *”Simplemente vaya a su página de preferencias y busque la opción de idioma apropiado.”* lyder svaret från en av sajtens moderatorer, sen fortsätter det så i cirka 2 000 kommentarer till, alla med sin bästa högstadiespanska i högsta hugg.

Även Facebook lämpar sig bra för att bete sig allmänt fånigt. Eftersom jag och mina vänner, liksom alla andra människor, ständigt sätter diverse fötter i diverse klaver ältas detta i olika statusuppdateringar med varierande framgång. För ett tag sedan startade vi en sluten grupp för privata events, fåniga bilder etc. Inspirerad av Thomas Öbergs magiska rader *”Kan kalla mig en idiot/Det har jag ingenting emot, jag är en idiot/Men mer än så kan ingen bli”* samt Stefan Sundströms groucho-marxistiska *”om någon kunde älska mig/och tycka jag var bra/så är den en idiot som inte är nånting att ha”* döpte jag gruppen till Malmö Idiotförening. Gruppen har sedan dess inte använts speciellt flitigt, men den komiska punchlinen kom på sätt och vis en tid senare: en helt okänd (medelålders) människa sökte medlemskap i gruppen. Ett delikat dilemma: att söka medlemskap i en sluten förening för idioter kräver en viss idiottalang i sig – skulle jag godkänna?

Det finns många kategorier av högkvalitativt trams som jag inte

hinner gå in på här, men en typ förtjänar hedersomnämmande. I sociala nätverk där många kämpar med att bygga upp en image som trovärdiga politiker, initierade teknikbloggare eller kärleksfulla mammor (jag dolde precis en gammal högstadiekompis på fejjan eftersom hon hade haft hjärtan i 100% av sina 20 senaste statusuppdateringar) så är det skönt med falska identiteter. *Fake Steve Jobs* var extremt underhållande, t.ex. Min gigantiska vinröda soffa har också en Facebook-profil och statusuppdaterar som regel bara när han har fått en avsgugning (med dammsugaren). Han godkänner bara vänner som suttit på honom. Går allt som det ska så kommer soffan diskuteras i detalj på SSWC 2010.

Nåväl, jag avslutar med ett citat från en kille på Twitter som jag tycker är fantastiskt roligt, för det mesta. Johan, om du läser detta: jag känner inte dig, men sluta inte! Jag vill inte nätverka, jag vill ha roligt.

Detta gör dig till en bra socialmediastateg: Tusentals tweets, tusentals followers, 4-7 sommarkollon/år där man runkar av andra strateger

– Johan Brissmyr (@brissmyr) på Twitter, 15 juni 2010.

Emil Björklund är en 31-årig smålänning som jobbar med webbutveckling på byrån inUse i Malmö. Han gillar finöl, gitarrer, bra musik och att larva sig. Han twittrar på twitter.com/emilbjorklund och publicerar sporadiskt gamla låtar från sitt tidigare liv som musiker på music.emilbjorklund.com.

Reklam och PR i kommunikativ frontalkrock

Kristofer Björkman

@ddesk

Ikväll tävlar en omkullkastad PR-bransch – präglad av lika delar förvirring och förändring – om vem som ska är bäst på s k marknads-PR. Det är den sjätte upplagan av Spinn – PR-branschens svar på reklambranschens Guldägg. Spinn är tävlingen i effektiv svensk marknads-PR. Och ”Guldägget” Sveriges äldsta och mest erkända reklamtävling med syfte att lyfta fram Sveriges mest kreativa kommunikationslösningar. Spinn arrangeras av PRECIS, PR-byråernas branschförening. Och Guldägget av Reklamförbundet – reklambyråernas branschorganisation. Inte sant?

Nej, fan... Reklamförbundet har ju bytt namn till Sveriges Kommunikationsbyråer (fortfarande med adressen www.reklam.se). Och är ju inte bara en organisation för reklambyråer, utan en för konsulter inom åtta olika discipliner av marknadskommunikation: action marketing, design, direktreklam, event, interactive, media, pr och... ja, just det... reklam. Och beträffande Guldägget så belönas ju även PR-kampanjer i den tävlingen. År 2007 fick ju PR plats i denna sk ”reklamtävling”, och då som en del i kategorin med det ytterst tveksamma namnet ”Alternativ Media”. Men året därpå fick PR i alla fall en helt egen kategori i tävlingen. Och bara för att spä på nydaningen så kunde vi nyss konstatera att Matias Palm-Jensen blir huvudjuryordförande i just Guldägget. Matias som man knappast kan kalla för ”reklamare” trots allt. Ätminstone inte längre. Vilket i allra högsta grad också var ett strategiskt beslut av bl a Elisabeth Ström, styrelseordförande i Sveriges Kommunikationsbyråer:

– Vi har i flera års tid arbetat aktivt med att spegla kommunikationsbranschens utveckling, vårt namnbyte är det senaste uttrycket av det arbetet. Marknads- och informationschefer lägger allt mindre fokus på traditionell reklam och med Matias får vi för första gången en ordförande som inte är en traditionell reklamare.

Matias som startade den numer internationellt berömda byrån Farfar beskriver även sin verksamhet på ett för reklam tämligen okonventionellt sett:

”Farfar is not an interactive advertising agency. In fact, we are a bunch of bandits. We steal people’s time. Time is possibly the most precious commodity of the western world. More and more claim to have less and less of it. So in our own fast-forwarding age we devised a rather clever business concept: We provide the audience with entertainment in exchange for their sacrifice of time in the relevant presence of a brand. Mind you, it’s not ’branding’, it’s ’liking.’”

Huruvida Farfar är en reklam-, pr-, kommunikationsbyrå eller ”a bunch of bandits” låter jag vara osagt, kanske är det samma sak. Eller inte. Men medlemmar i Sveriges Kommunikationsbyråer är byrån i alla fall. Liksom en hel del PR-byråer, hör och häpna, däribland Prime PR, som surnade till på Precis, av skäl som inte är alltför avlägsna till vad jag här pratar om.

Spinn då? Har de någon kategori för reklam? Nej, inte ännu. Eller? Jo för tusan. I en av de sex tävlingskategorierna – Årets integrerade kampanj – har det i alla fall smugit sig in lite köpt media. Den integrerade kategorin belönar nämligen den byrå/det företag som effektivt har använt en kombination av just egna, köpta, och icke-köpta kanaler. För det är väl bl a det som skiljer PR från reklam; kommunikation i köpta eller icke köpta medier? I Wikipedia beskrivs skillnaden ju så här: ”...medan reklamen använder sig av köpt annonsutrymme kommunicerar PR-utövaren på redaktionellt utrymme – ofta via en oberoende tredje part (journalist, nyhetsredaktör, bloggare)”. Alltså samma definition som Peter Karaszi använda i sin numer hopplöst omoderna ”Stora PR-boken” som för övrigt gavs ut av just Prime PR, som förövrigt är beskriver sitt företag i just Wikipedia, som PR. Eller?

Faktum är att PR enligt Wikipedia även nämns som en disciplin inom Reklam och beskrivs: ”PR innebär, kortfattat, att man försöker skapa och vårda relationer mellan företag och kunder eller andra nyckelpersoner, både kort- och långsiktigt.” Men beskrivs där även som: ”främjande åtgärder som syftar till att skapa gott renommé (goodwill) för en person eller en organisation”. En definition som är snubblande lik den klassiska av James E Grunig och Todd Hunt: ”the management of communication between an organization and its publics”.

Reklam i sin tur är enligt Wikipedia: ”...skapande och spridande av information som har till syfte att lysa upp och skapa uppmärksamhet runt idéer, varor och tjänster, samt påverka och ändra människors åsikter, värderingar eller handlingar, i första hand konsumtionsbeteende.”

Och i egenskap av jurymedlem i Spinn, så kan jag utan att överdriva säga att vart och vartannat bidrag innehåller reklam, oavsett tävlingskategori. Eller hur mycket tror ni Viking Line betalade Kanal5 för att sända sin serie Färjan, som ju också nominerats som en av Sveriges bästa PR-kampanjer i Sverige?

Enligt reklamforskaren Marie Grusell är de nya kommersiella yrkessåporna ett nytt exempel på hur man bäddar in reklamen. Eller som Viking Lines marknadschef, Per Jute, sa till DN:

– Man måste söka nya vägar, precis som internet blivit en del i vår marknadsföring. Det är inte bara exponering, du får med så mycket mer...

Ungefär så som Volkswagen och reklambyrån DDB resonerade när de skapade ”Rolighetsteorin”, en kampanj för att få VW att framstå som ett gott (och lite roligare) företag som förändrar världen till det bättre. Med idén ”att något så enkelt som glädje är det absolut lättaste sättet att få människor att ändra på sig”. Idag har klippen av filmerna ”Pianotrappan” m fl visats 10-tals miljoner gånger på Youtube inom loppet av ett par månader. Jag redogjorde för succén i ett inlägg på min blogg med rubriceringen ”Skitbra PR från VW och DDB”. Och som ett brev på posten, dröjde det inte länge för rän representanter från PR- respektive reklambyråer kommenterade

inlägget. Först ut i en debatt om ca 40 kommentarer var Jerry Silfwer på den ansedda PR-byrån Spingtime i Stockholm:

– *Du blandar ihop PR med Reklam, Kristofer.*

Ett par veckor senare sitter Jerrys kollega, Johan Hedberg, och hyllar rolighetsteorin som ”PR-kubben bakom internetsuccén” i Aftonbladet TV.

– *...man har lyckats spela på folks glädje...* säger han till Aftonbladets reporter, Kristoffer Hindhammar. Och tillägger:

– *Det finns många självklara saker du måste göra, du måste exempelvis lägga upp dig någonstans som underlättar spridning.*

Något som mer eller mindre varje byrå oavsett prefix lyckats lista ut. I princip alla 138 bidrag till Spinn innehöll någon satsning i sociala medier och/eller nätverk, inte sällan uppladdade filmklipp på just Youtube. Och så mycket kan jag lova att nästa års tävling av Guldägget kommer inte utgöra något undantag.

– *Sociala medier är numera en självklar del av bidragen i pr-tävlingen Spinn*, skriver Kristin Djerf, även hon medlem av Spinn-juryn, på Dagens Media. Men kan inte låta bli att tillägga:

– *Men till vilken nytta?*

Låt uppdragsgivaren avgöra det, Kristin. PR eller Reklam? Jag skiter i det. Företagen – byråernas kunder – skiter också i det. Slutkonsumenterna likaså. Men inte branschens övriga intressenter – verkar det som?

Stefan Engeseth släppte nyss sin bok ”The Fall of PR and the Rise of Advertising” som tar sitt avstamp i Al Ries bästsäljare ”The Fall of Advertising and the Rise of PR”. Sistnämnda bok dödförklarade reklamindustrin som den då såg ut. Stefan kontrar med att dödförklara PR-branschen som den traditionellt har och i viss mån fortfarande ser ut.

Under en paneldebatt om Stefans bok kontrade Peppe Engeberg de båda författarna och dess utgåvor något i stil med ”The Rise of the Customer and the Fall of All of US”, och uppmanade oss alla att lägga titlarna på bordet, om jag inte minns fel.

Bra, Peppe, vi ses på Spinn ikväll.

Texten finns publicerad på:

<http://mindpark.se/mindpark-058-reklam-och-pr-kommunikativ-frontalkrock/>

<http://korta.nu/c4f3>

Kristofer Björkman är upphovsman och grundare till Newsdesk. Han har jobbat med journalistik och nya medier i 20 år, och har varit med att starta upp företag som spray.se, mrjet.com, sf-anytime.com och TV4 WebbTV.

Sajt: www.mynewsdesk.com | Mejl: kristofer@mynewsdesk.com |

Skype: [ddojan](https://pr20.wordpress.com) | Blogg: <http://pr20.wordpress.com> |

Twitter: [@mynewsdesk](https://twitter.com/mynewsdesk) och [@ddesk](https://twitter.com/ddesk)

Mitt nördiga jag

Mattias Boström

@piratforlaget

När jag var liten fanns det inga nördar. Vi som var nördiga var snarare mesiga eller töntiga och kallades för plugghästar. Nördar fanns bara i amerikanska high school-filmer och några sådana hade vi inte sett ännu.

Jag gillade Povel Ramel, spelade schack och var värdelös på handboll (tillbringade mesta tiden på avbytarbänken tillsammans med Sven-Åke). Jag älskade att lösa korsord med farmor och farfar och tillbringade så mycket fritid jag kunde på biblioteket. Jag fick till och med lov av personalen att hjälpa till med att ställa ut tillbakalämnade böcker i hyllorna. När jag var ute på promenad med farfar bad jag honom ständigt att fråga mig om något, att testa mina kunskaper. Jag försökte memorera samtliga ledamöter av Svenska Akademien sedan starten 1786 (har dessvärre inte kvar denna kunskap). En kväll på mellanstadiet när jag inte kunde somna fick jag för mig att jag skulle lära mig det grekiska alfabetet. Jag kan det faktiskt fortfarande, men bara om jag rabblar det väldigt fort. Och när vår skolklass inte kunde ställa upp i Vi i femman för att uttagningsdagen var studiedag och vår lärare inte ville låta extraläraren släppa in oss i klassrummet – då grät jag floder. Ett outplånligt minne som jag har direktaccess till i min hjärna. Jag hade sett fram emot den dagen sedan lågstadiet.

Det finns förstås en mängd olika sorters nördar. Enligt SAOL är en nörd en ”enkelspårig och löjeväckande person” eller ”tönt”. På vissa sätt var jag säkert löjeväckande. För vad ska man annars tycka om en sjundeklassare som oombett sjunger Ernst Rolf-refränger från sin bänkplats på musiklektionen. Jag hade förstås kompisar, men var aldrig bjuden till barn- och ungdomens innegångsfester. Det gjorde

mig inte så mycket, jag tyckte om att sitta och pyssla för mig själv, men självklart fanns där en smärta i det. Något som gör att jag fortfarande känner mig osäker inför en person som jag bedömer vara häftig eller inne. Jag vet att jag inte hör hemma där och blir lite rädd. Det är en löjlig reaktion, speciellt när det visar sig att just de där personerna ofta är lika nördiga som jag. Jag som är så självsäker i andra sammanhang får plötsligt en släng av mellanstadiet och drar mig tillbaka.

Enkelspårig har jag egentligen aldrig varit. Jag har varit nördigt smal inom så många områden att jag snarare kan uppfattas som bred. Men jag gillar att gå på djupet, åtminstone tillfälligt, tills jag tröttnar. Det enda område som jag hållit fast vid i evigheter är Sherlock Holmes. Där stämmer SAOL-definitionen faktiskt ganska väl in på mig, speciellt när det gäller slutet av högstadiet och under gymnasiet. I alla skolfotokataloger från gymnasiet bär jag deerstalker, dvs Holmesmössan med dubbla brätten. Jag avstår att gå in på hur mycket jag plågade mina klasskamrater med Sherlock Holmes-kunskap. Dock lyckades jag få in Holmes i uppsatser i de flesta skolämnen på gymnasiet. Sherlock Holmes som kemist, Sherlock Holmes musikidoler osv.

Holmesintresset fick mig att brevväxla med andra likasinnade över hela världen, både unga och gamla. Min korrespondens var enorm, många hundra brev om året under sena tonåren. Det som började med att jag längst bak i en bok hittade adressen till ett Holmessällskap ledde med åren till en lång rad nära vänskaper.

Jag funderar lite på vad som skulle ha hänt om jag varit ung idag. Mitt sociala liv som på den tiden var ganska torftigt, hade det sett anorlunda ut idag? Helt enkelt, vad hade nätet inneburit för mig?

Att vara Sherlock Holmes-intresserad idag är en lätt match. Det finns precis hur många sätt som helst att via nätet kommunicera med andra som delar samma förkärlek för mästerdetektiven. Och om man inte känner till hela den värld av Holmessällskap och diskussionsforum som finns, så räcker det med att man googlar på ”Sherlock Holmes” för att ett fantastiskt sherlockianskt Narnia ska öppna sig på andra sidan.

Med nätet så finner nördigt Holmesintresserade varandra med lätthet. I svenska Holmessällskapet The Baskerville Hall Club of Sweden sa man under många år att man nog måste vara mästardetektiven själv för att hitta till föreningen. Det gäller inte längre. Det räcker med några googleklick.

Vad man än är nördigt intresserad av så hittar man via googlande och sociala medier likasinnade. Helt ofrånkomligt bygger man därmed sociala nätverk, kontakter som ofta är starkare än de sociala band man har i och med sin geografiska placering. Idag har jag inte kontakt med mer än någon enstaka av de personer jag gick i skolan med – och tyvärr är det mestadels ganska flyktiga kontakter – men av mina sherlockianska brevvänner har jag nu, 20-25 år senare, väldigt många kvar. Och det är kontakter som har utvecklats väsentligt med åren.

Att vara ungdom och nördig idag innebär en enorm karriärmöjlighet. Genom sociala medier går man utanför sin vanliga, lokala bekantskapskrets och hittar istället vänner som delar ens smala intressen. Ofta blir resultatet inte bara prat, utan lika mycket specialinriktade bloggar och liknande. Och när man har samma värdegrund är det lätt att hitta andra samarbetsätt när man blir äldre.

Jag kan tacka Sherlock Holmes för att jag sitter där jag sitter idag. Holmes ledde mig in på ett mer allmänt kriminallitterärt spår, med de kontakter det innebar. Det ledde i sin tur mig vidare till bokutgivandet, först i liten skala, sedan i eget förlag och numera på Piratförlaget. Och under vägen började jag även skriva egna böcker, blogga och sedan ganska nyligen även försöka påverka den bransch jag arbetar inom.

Fortfarande blandar jag in nördiga specialämnen i mitt dagliga liv. Sekelskiftets Stockholm och svensk underhållningshistoria får leva jämsides med mina intressen för bredare ämnen som bokbranschfrågor och sociala medier. Det är det som gör mig till den jag är. Och intresset från omgivningen för min nördigt smala sida är ofta lika stort som för min breda sida.

När jag var liten var nördigheten inget medvetet val, det bara blev så. Idag väljer jag att vara nördig.

Texten finns publicerad på:

<http://www.mattiasbostrom.se/2010/05/02/mitt-nordiga-jag/>

http://korta.nu/sswc10_19

Mattias Boström har jobbat i förlagsbranschen i femton år, först med eget förlag och sedan ett decennium tillbaka på Piratförlaget. Han är engagerad i flera övergripande bokbranschfrågor, främst när det gäller ebokens utveckling i Sverige. Tillsammans med kompisar har han utkommit med bl a böckerna "Sveriges sämsta skivomslag", "Nu har det banne mig gått för långt! Arga brev till radionämnden" och "Du vet att du är svensk...", samt även gjort ett tiotal sudokuböcker. Boken "Sociala medier – en introduktion" utkommer hösten 2010. Hans intresse för sociala medier tog fart våren 2009 i och med att han började twittra för Piratförlaget, speciellt efter att detta företagstwittrande efter ett tag blev alltmer personligt. Bland andra stora fritidsintressen finns Sherlock Holmes (driver sajten sherlockholmes.se), svensk underhållningshistoria och sekelskiftets Stockholm.

Twitter: @piratforlaget och @mattiasb | Blogg: mattiasbostrom.se |
Mejl: mattias@piratforlaget.se



Ning Poh drömmer om att utveckla ett "traffic light" plugin till Google Maps på sin mobiltelefon.

Om kyrka och internet och ett sekulariserat land

Nils Bryntesson

@brynte

Vi i kyrkan är ju inte riktigt som dom där andra. Dom där utanför. Och dom där utanför är ju inte riktigt som oss. Vi i kyrkan.

För att vara krass så ligger det ju en del i det där. På både gott och ont. Samtidigt är vi vanliga människor allihop, med gåvor, brister och olika typer av hopp.

För egen del tror jag att kyrkan behöver vara nånting annat än resten av världen. På nåt sätt krävs det för kyrkans existensberättigande. Det är vår kallelse att visa på ett annat sätt att leva. Ett sätt att leva som inte präglas av girighet, hämndlystnad och först och främst mig själv.

I stora stycken har vi misslyckats. Givetvis. Trots våra misslyckanden är det här kallelsen som kristen är och förblir. På samma gång tror jag att en viktig anledning till att vi så ofta hamnat fel i kyrkan är en vi-och-dom-mentalitet som grott snett ur samma kallelse. Vi tror att vi behöver hålla oss för oss själva för att kunna klara av att leva ett rent liv, medan kallelsen kanske snarare handlar om att vara ett alternativ mitt ibland folk. Åtminstone verkar det så om man ser på Jesu liv.

Det är här det blir så intressant när internet kommer in i bilden. Men först en historisk exposé.

Historiskt sett har Sverige varit ett av Europas mest religiöst styrda länder med en oerhört stark statskyrka – de enda som inte av lag var tvungna att vara medlemmar i Svenska Kyrkan, den enda kyrkan, var judar. Religionsfrihet fanns inte på kartan i början av 1800-talet.

Följden av detta blev också en ojämförligt stark reaktion mot institutionell religion, först initierad av frikyrkorörelsen, som drev frågan om religionsfrihet och sen ytterligare driven främst av de akademiska institutionerna i mitten på 1900-talet som rent krasst önskade avlägsna teologin helt från akademien. (Som om teologin skulle bli mer vettig då?)

Väldigt kortfattat kan man säga att detta är anledningen till att Sverige är så sekulariserat, kanske världens mest sekulariserade land.

Sekulariseringen har flera sidor. Som frikyrkokristen är jag oerhört tacksam för att kyrka och stat idag har så lite med varandra att göra och att vi faktiskt har religionsfrihet i Sverige. Det är också så att sekulariseringen på många sätt har varit en nyttig reningsprocess för kyrkorna i Sverige. De frågor som sekulariseringen krävt svar på är de facto relevanta! Dessvärre har vi under 1900-talet varit oförberedda och inte minst ovilliga att ge svar på tal, vilket också resulterat i att vi bara är en bråkdel kristna i Sverige idag mot hur det såg ut i början av 1900-talet. Istället för att möta kritiken och delta i samtalet så gömde vi oss i våra kyrkor, hoppades på att väckelsen skulle komma tillbaka och önskade att folk skulle sluta upp att va så dumma som att ställa frågor och kräva svar.

Detta är givetvis en grov generalisering, men det ligger ändå en del sanning i beskrivningen. Vi har i kyrkan haft tillräckligt fullt upp med att hålla ordning på oss själva för att orka med att bemöta den kritik som kom utifrån. Det kunde väl förresten nån annan göra, som pastorn, eller biskopen, eller samfundsledningen?

Det som händer i och med den sociala webben är att vi inte längre har möjlighet att stänga in oss i våra kyrkor på samma sätt. Vi kommer inte kunna fly kritiken utan tvingas både stå till svars, möta och, inte minst, ta lärdom av samtalet som redan förs bland människor. Det kommer att smärta både människor men kanske främst gamla och tröga institutioner som mitt eget samfund, Missionskyrkan, men det kommer också leda till att vi kommer närmare det Jesus från början pratade om, och levde. Det är min övertygelse.

Det är såklart vanskligt att hävda att internet skulle vara kyrkans

frälsare. Det tror jag inte per se, men jag tror däremot att det öppna samtalet kan vara kyrkans räddning. I bästa fall kan internet vara en katalysator till det öppna samtalet.

Med hjälp av internet öppnas våra tidigare stängda gemenskaper upp. Som enskilda kristna hamnar vi, med hjälp av sociala medier som Facebook och Bambuser, ofrivilligt i samtal om våra djupaste övertygelser och vad som är viktigast i just mitt liv. När vi själva tvingas formulera vad vi tror på så blir idéerna verklighet. Detta gäller kristen som ateist, nörd som Svensson.

Detta är anledningen till att kyrkan behöver internet. (Och att internet behöver kyrkan?)

Texten finns publicerad på:

<http://amen.se/2010/07/15/om-kyrka-och-internet-och-ett-sekulariserat-land-till-sswc-boken/>

http://korta.nu/sswc10_20

Nils Bryntesson: Familjefar, kollektivbror, lajvare, internaut, scout, pastor, pionjär och vanlig kristen. Jag är projektledare för Amen.se som syftar till evangelisation och kristen närvaro på nätet.

Lättast nås jag på twitter som @brynte. Mitt visitkort: flavors.me/brynte

Varför gillar jag den sociala webben?

Anna-Carin Carnebro

@Carnebro

En onödig fråga kan tyckas. I alla fall för de flesta, idag, när 3 miljoner svenskar finns på Facebook. Ändå har jag i mitt arbete ofta fått förklara varför människor vill vara på Facebook, vad i jisse namn man ska ha twitter till och att bloggande inte bara är 17-åriga tjejer som lägger ut dagens outfit.

Inte bara i arbetet, ska tilläggas. Även på närmare, personligt håll. Själv har jag bloggat sedan 2004, och många är de som har tyckt om att läsa, men som också har ställt frågan om varför och varit tveksamma. Inte tveksamma till mig, men till det här att öppna sig för främmande människor.

Nu finns det en skarp gräns mellan personligt, privat och för privat. Och mellan uppriktigt och broderat. Det har varit en lång väg hit, även för mig, och gränsen mellan personligt och privat har jag ritat om många gånger. Men jag har aldrig slutat blogga.

Det fina är ju att man faktiskt väljer själv. Du har makten, friheten och möjligheten att publicera vad du vill, inom lagens ramar. Du kan bli läst av – eller läsa – hur många som helst, eller ingen. Det finns inga gatekeepers. Det är demokrati. Du kan skapa opinion, utbilda, dela dina dagar, hitta andra med samma intressen.

Och nog hittar man andra! Så många vänner som jag har idag, som kommer från omständigheter liknande och helt annorlunda mina, hade jag aldrig haft utan nätet. Fina, fina människor som berikar mig, som får mig att tänka, att reagera, att agera, att skratta, att utvecklas. Som får mig att känna mig älskad. Som jag inte alltid

håller med, men alltid respekterar.

Som får mig att känna mig som en del i ett sammanhang.

Ett mycket större sammanhang än tidigare. Ett sammanhang som suddar ut gränser, fördomar och trivialiteter som ålderskillnader. Ett sammanhang som kan ändra världen. För det tror jag på. När vi alla har makten att utan hänsyn till geografiska eller sociala gränser, publicera, granska och skapa opinion runt sådant vi tycker är viktigt, har vi också möjligheten att på riktigt utnyttja vår demokratiska makt – då är allt möjligt.

När vi via Facebook, twitter och bloggar kan sluta upp runt en tvåbarnsmamma i Iran som ska stenas till döds och vara tillräckligt många, så att Amnesty kan rädda henne. Då är sociala webben som bäst. Eller som i höstas, när min mormor kämpade för sitt liv, och mina vänner på webben skyndade till med stöd och närvaro i allt det jobbiga.

Det handlar om relationer. Människan är social med ett grundläggande behov av relationer, och nu kan vi vara det snabbare, med många fler och över hela världen. Ett hisnande perspektiv. Från min lilla vardag till tvåbarnsmamman i Iran. Att det också innebär statusuppdateringar med frukostvanor, fredagsmys och barnbajs, ja, må så vara?

För det som den sociala webben för med sig är så mycket större. Det är en vilja att dela och hjälpa, att vara generös, att vara hängiven, dela glädje och sorg. Det är medmänsklighet och kärlek. Ja, det finns en baksida också. Den ska vi inte väja för. Alla människans dåliga sidor får också plats på internet. Men störst av allt är ändå kärleken.

Kärleken låter oss vara öppna, autentiska och ha integritet. Låter oss hjälpa och stötta varandra. Jag tror att det är det som är svårt och lite skrämmande att förstå. Men det är bara i början. För snart upptäcker man det stora i det lilla. Blir en del av en helhet. En mänsklig helhet som med hjälp av teknik kan uträtta underverk, små som stora.

Det är att av mina svar på frågan. Låt mig återkomma efter SSWC med några fler.

Anna-Carin Carnebro, bloggare och socialwebbälskare. Arbetar med marknadsföring och kommunikation på nätet. Driver idag företaget Webbevakning tillsammans med sin bror, Carl Carnebro, arbetade tidigare som Web Manager på Royal Canin.

Twitter: @Carnebro | Blogg: carnebro.se | Sajt: webbevakning.se

Business is local – Cloud Computing is local?

Johan Christenson

@citynetwork

”Business is local” är ett uttryck jag hör än idag och ofta. Detta trots allt snack om globalisering och som i vår bransch – cloud computing i andra länder – fungerar även lokalt – eller gör det verkligen det? Varför inte använda Amazons tjänst EC2 – de finns ju någonstans i USA och även någonstans i Europa? Ja – varför inte? Finns självklart massor av både för- och nackdelar.

Marknaden är föränderlig och många svenska företag har anslutit sig till amerikanska tjänster i form av Amazons EC2, Salesforce.com, Microsofts Azure eller Google. Vi tror att med Sveriges och Skandinavien uppvaknande och nu med våra egna regionala tjänster kommer bilden förändras vidare.

En av de absolut största anledningarna till att många kommer välja lokala/regionala spelare handlar om något så enkelt som kontakt och tillit. Har du problem med City Cloud ringer du ett svenskt nummer och talar med Anders, Magnus, Mattias, Marcus eller kanske Olle eller någon av de andra lokala supportpersoner vi på City Network tillhandahåller. Vi pratar till och med svenska! Vem ringer du på Google? Faktum är att jag har ett flertal gånger försökt få tag på Google men de är nästan som ett spöke – de finns där men du kan inte ta på dem.

Samtidigt som jag skriver det så har Google faktiskt för första gången funderat på att öppna en kanal att nå Google. Detta är för deras Nexus One-telefon endast (som vi för övrigt lottar ut några stycken). Rätt otroligt att ett så stort företag kan hålla sig så pass icke

nåbara med alla de tjänster de har? Förändringar håller på att ske men det är motvilligt.

Läs gärna inlägget¹ från Reuven Cohen om hans tankar just runt de regionala eller nationella cloud computing-företagen. Han tror de kommer ta en stor del av de affärer som faktiskt är regionala eller nationella. Vi håller med och ser den trenden redan i dag genom de dryga 400 personer och företagen som nu drifrar via City Cloud. Det finns skalfördelar som giganterna har – men samtidigt ser vi idag att de inte ger tillbaka det till kunden. Trots att vi ger en support du inte får hos dem kan vi hålla priser som är långt under vad t ex Amazon har. Microsoft har fått sänka redan och mer lär komma. Detta mycket tack vare utvecklingen bland de nationella spelarna – som t ex City Cloud.

Som många av er vet, jobbar vi inte bara hårt för City Cloud som cloud computing-tjänst, utan även att få cloud computing att växa i Sverige generellt. Vi tror att konkurrensen är sund och skapar än mer möjligheter för oss alla. Samtidigt driver det marknaden för cloud computing framåt. Det är fortfarande för få tjänster att välja mellan och för att det skall ta fart ordentligt måste både vi på City Network göra City Cloud ännu bättre men framförallt måste fler anamma äkta cloud computing. Räkna med ett intensivt år med massor av nyheter.

Definitionerna över just ”drift i molnet” eller engelskans ”cloud computing” har inte satts på ett sätt som gör att vi alla tänker samma sak. Flera organisationer jobbar på det. Vi tror att 2010 kommer vi riktigt långt på detta och en början på mer generell förståelse infinner sig. Är du intresserad av att engagera dig finns det flera organisationer – bland annat Cloud Sweden där du kan delta i detta arbete. Vi på City Network har bl a engagerat oss där.

Engagera dig och hjälp göra Sverige till en av de ledande nationerna inom cloud computing.

Fotnoter:

1. <http://www.elasticvapor.com/2010/02/amazon-ec2s-greatest-threat-is-cloud.html> (http://korta.nu/sswc10_21)
2. <http://cloudsweden.wordpress.com/>

Texten finns publicerad på:

<http://blog.mycitycloud.se/drift-i-molnet/business-is-local-cloud-computing-is-local/>

http://korta.nu/sswc10_22

Johan Christenson: Jag är en entreprenör och har haft nöjet att skapa och driva ett antal företag – alla Internetrelaterade. Idag är jag arbetande styrelseordförande i City Network Hosting och sitter med i en handfull styrelser där spel och social media är huvudverksamheten.

Mejl: johan@citynetwork.se

LinkedIn: [linkedin.com/in/johanchristenson](https://www.linkedin.com/in/johanchristenson)

Att förstå den nya vardagen

Niklas Dahlqvist

@NiklasDahlqvist

Sedan millennieskiftet har ett paradigmskifte, märkbart för var och en, varit under rörelse och utveckling. Egentligen tog skiftet sin början redan vid nittiotalets start genom vår påbörjade vandring in i det renodlade informationssamhället från gårdagens industrisamhälle. Detta skifte börjar nu sätta sig och bli en reell del av vår nya vardag och verklighet som kommer att gälla i decennier framöver. Detta är märkbart genom till exempel tillverkningsindustrins förflyttning och tjänstesektorns tillväxt. Det handlar inte längre om att förflytta materia och människor utan om att gemensamt sätta kunskap i rörelse.

Att förflytta människor till bestämda platser för att utföra sitt dagliga värv har länge varit en självklarhet. Idag kan vi se att utvecklingen återgår allt mer mot det självförsörjande hushållet genom att effektivisera försörjningen likt hushållen i bondesamhället. När industrisamhället gjorde sitt intåg delades tiden upp i arbetstid och fritid från att all tid varit, vad vi kan kalla för, försörjningstid. All den vakna tiden gick åt att planera det som skulle sås, odlas och skördas för maximal utdelning som i sin tur omsattes till ett uppehälle. I och med att fabrikena med sina ångvisslor blev verklighet förflyttades de dagliga göromålen som sörjde för uppehållet till en specifik fysisk plats. Inte sällan vid ett rullande band. Detta gjorde det nödvändigt att helt enkelt dela in sin tid i just arbetstid och fritid. Vilket vid närmare eftertanke inte är helt naturligt utan en konstlad företeelse sett till skeenden i naturen.

Nu ser vi en utveckling där vi återigen kan utföra våra uppgifter där vi är för stunden. Vilket gör oss alla otroligt effektiva då den

fysiska förflyttningen av materia och människa är en onödig tidstjuv. Den tid det tar att ta sig från punkt A till B kan istället användas till produktiv och inkomstbringande verksamhet. Även vid längre förflyttningar är det, på samma effektiva vis, möjligt att utföra sina uppgifter under färd mot mötesplatser som till exempel konferens eller utbildning. Man är inte längre låst vid en outhärlig arbetsmodul som fysiskt står fast på en arbetsplats med stämpelklocka. Nu är det istället nyttan och resultat som ligger till grund för värderingen. Inte den nedlagda tiden. Då kan inte heller tiden stå för hela prissättningen utan det är själva nyttan av resultatet som ska värderas. Ett exempel på det är att vi nu tillsammans lägger ner tid för att utveckla och förbättra de verktyg som används.

Detta innebär också att vi frångår den tid då tillverkningen av verktygen ägdes av få till att nu tillsammans genom användning ta fram nya och förädla de befintliga verktyg vi behöver för att uppbära vårt uppehälle. Vi som individer går från att tillhöra till att delta. Från att gå bredvid varandra i raka led stannar vi upp och integrerar våra led och möts vilket tar oss än längre och ger stark grogrund till nya innovationer med nya intjäningsmöjligheter i den nya vardagen. Medlen finns inte längre att inhämtas i själva ägandet av tillverkningen och verktygen. Medlen kommer finnas i att kunna hantera, underhålla och utveckla verktygen. Och detta gör vi alla tillsammans. Istället för att en liten elit styr kommer nu alla som deltar att styra framtiden. De som inte deltar kommer fortsatt att gå i sina allt mer trånga led och bara ta del av fragment av alla utvecklande möten som sker runtomkring dem.

För att kunna delta på ett bra vis och tillföra sin del av helheten behöver man kunna samtala och göra sig förstådd i den nya tiden. Detta kommer, och är A och O för den tid som råder. Det handlar om kommunikation och utbyte av erfarenheter. Det handlar om faktiska människor som faktiskt möts och delar med sig av sina egna upplevda erfarenheter. Och för att förstå det som sker behöver vi förstå människans önskan om att kommunicera, göra sig förstådd och vara delaktig av en helhet.

Detta är inledningen på bloggserien – Det fruktbara samtalet

– som kommer växa fram här på prosaisten.se under sensommar och höst. Kom gärna med kommentarer och nya infallsvinklar och synsätt. Undertecknad för gärna samtal i ämnet i föreläsningsform och i diskussioner i flöden och kommentarer.

Väl mött och lev väl,

/N

Texten finns publicerad på:

<http://www.prosaisten.se/2010/07/22/att-forsta-den-nya-vardagen/>

http://korta.nu/sswc10_23

Niklas Dahlqvist: Har 10 års erfarenhet av digital marknadsföring, främst inriktad på direktmarknadsföring. Alltid med den gynnsamma och givande dialogen som grundtanke. Vurmar för gränsöverskridande möten människor emellan utan yrkeskostym och satt agenda vilket ger möten utifrån samma utgångspunkt som skapar otroliga möjligheter till samarbeten och berikande konstellationer. Detta är en stor anledning till att jag arrangerar #tweetupsthlm och tillhandahåller den nationella plattformen #tweetupsweden för de som vill arrangera tweetups i landet utefter #tweetupsthlms modell. Älskar problemlösning, det skrivna ordet, den tonsatta tanken och det levande livet. Skriver just nu på bloggserien "Det fruktbara samtalet" som går att följa på min bas i den digitala världen: prosaisten.se.

Mejl: niklas@prosaisten.se | Twitter: @NiklasDahlqvist

Vilse i bruset

Johan Dahlström

@mastermute

Jag är en usel bloggare! Jag älskar sociala medier och är fascinerad av bruset, den bakomliggande tanken och teknologin mer än av att bidra till bruset, därför är jag en usel bloggare!

Jag önskar att jag kunde bidra till bruset, och kanske någon gång då och då även göra mig hörd genom det. Men det som eldar på mitt intresse är möjligheten att kunna hjälpa andra som har något de vill framföra att hitta vägar att göra detta, antigen genom sociala medier eller genom mer traditionella metoder.

Jag har en förkärlek till WordPress, mest tack vare dess enkelhet och öppenhet samt det faktum att när jag började söka efter publiceringsplattformar var det den plattform som just i det läget var lättast att ta till sig.

Dagtid jobbar jag som utvecklare med affärssystem men på kvällstid ägnar jag mig åt webbutveckling, bidrar till lite WordPress-pluginns och driver några sites (både som utvecklare och administratör).

Mitt mål med att besöka SSWC 2010 är att knyta kontakter och lära mig mer! En dag som man inte har lärt sig något nytt är en dåligt utnyttjad dag!

Min närvaro på nätet är ständigt under utveckling och omorganisation, just nu nås jag på <http://www.mastermute.com>, på twitter som @mastermute och på traditionell gammal hederlig e-post via adressen johan@mastermute.com

Meningar utan mål, min väg till små lyckorus

Lena Dahlström

@lenaside

Att ha journalister till föräldrar, den ena skrivande och den andra fotograferande, borde ha inneburit något positivt. Flera bekanta har gått samma väg som sina föräldrar och blivit duktiga inom samma profession. Men inte jag, mina föräldrar trodde på den negativa och kritiska pedagogiken. Istället för att ge beröm, fick jag alltid veta vilka fel jag gjorde och hur jag borde ha gjort istället. Jag kan inte minnas att någon av dem någonsin sa att något jag presterade var bra inom deras respektive områden.

Istället för att nära den dröm jag hade som femtonåring, att sitta i en röd stuga och skriva på en artikel till landsortstidningen (på en grön Halda) och ha en fylld askkopp vid sidan, så blev det något helt annat. Det fick helt enkelt bli något som mina föräldrar inte hade någon kännedom om, fast det först efter några irrande och förvirrande år fyllda med mening, men utan några mål. Jag kunde i slutet av 90-talet kalla mig IT-ekonom efter några års studier på universitetet.

I slutet av 2004 så upptäckte vi bloggen, jag jobbade då som kanslichef på Socialdemokraterna i Stockholm. Den första bloggen vi fick till var inte min egen, utan ett bygge som jag beställde åt Annika Billström, då socialdemokratiskt finansborgarråd i Stockholm. Hon blev en av de första, mer kända politiker som började blogga. Bloggen var kopplad till en wiki och väldigt snygg, men tekniskt komplicerad och jag förstod inte mycket av hur det hela fungerade. Insåg dock efteråt att jag lärt mig massor under den blogggesans gång.

Strax efter kom jag själv igång med egen blogg och efter mycket

hjälp med tvärtänket med det egna domännamnet "lenaside.se". Mitt syfte var inte att skriva om politik, jag ville dels öva mig på att skriva och dels träna på att låta andra läsa och bedöma det jag presterat i ord. Det var med en pirrande obehagskänsla jag satte igång och när jag sen klurade ut hur jag skulle få in mina digitala bilder på bloggen, började jag fotografera alltmer.

Publicerade det jag skrivit och fotograferat på bloggen bara för jag tyckte att det var roligt och med en känsla av mening men utan några som helst mål.

Stötte en dag ihop med @Nikkelin, Nikke Lindqvist, känt honom från tioårsåldern men bara utanför webben, att hitta honom där var rena lyckan. Nu hade jag någon att bildligt och bokstavligt talat hålla i handen då jag upptäckte livet utanför bloggeriet men på webben och som visste att jag inte var en stalker, utan bara påminde om en. Jag följde helt enkelt efter Nikke. Reggade konton på Jaiku och Bloggy, men fattade i ärlighetens namn inte så mycket av det hela. Nikke och hans vänner pratade om saker jag inte förstod mig på. Läste däremot flitigt hans blogginlägg på Nikke Index, bland annat om hur man fick till flickr-bildspel på bloggen och jag följde hans instruktioner och lyckades. Alla dessa många små saker att upptäcka och lära sig, var för mig något stort och gav titt som tätt små lyckorus.

En dag, via @andreakarman:s blogg, hittade jag ett erbjudande om en WordPress-utbildning för tjejer. Jag gjorde en försiktig anmälan till @skathi, Carina Nydén, som svarade att jag var varmt välkommen. Blev oerhört fascinerad över hur @skathi och @tesas, Therese Göterheim, ordnat en kurs på tre lördagar, få föreläsare, lokaler, mat och fika och det till en avgift av "null". Att sen tillsammans med de övriga deltagarna få bli en WPGirls, det kändes och känns fortfarande stort. Jag blev senare även imponerad av Geek Girl Meetup-arrangemangen, så många oerhört duktiga kvinnor med en brinnande entusiasm. Sen har det rullat på, mycket mening men fortfarande utan några som helst mål.

Så exploderade Twitter och i och med det så öppnades en ny värld. Har fått många nya vänner, som jag aldrig hade kunnat föreställa mig att jag skulle komma att få. Har fått så mycket ny kunskap och en

sådan positiv feedback som jag aldrig vågat drömma om.

Jag har varit kursledare för Thomas Östros. Hört mig själv om och om igen på Ekot samma dag som påven dog då jag och dåvarande ordförande för kvinnodistriktet i Stockholm Maria Östberg Svanelind kritiserat Feministas (och dessutom riskerade jag att stöta ihop med Marita Ulvskog, då jag satt i lokaler mittemot hennes). Kramat om Anna Lindh och berömt henne samma dag och ett par timmar innan hon blev mördad. Blivit kallad för politiskt patrask då jag ifrågasatt den i mitt tycke politiska mygelkulturen. Förhandlat lön med Bosse Ringholm och bett om att slippa ses på Finansdepartementet för att istället vara på min dåvarande hemmaplan ”Locum”. Skällt på Ibrahim Baylan då han petat på inspelningstekniken.

Ovan namedropping och vad jag gjort tar mig åter till mina föräldrar. De gav mig ett ganska så uselt självförtroende vad gäller det skrivna ordet och det där med bilder, men istället så gav de mig, konstigt nog och utan att tänka på det något helt annat, en hyfsat bra självkänsla. Trots att det jag skrev eller fotograferade aldrig dög, så älskade de mig, det behövde jag aldrig tvivla en sekund på, mina prestationer var mao inte så viktiga. Och det har gett mig en hel del mod att våga, för det gör inget att misslyckas.

Kanske är det därför jag har funnit många meningar med livet men aldrig några mål. Hoppas att den dagen aldrig kommer då de mål, (som jag förvisso inte har riktigt koll på vilka de är), blir uppfyllda. Somliga säger att de inte vill dö nyfikna. För mig är det lusten som nyfikenheten ger, själva förutsättningen för att uppleva lycka och det är en av de viktigaste drivkrafterna i livet.

Om några dagar ska jag åka twitterbuss till Blekinge, Tjärö och till SSWC och jag ska bo i samma rum som @BritStakston, det hade inte hänt om jag inte vågat fråga om hon ville dela rum med mig, risken hade varit att hon sagt nej. Men nu sa hon ja och tänk vad kul det ska bli, även om det inte lär bli många timmars tillbringande i det rummet.

Det känns så stort och det ska bli helroligt att få tillbringa en helg med så många, som har så mycket att dela med sig av och som kan så mycket. Själv tycker jag nog inte att jag har så mycket att komma

med, mer än med mig själv och med känsla av att det är helt okej, att det är så.

Texten finns publicerad på:

<http://lenadahlstrom.se/blogg/2010/07/meningar-utan-mal-min-vag-till-sma-lyckorus/>

http://korta.nu/sswc10_24

Lena Dahlström: Född och uppvuxen i Stockholm, men med starka rötter i Skåne. Numera lycklig mamma, mormor och matte som gillar att fotografera, vara på sjön och i övrigt göra vad som faller mig in eller ingenting. Gick med i SSU 1978 och blev sen även partiaktiv och är idag fritidspolitiker. Till vardags jobbar jag på Socialdemokratiska partistyrelsen som IT-strateg. Mitt favoritcitat är "Ingen tanke är färdig förrän den är formulerad i ord. Att skriva är att göra många tankar färdiga." Av Sven Wernström.

Twitter: @lenaside | Mejl: lena.dahlstrom@socialdemokraterna.se |
Telefon: 0761404590

Thincasting – ny företeelse kräver nytt ord

Robin Danehav

@danehav

Jag är ju en videokille, att bli ombedd att skriva en text är därför en utmaning som heter duga. Klart jag kan skriva, jag kan pladdra ur mig hur mycket text som helst, men oftast blir det nämligen just det. Pladdrigt. Eller stelt. Jag är visuell, inte textuell (om det ordet nu existerar?). Men nu försöker jag i alla fall.

Jag tänkte ta den här chansen att mota in ett nytt verb, uttryck eller beskrivning av en företeelse. **Thincasting**. Thin som i motsats till broad.

Det handlar om det jag jobbar en ganska stor del av min tid med, nämligen att direktsända event, konferenser, möten, seminarier och annat kul via Internet. Det har enligt mig länge felaktigt benämnts som broadcasting. Broadcasting är någonting som gammal-TV sysslar med.

Svindyra teknikriggar, ofta flera dagars riggtid och en superbred målgrupp, därav ordet broad. Tänk melodifestivalen typ. Man smetar ut någon jävla gegga för att det ska passa så många som möjligt och spenderar löjlga summor pengar på det.

Thincasting är dess raka motsats, även om det i sin enkelhet är detsamma. Det handlar om att ta en upplevelse på en plats och visa den på en annan, eller många andra, i realtid. Men där slutar likheterna. Framförallt i tänket innan.

I broadcasting-sammanhang jobbar programplanerarna med ramar som målgrupp ”Män och kvinnor 16-35 år” medan du i planeeringen av ett lyckat (jag har sett väldigt många misslyckade också)

thincasting-sammanhang tänker ”Hur kan jag göra mitt ämne så smalt som möjligt, med så tät sammankoppling till alla intresserade att de är beredda att göra vad som helst för att få den här informationen?”. Ju smalare målgrupp du har, desto mer lojala är de, vilket får dom att väldigt väldigt gärna sitta som bänkade framför ett thincastat (ofta inte särskilt visuellt tilltalande) event i timal för att få ställa sin fråga till sin guru. Inte nog med det, de sprider kärleken under tiden och pratar med alla sina liksinnade om att det här nu pågår.

Nu är det ju så att Thincasting aldrig kommer slå ut broadcasting. Men Thincasting kan med enkelhet ta sig närmare broadcasting allt eftersom tekniken utvecklas, till rimliga kostnader dessutom. Broadcasting däremot kan ALDRIG ta sig närmare Thincasting, eftersom kostnaderna blir allt för dyra för att locka dessa smala, men extremt tacksamma målgrupper.

Jag har medvetet helt utelämnat interaktiviteten med tittarna som internetsändningar ger. Detta för att göra ordet Thincasting medie-neutralt. Mitt mål med det här inlägget var på något sätt att befästa begreppet Thincasting. Ordet dök upp i min hjärna en sen kväll under Almedalsveckan under ett pågående redaktionsmöte hos SMA (Sociala Medieakuten) som gjorde just Thincasting-alla-rätt varje morgon klockan 8.30.

När du väl har tänket, då är det den löpande processen som är det viktigaste, glöm aldrig det.

Texten finns publicerad på:

<http://danehav.com/thincasting-ny-foreteelse-kraver-nytt-ord/>

http://korta.nu/sswc10_25

Robin Danehav är frilansande videoproducent, fotograf och internet-medborgare. Skriver ibland, men visar mest film på danehav.com eller bilder på robindanehav.posterous.com. @danehav på twitter.

Tough Guy 18 cm och kärleken till, och på, internet

Elvira Ericsson

@notonmyshift

Jag älskar internet, sa han och stoppade handen innanför min bh. Han älskade internet just då, för utan internet hade han just inte fått möjligheten att stoppa sin hand innanför min bh. Och när jag tänker på det så älskar jag också internet för de stora möjligheter till olika slags tillfredsställelse som det skänker.

Det började redan på sent nittiotal med blippande 56K-modem och äggklockan på 30 minuter. Jag och min bästis loggade in på Aftonbladet-chat och kallade oss Jossie och Ellie. Gulligt liksom. ”På skoj” loggade vi in på ett av de mer sex-orienterade rummen, Bollhavet eller Hissen eller vad de nu hette (vanligtvis hängde vi på Vinden) och fnittrade som bara två tonårsflickor kan göra. ”Usch, vad äckligt”, skulle vi säga, helt småkåta – vilket vi förstås aldrig skulle erkänna, allra minst för varandra.

Det var där vi träffade ”Tough Guy 18 cm” som vi trodde betydde ungefär ”Tänkarkillen”, det där 18 cm kunde vi aldrig riktigt reda ut vad han egentligen menade med.

Jag funderar lite på vad Tänkarkillen gör idag. Han är nog den typen som skickar meddelanden på dejtingsajter i stil med ”hej snygging !!! vad gör du :) lägg till mig på msn jag har cam.”. Jag frågar mig om det där är ett framgångskoncept? Får han lajva där i webbkameran? Det måste han ju tydligen få, eftersom han fortsätter med mailen. Han sitter väl där för jämnan och viftar med lilla stora snoppen kan jag

tro. Finns ju folk som betalar för sånt där i andra fall. Har jag hört alltså.

Härmed har jag också avslöjat min egen närvaro i denna typ av forum. Dejtingsajter alltså. Det är en berg- och dalbana av tillfredställelse (just kanske inte sexuellt, men egomässigt), äckel och asgarv. Jag har mötts dagligen av de mest fantastiska, vansinniga och bara korkade mail. Kramgo_kille tycker att jag verkar vara ett ”spralligt charmtroll” som han gärna vill ”myspysa” med, SexyMan tycker att det är bra att jag älskar skägg och händer för han har minsann både skägg att dra i och händer som vill smeka hela min kropp, någon annan tycker att den man som får ha mig i sina armar, även om det inte blir han, är en ”lyckans lyckost” och han önskar mig ”välgång i välfärden” och en karriär som modell. Det hade ju ändå varit lite rart. Om han inte skrev att han var 28 och uppenbart hade passerat 50-strecket sett till bilderna det vill säga. Inte för att jag har något fundamentalt emot 50-åringar. Men ändå.

Internet har nog på många sätt revolutionerat vår sexualitet. Och då talar jag inte bara om porrindustrin som givetvis måste ha ökat i konsumtionsgrad enormt i och med internets intåg i folkhemmet, utan om möjligheten att möta likasinnade. Hur lätt var det för en pony-girl att hitta sina hovskor och plymer och ridläger och cowboys innan internet? Hur lätt var det för Kramgo_kille att hitta sitt spralliga charmtroll (verkar i och för sig inte så jävla enkelt nu heller...)? Hur lätt var det för Tänkarkillen att få visa upp lilla stora snoppen för någon okänd människa som faktiskt på riktigt ville se den?

Jag älskar internet, sa han och stoppade handen innanför min bh. Tänkarkillen älskar nog också internet, för nu slipper han betala dyra pengar för att runka till fjortiskillar som förställer rösten på Heta Linjen. Och jag älskar internet, för att... ja okej, jag älskar internet för att han stoppade handen innanför min bh.

Elvira Ericsson 85 DD. Digital strateg från Interactive Communication,

Berghs SoC – nu kommunikationskonsult på word-of-mouthbyrån
Pronto Communication. Självdistans is key.

Twitter: @notonmyshift och @elviraericsson | Mejl:
elvira@prontocommunication.se | Blogg: notonmyshift.blogspot.com



Även om Eniros vägbeskrivning är en teknisk revolution så tycker Börje att den inte riktigt lever upp till förväntningarna.

Mina tankar är inte mina tankar – men kanske vårt samtal

Mathias Eriksson

@DetNya

Jag och Matter har dedikerat oss åt att skapa innehåll online. Det vill säga att skriva copy för hemsidor under uppbyggnad, att skapa Content Program för onlinekanaler med behov av redaktörskap och på andra sätt jobba med att drifva innehåll. Men är det möjligt att *skapa* innehåll över huvud taget?

Isobel Hadley-Kamptz dryftar en intressant tanke¹ genom att hävda att individen inte existerar och att individen ”sannolikt aldrig [har] funnits”. Vad är resonemanget? Jo, dina tankar är inte dina egna utan en del av en större process. Det betyder att texten du läser nu har mitt namn som avsändare men i verkligheten består den av tankar som inte är mina tankar. Det är inte jag som SKAPAT innehållet i texten. Det är mina tankar, dina tankar och många av dem som jag läser och samtalar med och vårt gemensamma medvetande som slutligen har skapat innehållet i den här texten. Har min kropps fingrar tryckt på tangentbordets bokstavssymboler? Visst. Men är det Mathias som individ (notera betydelsen, odelbar!) som har skapat innehållet? Antagligen inte.

Innehållsproduktion eller?

Varför är det här intressant för den som jobbar med innehåll på nätet? Har jag ingen del i det jag gör? Under avdelningen det-är-viktigt-att-fråga-sig-vad-fan-man-gör-egentligen så undrar jag om det

egentligen är innehållsproduktion som Matter sysslar med och gör att jag vill starta ett nytt företag. Svaret är nja, och att det handlar om definitioner.

Alexander Bard möter Isobel Hadley-Kamptz i Eric Schüldts utmärkta program *Livet och Döden* i Sveriges Radio. Han tar samma resonemang en bit till genom att hävda att

- jaget/individerna är en föreställning (den sista metafysiken) som nu är död
- vi styr inte vår omvärld utan styrs av den
- människorna har flyttat från landet (industrialiseringen) till staden och från staden ut på nätet (pågår nu).

Flera jag

På nätet har vi avatarer, det är helt normalt och till och med gynnsamt att ha flera ”jag”. På nätet blir vi alltmer sociala och det är här vi till stor del lever våra liv. Det förändrar sättet vi tänker och fungerar tillsammans. Och det är tur att vi som Isobel skriver kan ”outsourca så ofantliga delar av vårt tänkande utanför den enskilda hjärnan” för att över huvud taget fungera som den savannlevande tvåbensapan i den nya världen.

Alltså, du kan inte tänka något som är *din* tanke, det enda vi gör är att då omskapa saker hela tiden. Vi återskapar. Vad är då kreativitet? Skapandet? Finns den egna kreativiteten alls?

Tänka högt tillsammans

Jag tänker på Ludvig Rasmussons kåseri i *Godmorgon Världen!*² som handlar om den svenska ovanan att vilja pådyvla människor att ”tänka innan du pratar”. Helt befängd enligt Ludvig som pekar på det franska samtalet, där alla pratar i munnen på varandra, och ”tillsammans tänker högt”. Jäkligt webb 2.0 irl, som ni fattar. Det är i samtalet och det gemensamma rummet som tankarna uppstår.

Men, tillbaka till det jag ägnar mitt liv åt. Att skapa innehåll. Eller erbjudna redaktörskap. För i själva verket är innehållsproduktionen

kanske min verkliga fiende när jag säger att jag vill få bort skräpet online. Det som många av organisationerna jag vill hjälpa hittills har sysslat med på sina hemsidor är ju frånvaron av samtal och gemensamma processer. Det är alltså kommunikationen av typen som Ludvig Rasmusson inte gillade: Tänk efter före, riktigt rejält och censurerat, och formulera dig sedan. Men inte i samtal med den du pratar med. Tänk en tidning, men på nätet. Det är inte bra och gynnsam kommunikation i den nya världen.

Ansvar som kommunikator

Att formulera tankar, våra gemensamma, det är det vi som redaktörer ska bli bäst på, det är inte mer eller ens bättre innehåll som egentligen behövs. Det är sammanhang, läsvärde, formuleringsförmåga och urval som behövs.

Är det något som man ska hjälpa organisationer i behov av kommunikation med? Ja, kanske. SSWC handlar om den sociala webben och dess utvecklande krafter. Vi har ett speciellt ansvar tror jag. Att prata om de här sakerna och försöka göra det så bra som möjligt.

Som redaktörer tror jag att vi ska och kan:

- skapa sammanhang
- läsvärden
- starta samtal mellan den som publicerar och andra som vill vara med

Jag har en känsla av det här samtalet är viktigt även om jag inte vet hur eller ens varför just nu. Jag hade också tänkt att prata om flera saker, informationsoverload, syndikering och varför min vän Fredrik inte längre googlar upp svaret på frågor med sin iphone i samtal med andra människor.

Men det får bli senare. Delta gärna. När du läser den här texten gör du det kanske i en bok. Om du gör det vet du inte att texten är den första texten på en blogg i det som är tänkt att bli ett samtal kring redaktörskap, innehåll och frågan om processer eller projekt är bästa sättet att beskriva sitt arbetsätt. På onlinecontentcommunity.com kommer jag fortsätta tänka tillsammans på det här.

Fotnoter:

1. <http://isobelsverkstad.blogspot.com/2010/02/individen-finns-inte-och-har-sannolikt.html> (http://korta.nu/sswc10_26)
2. <http://sverigesradio.se/api/radio/radio.aspx?type=db&id=2492621&codingformat=.m4a&metafile=asx>
(http://korta.nu/sswc10_27)

Mathias Eriksson, 29, är utbildad journalist som ganska snabbt efter en tid på Sveriges Radio startade en numera såld reklambyrå i off-line-världen. Idag driver han Matter – en byrå för redaktörskap online och även möbelproducenten Brikolör som avser förändra de ekonomiska systemen i grunden genom med möbler och tankar, det de kallar Industri & Kritik.

Mejl: mathias@matter.se | Twitter: @detnya |
Telefon: +46 (0) 702 28 14 77 | Sajt: brikolor.com

Tillgänglighet – Inte så hott ämne men väl så viktigt

Daniel Erkstam

@erkstam

Jag är nu inne på min första semestervecka av mina fem veckor. Och jag ska softa och vara väldigt mycket offline de kommande veckorna. Sedan blir den perfekta övergången från semester till jobb Sweden Social Web Camp. Sista helgen innan det är dags att ta itu med mitt helt nya jobb på Sitevision så åker flera hundra webbnördar ner till en liten ö i Blekinge för att hålla okonferens. Och om det blir som förra året så blir det svårt att konkurrera om deltagarna om man planerar att arrangera en session i något ämne. Jag har bestämt mig för att göra ett seriöst försök iallafall.

Förra året satte jag upp en session med diskussion kring ”Digitala klyftor” i stenhård konkurrens med Twinglys rockkonsert-artade lansering av Shinobi. Jag lyckades samla ca 10 personer och vi hade en mycket intressant och givande diskussion med en MYCKET intressant församlad skara.

Digitala klyftor är ett ämne som jag brinner för. Men jag märker ofta att det inte är det coolaste och hippaste i bubblan. Jag har hur-somhelst tänkt fortsätta tjata om vikten av att alla måste vara med på tåget ”Sociala webben”. För om du och jag tycker att Sociala webben är den största förändringen som skett sedan Industriella revolutionen på många plan. Och att vår personliga kommunikation och Sociala webbens möjligheter är omvälvande så är det ingenting mot vad det innebär för vissa grupper i samhället.

För en person med funktionsnedsättningar kan möjligheten att bli uppkopplad innebära skillnaden att få komma från isolering till del-

aktighet, från beroende och till självständighet, från ensamhet till ett socialt sammanhang.

Förutsättningen är då att varje enskild person har den anpassade utrustning som behövs på den ena sidan. På den andra sidan krävs det att de tjänster, webbsidor osv som den enskilde vill nå är anpassade så att de fungerar för den enskildes behov. Jämför med då en person som inte kan gå ska ta sig in i en butik. Han/hon behöver både en rullstol för att komma dit, men det behövs även en automatisk dörröppnare till butiken och det får inte finnas några onödiga trappsteg om alla skall kunna komma in.

Vad är det för hinder man kan överbygga på webben då för att minska den Digitala klyftan?

Fler webbsändningar borde ha textats. Många personer med hörselskada har behov av textning för att kunna ta del i det som sänds.

HSO har nyligen börjat teckentolka sina webbsändningar. Det är något som alla de som har teckenspråk som sitt förstaspråk behöver.

Många är de som tycker att mycket text är jobbigt att ta sig igenom. För dessa är det bra om texten på bloggen, webbplatsen osv går att få uppläst. Såna verktyg¹ finns gratis för privatpersoner. Och även om alla datorer i hela världen skulle vara utrustade med talsynteser (AKA Voiceover) på hela världens språk så skulle det ändå vara bra om även målsidan hade en uppläsningfunktion på sig.

Bilder och grafik ska ha förklarande texter som alt-texter. För annars är det många som går miste om all den delen av informationen.

Många lever med missuppfattningen att det räcker att kolla om ens tjänst eller webbplats HTML-kod validerar. Men att tro att validering är samma sak som tillgänglighet är lika galet som att tro att ditt mail är skrivet på helt korrekt svenska bara för att rättstavningsprogrammet inte klagat på ett enda ord. Svenskan validerar kanske ord för ord. Men är det ett språk som går att förstå?

Det finns webbplatser som validerar som är helt omöjliga att använda för en person som använder egna hjälpmedel då sidan saknar den struktur och logik som krävs för att man skall kunna navigera

och förstå innehållet. Å andra sidan finns det även webbplatser som får många fel och varningar i en HTML-validerare men som tillgänglighetsmässigt ändå är helt acceptabla.

Användbarhet och tillgänglighet är inte heller samma sak. För om en sida är användbar så är det inte säkert att den är tillgänglig. Däremot är det större chans att om en sida är tillgänglig så är den ändå användbar då reglerna för tillgänglighet bygger på användbarhet för många olika grupper av människor med många olika behov.

Sist och slutligen är den springande frågan för alla grupper med alla olika behov om webbtjänsten, webbplatsen, funktionen, appen osv är användarvärd.

Tillgänglighet skall inte vara nåt man smetar på i slutet av utvecklingen av en webbtjänst. Det skall vara centralt under hela utvecklingen. För Tillgänglighet är en mänsklig rättighet.

Om jag argumenterar för tillgänglighet med en systemägare inom offentlig sektor säger jag: Det är er skyldighet.

Om jag gör detsamma med en privat aktör säger jag: Det är en konkurrensfördel, ni får fler kunder/köpare/abbonnenter/prenumeranter. Dumt att låta bli då.

Om jag argumenterar för tillgänglighet med webbnördar säger jag: Det blir bättre sökmotoroptimering, bättre plattformsoberoende och snyggare kod.

Fotnot:

1. <http://webreader.readspeaker.com/>

Texten finns publicerad på:

http://erkstam.se/index.php?option=com_content&view=article&id=155:tillgaenglighet-inte-sa-hott-aemne-men-vael-sa-viktigt&catid=26:tillgighet&Itemid=42

http://korta.nu/sswc10_28

Daniel Erksam: Jag har jobbat med webbtillgänglighet och kompenserande teknik för människor med funktionsnedsättningar sedan 2001. Det är också mycket det min blogg www.erkstam.se handlar om.

Utöver mitt dagliga arbete som är försäljning får jag allt fler föreläsningssupdrag. Min pitch på sociala media har blivit vad det innebär för människor med olika funktionsnedsättningar. Jag är inbjuden att vara Keynote speaker på Hjälpmedelsinstitutets ID-dagar i höst: <http://hi.se/sv-se/Arbetsomraden/ID-dagarna-2010/Forelasningar/Inledande-gemensam-forelasning/> som i stora delar kommer att vara denna dragning: <http://bambuser.com/channel/erkstam/broadcast/648235> som jag var och höll för Hjälpmedelsinstitutet själva i vår på ett frukostseminarium för hela personalen där.

Twitter: @erkstam | Facebook: [facebook.com/erkstam](https://www.facebook.com/erkstam)

Nuvarande jobb: www.readspeaker.com (VoiceCorp)

Nytt jobb från den 16/8 2010: www.sitevision.se

Hur blir du inte e-handlare?

Joel Falck

@joelfalck

Du tycker kanske att det här mest är jobbigt att läsa, för min målsättning med den här texten är egentligen att rycka bort alla dina stötspelare och tvinga dig att agera. Jag vill inte att du ska fråga dig varför du ska starta en webbutik, utan istället varför du inte skulle göra det.

För drygt ett år sedan startade jag tillsammans med min polare och kollega Anton Muminmuggar.se. Jag föredrar att inte göra så stor grej av det hela, just för att visa för att andra att det går att göra mycket med små medel. Ett år efter starten är vi uppe i en omsättning om 300 000 kr, och då har vi ändå kombinerat jobbet med butiken med andra projekt och dessutom skolan. Det är de här stegen vi har följt för att starta vår webbutik, och som du kan följa för att starta din egen.

1. Ta en produkt

Jag skriver ta en produkt istället för *välj en produkt*, därför att det annars är en risk att du fastnar på den här punkten. Det viktiga är inte vad du säljer, utan hur du säljer det.

2. Starta en webbutik

Du kan köra med Wordpress och ett e-handelstillägg som grund, som vi gjorde, eller du kan betala en slant i månaden för att få en hostad lösning. Fastna inte på valet här heller, din lösning måste vara bra men inte bäst.

3. Marknadsför din webbutik

Här får du börja tänka kreativt. Har du inga stora medel måste du prova andra vägar. Heta tips är Facebook och bloggar. Det handlar om att prata om din webbutik, och skapa incitament för andra att göra det också. Vi har använt oss mycket av rabattkoder för att få viral spridning, men det finns såklart många olika sätt. Glöm inte heller att se till att din webbutik syns i sökmotorerna.

4. Packa och skicka

Ha inte för höga förväntningar på att försäljningen skjuter i höjden direkt, men nog kan du nog vänta dig att redan efter ett par veckor har du skickat iväg ett par ordrar med en säkerligen minst sagt personlig touch på paketeringen. Logistik behöver inte vara svårare än att du skickar dina paket som brev eller paket på Postkontoret.

Svårare än såhär är det faktiskt inte. Och om du är en så trevlig person som jag tror så kommer det att gå bra. Du kan jämföra din start av webbutik med att ställa ut ett stånd på en marknad och sälja dina saker. Var inte rädd för att träda fram och visa dig själv, för är du personlig och hjälpsam så kommer du att sälja. Du måste också vara envis, för självfallet kommer det att komma stunder då allt känns tungt och svårt. Men du, håll bara ditt mål att få skicka dina första ordrar framför dig, och du kommer att lyckas!

Du har nu inga ursäkter kvar för varför du inte kan starta din egen webbutik, såvida du inte är väldigt upptagen och har vigd ditt liv åt att bekämpa AIDS eller att rädda världen från växthuseffekten. ☺

Texten finns publicerad på:

<http://www.joelfalck.se/hur-blir-du-inte-e-handlare/>

http://korta.nu/sswc10_29

Jag heter Joel Falck, är 19 år och jobbar med e-handel och internetmarknadsföring. Mitt huvudprojekt det senaste året har varit Muminmuggar.se, en webbutik som bygger på Wordpress. Jag diggar internet, lira jazzpiano och att kämpa för att nå dit jag vill. Mig når du på @joelfalck och bloggar gör jag på joelfalck.se.

”Om du bara har en hammare så är alla problem en spik”

Björn Falkevik

@bjornfalkevik

Något jag har stört mig på är att man inte tillräckligt mycket har vidgat sitt tänkande kring sättet att berätta historier i och med att möjligheterna för berättandet har förändrats genom internet med bloggar, tillgängligheten av videokameror och tjänster som YouTube för att embedda video. Alla dessa komponenter har funnits länge men de har inte varit var mans egendom eller lättillgängligt. Traditionellt så har medier och folket som jobbar med medierna varit väldigt uppdelade och det har varit nästan vattentäta skott mellan de olika hantverken. TV-folk på ena kanten och tidningsfolk på andra. Vilket i min mening har skapat egna berättarstilar i de olika medierna och sättet som de paketerar sina berättelser. De har olika för- respektive nackdelar. Den här historien är ett försök att identifiera en skillnad mellan de två stilarna av berättande och hur jag tror att du skulle kunna ta det bästa från två olika verktyg och genom dem berätta på ett ännu bättre sätt på webben.

För något år sedan berättade Mattias Östmar¹ för mig om något som han kallade ”Emotionell bandbredd” som han hade plockat upp från Erik Starck². Eriks resonemang var, om jag förstätt det rätt, att skriven text har dålig bandbredd medan video har relativt sett högre i sin förmåga att förmedla känslor till mottagaren.

Jag började fundera. Känslor är spännande, men vad är det? Hur kan man kommunicera känslor? Är det inte så att känslor är abstraktioner? Det som avgör hur jag som mottagare förstår, tolkar ett bud-

skap som innehåller känslor eller abstraktioner är mitt förtroende till avsändaren snarare än till min tolkning av budskapet.

Jag säger till dig: ”Det var det vackraste stället på jorden.” Jag har en bild i mitt huvud och du får en bild i ditt. Det behöver nödvändigtvis inte vara så att vi har samma bild i våra huvuden men vi kan enas om att det var ”det vackraste stället” och i den känslan kan vi mötas även om vi tänker på olika ställen. Jag kan fortsätta att berätta min historia där sceneriet uppenbarligen inte var det viktigaste i historien, men känslan var viktig och tillförde en kontext i berättandet.

Hade jag istället visat upp en bild av ”det vackraste stället på jorden” när jag berättade min historia så gör jag ett risktagande. Tänk om du inte tycker som jag och det som är vackert för mig (fjäll, snö, is och lämlar) inte är det som är ”vackrast” för dig. Det skadar kontexten för historien. Min berättelse kanske inte får den effekt som jag hade hoppats på.

Anledningen till att boken alltid är bättre än filmen är, att i avsaknaden av exakta detaljer och utnyttjandet av abstraktioner så fyller vår fantasi på med all detaljer som behövs för att historien ska funka.

Samma sak har ju också hänt några gånger vid det där första projektmötet. ”Vi ska bygga den bästa tjänsten...” Går alla därifrån med samma vision i huvudet? Förmodligen inte och det är här jag tror att Eriks definition av emotionell bandbredd kickar in med text. Det är svårt att kommunicera en exakt ”bild” i text och att få den att tolkas på precis samma sätt av nästa person som läser samma text.

Jag: Väggens var blå!

Du: Vilken nyans av blå? Duvblå!!!

Jag erkänner att det var ett rätt trivialt exempel, men tänk dig en mer komplex nivå av kommunikation som du vill förmedla på ett exakt sätt som en definitiv sanning. Ska man semantiskt värdera allt man ska berätta så blir det nog lite väl omständligt.

Är ditt ”fruktansvärt” värre än mitt ”fruktansvärt”?

Video och rörligbild. Har det motsatta problemet. Jämför du rörligbild med text och dess styrka i att kommunicera abstraktioner så är rörligbild istället konkret och så absolut att det inte lämnar mycket över för fantasin att arbeta med. Jag ser det här som ett tveeggat problem. Vill man lyfta fram en sanning så är video oslagbart.

Tänk dig en ödetomt. Det är massor av sopor, skräp och ogräs på marken. Det står några utbrända bilvrak konstfullt utkastade runt omkring. Husen runt omkring tomten är utblåsta och täckta med obscen grafitti. I ett av grannhusen ser man hur det brinner i en oljetunna och runt den står ett gäng knarkare och värmer sig. Mitt i den här scenen ställer vi en grå kommungubbe som berättar ”Just här skulle vi vilja schakta ner allt, sanera marken och bygga ett nytt, barnvänligt bostadsområde med bästa tänkbara tillgången till service och kommunikationer.”

Med bilden ovanför så är det svårt att argumentera emot att det är en bra idé att sätta det här byggprojektet på expresslistan för genomförande.

Men om bilden istället hade varit den där perfekta lilla skogsdungen där barnfamiljerna sitter på sina filtar och har picknick, barnen leker i gräset. Man ser hur Bambi strövar i bakgrunden och det är några fornminnen i förgrunden.

Kanske ska man försöka att hålla den där grå kommungubben borta från den bilden. ;-)

Problemet är egentligen att man kan inte polera en bajskorv. Har man en tråkig eller oengagerad historia så kommer den inte att bli mycket roligare för att man gör en film av den. Styrkan med video är att det är så konkret att vi kommer upp på ”bevis”-nivå av kommunikation. Det vi ser har vi en stor tendens att ”tro” på. Man är ju ”nästan” där som tittare. Man kan se mimik, kroppsspråk och man behöver ingen fantasi alls för att se bilden i sin helhet. Alla ser samma sak och kan ta ställning utifrån det.

Nu vet vi att ”sanning” är något väldigt subjektivt (även om vi kanske inte vill tro det) och även en videohistoria går att stycka upp i komponenter som man kan kasta om eller nagga i för att gestalta sa-

ker så som man vill. Ta till exempel: Uppdrag Granskning eller valfri dokusåpas klippning³.

Vad vill jag nu säga med den här lilla kavalkaden av svammel om abstraktioner och definitiva sanningar? Här har vi två verktyg. Rörligbild/video och artikeltexten som har slipats och förfinats i sina två världar av väldigt många smarta människor, i väldigt många år. Problemet är bara att de har suttit fast i olika verktygslådor och inte fått leka med varandra. Jag hävdar på det bestämdaste att vi kan ta det bästa från två världar och kombinera det till något som är bättre än summan av de två enskilda komponenterna.

TV-folket har varit begränsade till TV-rutan och det stringenta berättandet. Från start till slut på en bestämd tid. Tidningsfolket har varit inlåsta i ett statiskt format med låg emotionell bandbredd.

Om du istället gör lite multimedia. En bra SEO-optimerad rubrik, en ”summerande” ingress, brödtext med länkar till allt som man tar upp i texten. Sedan klämmer du in videoklipp på samma sätt som du traditionellt skulle ha gjort med stillbilder. Om du gör det här i en nyhets-CMS eller en bloggplattform är rätt ointressant. Det som är det viktiga är att få möjligheten att vara abstrakt och dra nytta av de fördelar som det ger när du ska berätta något samtidigt som du kan vara konkret och trovärdig genom att berätta en exakt historia med hög trovärdighet.

Ett scenario som jag ser att du skulle kunna använda det här, är om du som avsändare vill ”tycka” något. Då kan du göra det i texten. Samtidigt som du grundar ditt ”tyckande” på videointervjuer med auktoriteter i ämnet som du klämmer in genom att embedda på rätt ställe i texten.

En sak jag vill påpeka: I det här formatet så behöver man inte vara särskilt orolig över längden på klippen. De kan vara så långa som de behöver vara. Tittarens tålamod är helt beroende av hur man har paketerat filmen.

Jämför hur mycket du hinner läsa på fyra sekunder och hur mycket någon hinner berätta på fyra sekunder film.

Om någon säger till dig att det finns en optimal längd på en film så är de ute på väldigt djupt vatten. Det är en fråga om kontext. ;-)

Massor av tack till @kalexanderson för redigeringen av texten. Det finns en anledning till att jag är en videokille!

Fotnoter:

1. <http://www.mattiasostmar.net/binart-snack-bade-ny-lagsta-niva-och-mer-av-det-gottiga/> (http://korta.nu/sswc10_30)
2. <http://skiften.se/2008/11/03/e-romantik-och-emotionell-bandbredd/> (http://korta.nu/sswc10_31)
3. <http://www.youtube.com/watch?v=BBwepkVurCI>
(http://korta.nu/sswc10_32)

Texten finns publicerad på:

<http://bjornfalkevik.blogspot.com/2010/07/om-du-bara-har-en-hammare-sa-ar-alla.html>

http://korta.nu/sswc10_33

Björn Falkevik jobbar som frilansande videoproducent med specialiteten socialvideo och online-distribution.

Telefon: +46 (0)70 435 07 19 | Skype/Gtalk: bjornfalkevik | Blogg: bjornfalkevik.blogspot.com

Sedan hittar du mig på Facebook, Twitter, Jaiku, Friendfeed, Bloggy, Flickr, Bambuser, Blip, Youtube och de flesta andra onlinetjänster som: [bjornfalkevik](#)

Vad är en vän?

Suzanne Fors

@ennazus

Vad är en vän?

Finns det olika grader av vänskap?

Betyder en del vänner mer än andra?



Jag har en naiv tanke om att olika människor betyder olika mycket i olika perioder i ens liv. Att vänskapen som man har mellan varandra på något sätt består fast visar sig i olika skepnader beroende på var man är i livet.

1973 – 1991 När jag var liten och gick i grundskolan så var mina skolkamrater viktigast. Jag hade även vänner inom de intressen som jag hade då nämligen idrott och musik.

1991 – 1996 När jag var arton och flyttade till Uppsala var mina kursare och vänner på Värmlands Nation de viktigaste. Jag hade fortfarande kontakt men mina vänner hemifrån men inte alls lika

intensivt som tidigare.

1996 – 2009 När jag sedan flyttade till Göteborg 1996 fick jag börja om på nytt och skaffa nya vänner. Jag började jobba och skaffade mig nya jobbarkompisar som jag även började umgås med privat. En fantastiskt rolig period i mitt liv! Har sedan haft förmånen att fått jobba med massa roliga människor som jag stolt kan nämna som mina vänner.

Nu kommer jag till mina nätvänner, de som jag har träffat via internet. Mina första kontakter med andra på internet var via mIRC i slutet av 90-talet. Helt fantastiskt att man kunde ”chatta” med andra människor dygnet runt, när som. Heta linjen släng dig i väggen! Sedan förflyttades kommunikationen till ICQ och till Spray. Jag vet att jag även var med i ett par hubbar och pratade med massa folk om filmer och musik. En del av dessa vänner har jag kvar även idag.

2008 var året då jag började använda Bloggy och träffade där en massa underbara människor. Jag byggde min första egna wordpress-blogg, copy & paste är ett framgångsrecept för mig.

2009 jag deltog i Geek Girl, WP Girls, #24hbc (24 hour business camp), #sswc (Sweden social web camp) och fick träffa en massa internetmänniskor IRL (In real life). Vänner som man har på nätet som man har pratat med en massa, lärt känna genom deras åsikter och tankar. Att få träffa dem på riktigt förstärker bara vänskapen, det är verkligen den bästa kombinationen. Mina nätvänner är: oerhört duktiga på att nätverka, de är också prestigelösa och underbara bollplank, de är experter på att dela med sig av sina erfarenheter och kontakter. Många av mina affärskontakter har jag hittat via mina nätvänner. För mig är dessa vänner minst lika viktiga som mina andra vänner. De är mina speciella nätvänner!

Sammanfattning

Vad är en vän?

En vän för mig är någon man kan lita på. Någon som man har förtroende för och som man delar erfarenheter och händelser med. Någon som stöttar när man har det svårt. Någon som lyssnar när man

behöver prata. Någon som ser till mitt bästa. Någon som ger mig styrka och energi.

Finns det olika grader av vänskap?

Ja, det gör det. Jag tror att man kan ha endast ett begränsat antal aktiva vänner som man kan umgås med. Dessa skiftar mellan olika tidsperioder och i olika situationer.

Betyder en del vänner mer än andra?

Behöver inte alls vara så. Jag för min del uppskattar alla mina vänner, även om det är en del som jag umgås mindre med. Ofta har man ju en historia tillsammans som är värdefull och det kan också vara viktigt.

Så mitt budskap är **vårda era vänner**, oavsett vad det är för vänner. Vänskap är något **vackert** något speciellt. Vänskap är som en **skör blomma** som man måste vattna annars dör den. Vänskap är **början på något nytt**.

Texten finns publicerad på:

<http://www.suzannes.se/2010/07/vad-ar-en-van/>

http://korta.nu/sswc10_34

Suzanne Fors: Mångsysslare som är galen i mobiltelefoner. Utbildad arkeolog men som har haft turen att fått prova allt från att vara kock till investeringsrådgivare. Senaste tio åren har Suzanne arbetat med försäljning på Telia och innehaft tjänster som butikschef, projektledare samt konceptansvarig för Telias ungdomssatsning. Ungdomar är något som Suzanne brinner för då hon anser att det är en målgrupp som man oftast pratar om, inte med. Hon har även varit aktiv ungdomsledare inom handboll och elitgymnastik och anser att näringslivet och idrottslivet har många intressanta paralleller som man använder sig alldeles för lite av. Sedan juni 2009 driver Suzanne sitt eget företag PinkCow där hon jobbar som PR & Mediastrateg och hjälper företag hur man kan nå specifika målgrupper på webben och i mobilen.

Blogg: suzannes.se | Twitter: @ennazus | LinkedIn:

linkedin.com/in/suzannefors | Sajt: pinkcow.se |

Mejl: suzanne@pinkcow.se

Bloggar även på pocketblogg.se och teliaiphoneblog.se

Affärsmodellen Google

Alexander Forsén

@tyckr

Sanna måste sett att jag såg fundersam ut och frågade hur läget var. Vi satt på ett café och hade mer tid än vanligt. Våren exploderade så jublande utanför caféets fönster, det var en sådan dag att försvinna in i en diskussion. Nu hade jag chansen att bolla idéer till min essä med henne. Det hade varit enkelt för mig att tycka att det var självklart att mediebolagen skulle tänka på mer än betalväggarnas (svenskans ”paywall”: hemsidesbesökarna får tillgång till en hemsidas innehåll mot betalning) existens. Men jag ville så gärna höra vad en journaliststudent hade för relation till krav på intäkter och Internet som publiceringsplats. Fanns den relationen överhuvudtaget?

Professor Yochai Benkler på Harvard Law School argumenterar för att medieföretagen har strukturerat den offentliga sfären genom att använda teknik som deras konsumenter inte hade råd att använda. Konsumenterna, eller mottagarna, behandlade den kommunikation som flödade i den offentliga sfären som slutprodukter, aldrig som en handling i ett samtal. Detta skulle juridikprofessorn och författaren till boken *Remix*, Lawrence Lessig, kalla för ”RO culture” (”read-only culture”).

I och med att Internet inlemmats i de flesta samhällsstrukturerna medförde det en revolutionerande förändring för informationsdistributionen. Den enskilde hade möjlighet att sprida information och kunskap. Benkler menade att detta förändrade synen på den offentliga sfären.

De traditionella medierna hade inte längre ensamrätt på det sista ordet. Tack vare den digitala revolutionen har innehåll blivit en handling i ett samtal. Detta kallar Benkler för ”commons-based

peer-production”. Lessig kallar detta för ”RW culture” (”read/write culture”). Innehållets betydelse förändras under tiden användare och algoritmer förädlar materialet, det är ett ekosystem av rykte.

Samtidigt som Sanna och hennes arbetskamrater med samma journalistutbildning i ryggen producerar sitt innehåll kommer människor med tillgång till Internet och oavsett deras utbildning att producera innehåll, innehåll som är relevant för dem själva. Därför måste Sannas framtida arbetsgivare tänka om.

Sanna berättade för mig att hon presenterade ett projektförslag till sin skola, som skulle resultera i ett undersökande reportage inom ett specifikt ämne som behandlar konflikten i den Demokratiska republiken Kongo. Förslaget godkändes inte då handledaren ansåg att det inte skulle vara intressant för den breda läsarskaran.

I och med att flera mediebolag funderar på eller just nu utvärderar ett införande av betalväggar är det tydligt att de anser att information och kunskap är en produkt som ska förmedlas till deras mottagare. De borde istället enbart se det som innehåll, vilket de inte längre har ensamrätt till att skapa. Internet har skapat en ny sorts efterfrågan där allt innehåll troligtvis kommer ha en marknad. Precis som Amazon kan mediebolag tillhandahålla ett enormt lager av innehåll. Det blir ekonomiskt hållbart för dem om det ges fri tillgång till innehåll, så att kunderna hittar dit och inte tvärtom. Men innehåll behöver inte nödvändigtvis vara gratis. Det finns pengar i relevans och affärsmodellen skulle kunna kallas för ”Google”. Det är paketeringen som borde bli produkten. Paketeringen skulle kunna vara ett gränssnitt som filtrerar ut det innehåll som är relevant för besökarna, baserat på smak, intresse och av betydelse för demokratier och samhällsfunktioner.

Med hjälp av sociala medier kan medieföretag nå sina potentiella besökare, om dessa företag är osäkra kan de öppna upp för innovation och låta externa utvecklare göra innehåll relevant för besökarna. Ett exempel är Everyblock som organiserar artiklar och nyheter från nyhetsmedier på webben genom att placera dem på kartor. Fler exempel och ytterligare fördjupning inom ämnet kan ni läsa i min essä ”Finished media goods and hit economy eroded:

Why print media companies should seek synergies in social media” (<http://tyckr.se/e-folio>).

Vi behöver fortfarande journalistik från Sanna och hennes arbetskamrater. Enligt Miniwatts Marketing Group finns det cirka 71 miljoner invånare i den Demokratiska republiken Kongo varav 4% (år 2009) är Internetanvändare. I Sverige är motsvarande andel (år 2010) 92,5%. Vi har råd att bli informerade och informera. Sanna ville göra flera röster från den Demokratiska republiken Kongo hörda. Med en ny sorts affärsmodell för tryckta medier på Internet, hade det varit möjligt.

Alexander Forsén studerar civilingenjörsprogrammet Medieteknik på Kungliga Tekniska Högskolan i Stockholm. Just nu söker han idéer för exjobbsämne/problemformulering inom sociala medier (tips mottages gärna). Ni hittar honom på @tyckr eller <http://tyckr.se/>

En liknelse, generationer och deras skifte

Lars-Göran Forsberg

@lgforsberg

En generation vet vi nog alla vad det är. Det är ett ord som oftast beskriver släktled inom en familj, t.ex. Mor och Dotter. Mellan familjer så blir det dock diffust så fort det skiljer ett antal år i leden. Det finns inte riktigt någon relation, vilket i sig nog är en feature mer än en bugg.

Konceptet generation existerar även på många andra plan. Ta till exempel på Internet, inom tekniken och givetvis även inom social media. Det enklaste att beskriva är nog användning. Vi börjar med att snabbt titta på den unga familjen social media som exempel.

Vi säger att farfar Jaiku ligger på dödsbädden medan Pappa Twitter fortfarande är i sina bästa år. Tillsammans med Mamma Facebook så har han ynglat av sig i otaliga former och vi kan vara säkra på att deras familj går oanade framgångar till mötes.

Inom den lite äldre familjen teknik så finns det flertalet liknelser. Från vad vi i dagens läge anser gryningstiden så har familjehuvudet IPv4 skött i stort sett alla diskussioner runt matsalsbordet som vi kan kalla för Internet. Eftersom han inte riktigt kommer ihåg på vilken stol som en viss familjemedlem sitter så tog han tidigt hjälp av sonen DNS.

Tillsammans har de lyckats hålla ihop en familj som växer explosionsartat för varje år som går. Nu är dock familjens gemensamma punkt trött och till och med den hjälp som bastarden NAT har tillfört så är det dags att kasta in handduken.

Den yngste sonen, IPv6, står redo att ta över men tyvärr litar inte

alla familjemedlemmar på hans förmågor och vissa är rent ovilliga att inse att deras älskade familjefar har nått toppen av sin förmåga.

I ljuset av den otroliga kapacitet som halvbrodern IPv6 för med sig så vill även DNS förnya sig. Han rycker helt sonika upp sina rötter, ser till att försäkra sig om dess tidigare ifrågasatta säkerhet inte längre är ett problem och sätter sedan ut för att multiplicera sina domäner med obegränsad faktor.

En generation kan vara kort, intensiv och göra avtryck, den kan även vara lång, seglivad och ha svårt att riktigt slita sig när det är dags. Vissa generationer får aldrig den tid de behöver för att visa sitt värde. Det finns helt enkelt alla varianter.

Ett generationsskifte är sällan lätt att hantera när det gäller våra familjer och bevisligen gäller detta även inom andra områden. Skillnaden är att när det gäller generationer inom andra ämnen så har vi en hand med i evolutionen och all möjlighet att påverka.

Lars-Göran "LG" Forsberg arbetar som VD, Europa för .NU domänen och har under de senaste åren engagerat sig i frågor som DNSSEC, IPv6 samt produktutveckling gällande domännamn och kringliggande tjänster. På fritiden sysselsätter han sig med den sociala delen av internet samt matlagning, resor och fotografering.

Web, .NU Domänen: www.nic.nu | Twitter, .NU Domänen: @nudomain |
Blogg, Privat: www.forsberg.eu | Twitter, Privat: @lgeforsberg

Sociala nätverk är härliga, men det är inget nytt fenomen

Kristoffer Forsgren

@forsgren

Termen ”sociala nätverk” har blivit allt vanligare förekommande. Trots att fenomenet har funnits sedan de första lite mer avancerade flockdjuren såg dagens ljus så verkar det vara först i och med de digitala nätverken och tjänsterna som termen blivit allt vanligare, jag har i alla fall inte sett begreppet användas tidigare i samma utsträckning som nu.

Internet har hängt med ett bra tag, själv kom jag i kontakt med det någonstans kring år 1996. Några år efter det fick jag min första kontakt med ett Internetbaserat socialt nätverk, namnet var Skunk, det var där man hängde för att snacka skit och bara vara. Sedan dess har väldigt många tjänster på Internet börjat anpassa sig för att fungera bättre enligt de sociala principer som människan genom årtusenden har använt sig av. Nya tjänster har kommit och försvunnit, de har utvecklats och mognat.

Från att endast konsumera intryck och information online (med undantag för de få som hade egna hemsidor) så delar man nu med sig, man kommenterar, diskuterar och konverserar. Man gillar, man hatar, man engagerar sig och kanske älskar man också.

För visst är det så, att med dagens möjligheter så behöver inte avståndet innebära lika mycket problem som det en gång gjorde. Postgång, telefoni och Internet har alla inneburit att världen på många sätt har krympt. Facebook och liknande tjänster gör att man inte bara kommer i kontakt med människor endast från sin by eller stad. Man kan knyta band tvärs över världen, i vissa fall blir det bara lösa

bekantskaper, i andra fall kan det bli livslånga vänskapsband.

Genom åren har jag flera gånger fått höra att vänskaper som byggs på en online-relation inte är lika äkta som de där vänskapsbanden man knyter med personer man fysiskt träffar. Personligen tror jag att det kanske finns ett litet mått av sanning i det, men samtidigt tror jag inte att det är så nattsvart som en del verkar vilja få det till. När människor interagerar med varandra ansikte mot ansikte så är det en hel rad känslor som förmedlas via kroppsspråk, den dimensionen är det på många sätt omöjligt att få fram på annat sätt än att faktiskt träffas, det kan jag hålla med om.

Ändå så har det ofta varit så att när jag väl har träffat personer som jag lärt känna över nätet ansikte mot ansikte, så har det varit som att återse en vän. Att ta steget från den digitala kontaktformen till att ha ett analogt möte är inte så farligt långt. Som jag ser det är det bara en utveckling av en redan existerande relation.

Tack vare Internet och de tjänster som nu finns kan de kopplingar som tidigare kunde uppstå mellan folk från grannsocknar nu uppstå globalt, är det inte ganska härligt ändå?

Jag tycker att det är lika härligt med möjligheterna som erbjuds för att kunna bibehålla kontakt. Jag har lärt känna folk som har sin hemvist i Tyskland, Frankrike, Kina, Turkiet och många andra länder. Innan dagens kommunikationsnät fanns hade det krävts betydligt mer arbete för att hålla kontakten, nu är det blott några knapptryckningar bort.

Jag hoppas att tekniken kommer fortsätta utvecklas. Jag hoppas att vi kan gå mot en värld med mer öppenhet. På så sätt kan vi alla dela med oss, bidra och bry oss om varandra.

Sociala nätverk är inte bara Facebook, Twitter, Jaiku, Myspace eller någon av de andra webbtjänsterna. Ett socialt nätverk skapas så fort några individer får någon som helst sorts relation med varandra. Hur nätverket sedan sköter sin kommunikation är en annan fråga, det viktiga är att folk inte blir (eller känner sig) hindrade till att ha den kommunikationen.

Att ha öppna kommunikationsvägar, fria från övervakning och inskränkningar, det är enligt mig en viktig grundpelare för ett sam-

hälle. Låt oss kämpa för öppenheten!

Texten finns publicerad på:

<http://kristofferforsgren.se/sociala-natverk-ar-harliga>

http://korta.nu/sswc10_35

Kristoffer Forsgren är en bloggande (kristofferforsgren.se, gate303.net), social kille som gillar att pyssla med grafik och kod. När lusten faller på händer det även att han pysslar lite med trollkonster och andra hyss. På senare år har han även blivit lite av en Twitterjunkie och hittas då under namnet "forsgren". Han jobbar på Twingly.

Sajt: kristofferforsgren.com | Twitter: [@forsgren](https://twitter.com/forsgren) | Blogg: kristofferforsgren.se och gate303.net



Greta ser tillbaka på tiden innan webben med viss nostalgi.
Men idag behöver hon iallafall inte längre bära de tunga pärmarna
fram och tillbaka till jobbet, bara sig själv.

Eftertanke

Sofia Franzén

@sofiafranzen

En dag skulle Petter och jag sätta oss ner och skissa på hur ett nytt arbetsställe i Malmö skulle kunna se ut. Ett ställe för sådana som oss, för människor som känner sig instängda på kontor men är trötta på att sitta hemma eller bli utslängda från caféer när man druckit upp sin kopp kaffe. Ett ställe för de som behöver byta ut sin vanliga arbetsmiljö för några timmar. Ett ställe för arbetsnomader.

Vi hade tänkt skissa på hur det skulle kunna se ut, eventuellt, någon gång i framtiden, kanske.

För det är så man oftast gör. Först föds idén, sen planerar man, beräknar, tänker efter. Tänker efter före.

Vi skulle skissa på det och några timmar senare insåg jag att det inte längre var vad vi gjorde, vi hade helt plötsligt börjat göra. En litet enkelt Etherpad som skulle underlätta det för oss två att arbeta på samma dokument, och helt plötsligt var vi 20 personer.

Jag är en strateg. Jag älskar att spela långa och krångliga spel där min hjärna stretchas. Jag tycker inte bara det är bra att beräkna innan man börjar, jag älskar att göra det!

Men ibland gör det att verkligheten kommer ivägen för förverkligandet av drömmarna, ibland sätter det stopp för min kreativitet, mitt mod och min ambition.

Och visst finns det behov av eftertanke. Behov av att stanna upp, reflektera, byta riktning...

Men jag försöker lära mig att tänka efter, efteråt. Eftertanke.

Vissa dagar drabbas jag av dåligt självförtroende. Jag kan ingenting, jag vågar än mindre. De människor som finns omkring mig blir då min måttstock och mitt fokus ligger på vad jag (inte) kan, istället för vad jag kan lära mig. Alla dessa sabbotörer, jag är för ung, jag är tjej, jag har aldrig gjort det där förr, jag kan inte, jag vet inte. Om jag tänker före då och lyssnar på dem, då drabbar mig ofta missmodet och det blir ingenting av mina stora drömmar.

Om jag hade satt mig ner och planerat Kujenga vet jag inte om jag hade vågat.

Om jag hade beräknat och insett hur mycket pengar vi behöver för att dra igång och för att driva runt det.

Om jag där och då hade kommit ihåg att caféer sällan går runt.

Om jag hade tänkt på hur mycket jag hade behövt kunna för att göra det jag gör just nu. Då vet jag inte om jag hade vågat.

Om jag hade tänkt före.

Men tänk om det inte är min förmåga som sätter gränser för vad jag kan göra, utan min nyfikenhet. Om det jag kan blir mindre viktigt och det jag vill blir viktigare.

Varje dag gör jag saker jag inte kunde igår.

Om jag först tänker efter inser jag att jag inte förmår ta Kujenga från dröm till verklighet. Men om jag tillsammans med andra slutar tänka och istället bara gör, då inser jag helt plötsligt att det händer. Då tar min nyfikenhet mig framåt, jag lär mig det jag behöver göra.

När vi drog igång Kujenga tänkte jag inte efter före.

Vi gör, jag lär mig, jag kan.

Jag tänkte efter, efteråt.

Twitter: @sofiafranzen | Mejl: sofia@kujenga.se

Sajt: kujenga.se | Twitter: @kujenga |

Facebook: facebook.com/kujenga |

Etherpad: <http://openetherpad.org/DWKf3Q057c>

Samhällsdebattens sociala organisering – hur kan ett varumärke börja kommunicera med omgivningen?

Maria Georgieva

@mariageorgieva

Jag har det närmaste halvåret författat en masteruppsats inom strategisk kommunikation (Lunds universitet) för att förstå hur en organisation inom kulturområdet kan lära sig att kommunicera. Min utgångspunkt har varit att undersöka hur användningen av sociala medier kan skapa nya sätt för att nå organisationens intressenter. Måltavlan för min analys har varit Kulturrådet, en centraliserad organisation som kan betraktas som sluten och svår att komma nära om man inte redan är invigd. Det finns några särskilda frågor som uppkommer apropå kommunikation och kulturområdets omgivning i stort. Om exempelvis inte Kulturrådets intressenter är införstådda i verksamheten undrar jag om kommunikation kan vara ett medel för att utveckla effekten av kultur? Måste det finnas ett egenvärde över huvud taget för att kulturen ska vara en fråga på politikernas agenda? Ett sätt att påverka den politiska agendan är att bistå med mer pengar till kultur. Kulturrådets inflytande över de nationella kulturbidragen förändras med samverkansmodellen, vilken ger frihet till regionerna att själva bestämma hur medlen skall fördelas. Samverkansmodellen är ett nytt direktiv från regeringen för hur de statliga anslagen på

kulturområdet ska fördelas till kulturverksamhet. Jag tycker att modellen i allra högsta grad handlar om att utveckla kommunikationen mellan Kulturrådet och dess intressenter.

Jag tror att kommunikation kan fungera som ett sätt att komma samhällsdebatten närmare, och ge uttryck för ett mer utvecklat samarbete mellan olika intressenter, båda nära och längre ifrån organisationens kärna. Jag tror att det finns behov av att betrakta kommunikation och kultur ur ett övergripande perspektiv och se i vilka sammanhang olika områden rör sig i och hur de skulle kunna samverka med varandra. Kort och gott är min slutsats att en organisation av Kulturrådets mått, genom att använda sociala medier, kan utveckla sitt professionella varumärke och framtoning.

Ett annat exempel på hur sociala medier kan förändra ett varumärke är den dagliga tidningen Dagens Arena (aka mitt nuvarande jobb). Dagens Arena startade som en webbaserad ledarsida i november 2007. Utgångspunkten var att Sverige saknade radikala och progressiva röster i samhällsdebatten. Det gäller i högsta grad även i dag, två och ett halvt år senare. Skillnaden är att debatten kan påverkas och förändras mycket snabbare genom sociala medier, idag kommenterar sajten dagligen svensk och utländsk politik. I maj 2010 nylanserades Dagens Arena, som första nyhetstidning i wordpress 3.0 beta 2, och har utvecklats till en tidning som står på tre ben – opinion, nyheter, fördjupning. Reportage, nyheter och blogginlägg varvas med dagliga ledare från några av Sveriges vassaste skribenter. Ambitionen är att sajten ska bli ännu mer användarvänlig, genom att ge läsarna möjligheter till att delta i samhällsdebatten – inte enbart att läsa om den. Dagens Arena har, genom att använda sig av sociala medier från och med nylanseringen skapat en nyhetsförmedling i nuet, genom att nå läsare på olika plan och positionera sig där de finns. I dagsläget har Dagens Arena 1 105 vänner på Facebook. Utöver detta kommunicerar redaktionen genom nyhetsbrev, Facebook, Twitter etc.

Både Dagens Arena och Kulturrådet ”gillar” kommunikation. En ganska självklar skillnad är att Dagens Arenas läsare och målgrupp ”gillar” sociala medier mer än Kulturrådets ledning. Öppenheten mot sociala medier ser olika ut, eftersom medborgaren/läsaren be-

möts på olika sätt. Min idé är att alla organisationer behöver positionera sig där människor tar del av kulturella intryck och inte avskärma sig i onödan, för att möta nya kunder och kollegor. Huruvida varumärkesarbetet är en del av ett spel för att skapa goda relationer hör inte riktigt hit. Jag tror nämligen att samhällsdebatten behöver göras transparent för att uppmärksammas. Då kan vi ta det till nästa steg och prata om vikten av att marknadsföra idéer som konsumtionsvara och sociala medier som medium. Allt detta får mig osökta att tänka på ett citat av Harry Schein:

När fan blir gammal blir han religiös. När kulturbyråkraten blir gammal blir han anarkist. Jag som har varit så ordentlig och rationell under hela mitt liv börjar nu, i kulturpolitiska sammanhang, att hoppas på anarkister; inte folkhemmets anarkistiska clowner utan riktigt gammaldags, farliga anarkister. Den kulturpolitiska situationen borde vara revolutionär. Men var finns revolutionärerna?

Så skrev Harry Schein 1980.

Maria jobbar med strategisk marknadsföring och sociala medier. Hon delar sin tid mellan Dagens Arena och Arenagruppens övriga verksamheter. Maria har tidigare bland annat jobbat som projektansvarig på Stockholm filmfestival, reporter på SVT och kommunikatör på Atmo Media.

Twitter: @mariageorgieva | Sajt: dagensarena.se |
Mejl: maria.georgieva@arenagruppen.se

Debatten om ett bröllop och två ekosystem

Johan Grafström

@grafstrom

I något SvD rubricerade som ”SVT-Bråket om bröllopsbilderna” pågick i början av sommaren 2010 ett replikskifte mellan SVT:s VD Eva Hamilton och Joakim Jardenberg. Denna bloggpost skrevs ursprungligen på min privatablogg (<http://johangrafstrom.wordpress.com>) som en reaktion på den diskussionen. Av två skäl:

Ett: Jag är en stark förespråkare för public service men inser att dess överlevnad bygger på att konstant våga modernisera och förnya sig. Och jag tror de flesta håller med om att utvecklingen går mot transparens, öppenhet och därmed en förnyad syn på upphovsrätt, publicistik samt tron att publiken både vill och är kapabel att vara delaktig.

Två: Få inser de problem som exempelvis en creative commons-licensiering medför och att den inte låter sig lösas i en handvändning även om man är ett stort och mäktigt mediebolag. Speciellt eftersom det inte är sannolikt att upphovsrätten kommer utvecklas i en ”friare” riktning, i mening att den kommer innebära inskränkningar för upphovsrättsinnehavare. Upphovspersonens rätt till ekonomisk utkomst är väl etablerad i internationella konventioner och EU-rätten. Då tror jag snarare att lagstiftningen kommer underlätta licensiering av slag som ex creative commons.

Inledningsvis vill jag poängtera en sak. Jag är inte jurist så de slutsatser och iakttagelser som jag ger uttryck för här bygger på erfarenhet och vad jag lyckats läsa mig till i allmänt tillgängliga artiklar i ämnet.

Joakim Jardenbergs agenda är tydlig: Släpp så mycket public service-material som möjligt fritt så att publiken och entreprenörer kan dra nytta av det. Detta mot bakgrund av den unika finansieringsmodell som SVT vilar på. Eva Hamilton å andra sidan menar att det inte är rimligt att de aktuella bilderna från Kronprinsessan Victoria och Prins Daniels bröllop ska hamna i Reuters arkiv för den facila summan av €1.000. Utan att de endast skulle få sprida bilderna enligt modellen för nyhetsrätt, i detta fall 48 timmar. Principiellt förstår jag båda två men jag upplever att de pratar om olika saker.

Eva argumenterar på samma sätt som vilken chef för ett stort mediebolag som helst. Hon sitter på något som är unikt och vill inte att de dyra bilder man producerat ska kunna spridas för vinden. Problemet ligger möjligen i att hon inte är chef för vilket mediebolag som helst. SVT är ett publikfinansierat bolag som genom en av riksdagen beslutad licensavgift finansierar sin verksamhet. En gammal konstruktion sprungen ur en tid då TV-mediets genomslagskraft ansågs så stor att man var tvungen att reglera densamma. Men nu gäller diskussionen internet. En distributionsform som trots sin överlägsenhet i förhållande till TV inte har ansetts behöva reglering enligt samma modell. Men internet för en broadcaster som SVT är i allt väsentligt förknippat med distribution på samma sätt som etersänd TV. Ett sätt att nå brukarna genom teknologi.

Det internet Jocke pratar om är något helt annat. En plattform för att dela och samskapa innehåll. Vare det uppslagsverk, mjukvara, TV-program eller diktsamlingar, det spelar ingen roll. Internets styrka ligger i samskapandet snarare än distributionen i sig. Detta kräver i sin tur ett nytt ekosystem, av somliga benämnt wikinomics.

Om vi backar bandet så uppstod egentligen allt i samma ögonblick som Hovet valde att ge SVT ensamrätt till bröllopet. I samma ögonblick som förlovningen tillkännagavs började en skönhetstävling mellan SVT och TV4 om vem som skulle få rätten att vara Host Broadcaster. Ett prestigeuppdrag som kostar en ohygglig summa pengar. Jag vet inte på vilka grunder beslutet fattades, men det ligger nära tillhands att tro att SVT kunde erbjuda en produktion som i

Hovets ögon var mindre kommersialiserad.

Eva Hamilton och SVT gick segrande ur denna kamp. Och hon gjorde det med kraften av sin finansieringsmodell och den trovärdighet public servicebolaget SVT lyckats skapa. Att sedan Hovet lyckades få till stånd denna skönhetstävling mellan SVT och TV4 som om det gällde en Champions League-final är en annan historia.

Men nu stod alltså SVT där med denna gigantiska sändning. Hur skulle de då agerat? Vi leker med tanken att de – som Joakim Jardenberg föreslår – velat dela ut denna historiska händelse till publiken. Producerat den och släppt den på en frikostig CC-BY-NC-licens. Vilka problem hade uppstått?

Till att börja med hade hela Reutersdiskussionen sannolikt inte uppstått. Om alla bilder finns tillgängliga för användning av vem som helst i all framtid så faller deras idé att stoppa in den i ett arkiv som endast finns tillgängligt för deras kunder. Men SVT hade genom detta också underminerat deras affärsidé och skapat en kraftig marknadspåverkan. Kanske till den grad att detta skulle blivit underkastat ett public value-test?

Man skulle också kunnat släppa klippen under en ännu frikostigare licens, CC-BY. Då hade Reuters i likhet med alla andra kunnat stoppa in det i sitt arkiv. Rent av ändrat och klippt lite i materialet. Men är det hederligt mot licensbetalarna? Att de gemensamt betalar för något som sedan kommersiella bolag kan använda och ta betalt för igen? Skulle rent av Hovet haft synpunkter på detta. Och är det förenligt med de etiska reglerna för press, TV och radio?

Detta skulle delvis kunnat lösas med en share alike licens, CC-BY-SA. Dvs Reuters hade kunna göra vad de ville, lägga till, ta bort, men de får inte själva ta betalt i nästa led. Det kanske hade varit något?

Det kanske finns en väg för public servicebolagen att möta creative commons när allt kommer omkring. Men riktigt så enkelt är det naturligtvis inte.

För att SVT skulle kunna släppa bröllopet på en CC-licens måste man inte bara försäkra sig om att man förvärvat samtliga rättigheter, utan också rätten att vidarelicensiera samtliga rättigheter. Det är en grannlaga uppgift. Varför? Jo. Säg att bröllopskortegen stannar fram-

för ett upphovsrättsskyddat konstverk som blir framträdande i bild. I ett nyhets sammanhang i Sverige innebär detta som regel inget problem. Om SVT vill använda samma bild i något annat sammanhang måste ersättning utgå till upphovspersonen via BUS.

Detsamma gäller allt som anses ha verkshöjd. Givetvis innebär detta att framträdanden som görs i sändningen av artister också måste kontrakteras på ett sådant sätt att SVT i sin tur får släppa materialet fritt. Eventuella tal kanske också kan anses uppnå verkshöjd, eller ännu värre innehålla längre citat ur upphovsrättsskyddade böcker som också måste också klareras. Listan kan, som du förstår, bli mycket lång. Värt att poängtera här är att creative commons licensieringsmodell är formulerad efter den amerikanska lagstiftningen med så kallad "fair use" vilken skiljer sig markant från den svenska motsvarigheten med citaträtt.

Vidare överlåter alla anställda inom public servicebolagen genom sina respektive kollektivavtal den ekonomiska upphovsrätten till arbetsgivaren, men jag är osäker på om dessa avtal gör det möjligt för arbetsgivaren att släppa materialet vidare helt fritt att bearbetas av tredje part. Utgångspunkten för public servicebolagen är att uphovspersoner ska ersättas ekonomiskt för deras prestationer, vilket exempelvis innebär att bolagen avsätter pengar årligen för att ersätta upphovsrättsskyddade prestationer utförda av bolagens anställda. Fördelningen av dessa pengar sker i samarbete med de fackliga organisationerna. I det ekosystem som CC bygger på är valutan inte alltid reda pengar.

Ytterligare en komplicerande faktor är att det i upphovsrättslagen inte finns något som heter godtrosvörvär. Det innebär att om SVT av någon anledning skulle missa någon tredje parts upphovsrätt och du använder materialet är det du, och inte SVT, som kan bli stämd av uphovspersonen, trots att materialet är släppt på en CC-licens. Du har också att beakta den ideella rätten och måste tillfråga uphovspersonen i vissa fall.

Min slutsats är att för att kunna förverkliga det som Joakim Jardenberg vill krävs inte bara en vilja från de stora mediebolagen. Vi måste

få en modernare lagstiftning, gällande såväl upphovsrätt som yttrandefrihet och tryckfrihet. Det måste till en rejäl diskussion kring tillämpningen av de etiska reglerna för press, TV och radio om vi som journalister ska släppa råmaterialet fritt för vem som helst att använda. Om en CC-licens ska tillämpas på aktualitetsmaterial så måste frågan kring vem som är ansvarig utgivare på nätet lösas. Utifrån ett publicistiskt perspektiv vet vi att vad som är relevant inte alltid är samma sak, beroende på var och av vem det publiceras. Jag vill mena att det åtminstone moraliskt åligger den som licensierar ett material enligt creative commons att säkerställa att enskilda medverkande åtnjuter grundlagsskydd.

Det är lätt att tro att bara för att man själv kan släppa det material man skapat fritt under CC (som denna text t ex) så kan stora företag göra detsamma. Det innebär inte heller att SVT ska komma undan med att agera som vilket kommersiellt TV-bolag som helst heller. De bör naturligtvis sätta ner foten och visa vart man vill i framtiden. De måste omedelbart börja utreda frågorna och inte ingå nya avtal som inte möjliggör en vidare spridning än idag. Vara försiktig när man tecknar kollektiverande avtal så dessa innebär att om upphovspersoner vill släppa material fritt kan de också göra detta.

Allt sammantaget är det naturligtvis lätt att anklaga SVT för att vara snåla och inte se till publikens bästa. Men det är förenklat. De gör nog vad de kan under de regelverk som finns. Man kan möjligen anklaga Eva Hamilton för att inte tydligt ange riktningen. Vilken framtid man ser framför sig. Det är något samtliga ps-bolag borde kunna vara öppnare med.

För om public servicebolagen är rädda om sin position på mediemarknaden måste man ha strategier för de olika scenarier som kan tänkas ske. Vi måste helt enkelt acceptera att sanning och kunskap är något dynamiskt, ett rörligt mål. Och att vi måste söka samarbete med vår publik. Ett samarbete som bygger på generositet och lyhördhet. Annars spelar det ingen roll om vi är ett vanligt mediebolag eller publikfinansierat. Ingen kommer att sakna oss om vi försvinner.

Om en liknande idé som public service skulle uppstått idag så skulle mycket kunna göras annorlunda. Det vore oerhört intressant

om den diskussionen kunde uppstå i kölvattnet av denna. Det finns mycket i public service och Creative Commons grundidéer som är gemensamt. Men public service står fortfarande stadigt med fötterna i ett gammalt och tryggt ekosystem, medan Creative Commons bygger på ett annat.

Texten finns publicerad på:

<http://johangrafstrom.wordpress.com/2010/06/26/debatten-om-ett-brollop-och-tva-olika-ekosystem/>

http://korta.nu/sswc10_36

Johan Grafström är redaktionschef på UR sedan januari 2010. Han är ursprungligen fotograf och började sin karriär 1987 inom lokalpress men gick ganska snabbt över till TV. Johan har jobbat som fotograf, reporter, producent och projektledare sedan tidigt 90-tal. Anställdes 2005 på SVT Malmö som programchef för barn, samhälle och dokumentär. Flyttade tillbaka till Stockholm 2008 och arbetade som projektledare på SVT interaktiv med bl a nyhetswebben och SVT Play. Åsikter som ges uttryck för i denna text representerar varken UR eller SVT utan endast honom själv.

Twitter: @grafstrom

Kommunalråd för reform

Micke Gunnarsson

@mickegunnarsson

Jag heter Ulf och arbetar som kommunalråd. I mitt arbete är det oerhört viktigt att våra anställda ser sitt jobb som ett livslångt lärande. Att jobbet ständigt präglas av kompetens- och personlig utveckling.

Så...

Ska vi nu se var kunskap och lärande sker bäst så är det oundvikligen i skolan. Så från och med 2010 kommer vi att löpa linan ut i vår kommun. Detta för att höja kompetensen på bästa sätt bland våra anställda. Jag arbetar konkret så följande 14 punkter kommer att genomföras:

1. Allt arbete kommer att ske genom åldersindelning. Alla inom kommunen med samma ålder jobbar ihop.

2. Allt arbete i specifik åldersgrupp sker i ett rum. Ingen får vistas utanför detta rum under arbetstid, förutom på vissa angivna tidpunkter. Grupperna kommer att vara fördelade i så lika antal som möjligt, vi menar att 25-30 är den optimala storleken.

3. Hälsa är viktigt. Därför kommer vi att tvinga ut alla anställda på givna klockslag ett antal minuter. Detta oavsett väder och vind. Alla kommer att hållas inom ett visst område med särskilda vakter som ser efter att man ej överskrider gränser.

4. Vid given signal kommer utevistelse upphöra och samtliga skall snabbt inrätta sig i respektive rum.

5. För att skapa roligare arbetsklimat och flexibilitet skall arbetsuppgift bytas var 40:e minut. Var och en kommer att ha ca 15 helt olika arbetsuppgifter vilka de måste hantera till fullo.

6. Vid vissa angivna tider får anställda prata med varandra, om vad bestämmer dock vi. Det är däremot strängt förbjudet att på nå-

got sätt hjälpa varandra att lösa problem. Detta kommer att klassas som fusk och ge effekter på ev. lönesättning.

7. Toalett kommer inte att finnas i det rum man verkar. Men under de tider som ges till utevistelse ca 10 min kommer självklart toaletter finnas till förfogande i begränsad upplaga. Om ej 10 minuter skulle räcka kan man under lunchen passa på att uträtta dessa behov.

8. Anställda måste även jobba hemma, utöver ordinarie arbetstid. Detta för att kvalitetssäkra kompetensutvecklingen. Detta kommer även att ske på helger. För att kontrollera detta kommer vi att utföra regelbundna tester.

9. De anställda skall slippa att tänka varför de har de arbetsuppgifter de har. Det viktigaste är att de måste och det tar vi ansvaret för.

10. Vid eventuell sjukdom kommer vi att leverera arbetet hem till personen ifråga. Om man olyckligtvis är för sjuk kommer man att kunna jobba dubbelt så mycket så fort man blivit frisk.

11. Du kommer inte ha någon som helst möjlighet att bestämma med vilka du skall arbeta.

12. Ingen som helst förtäring får ske i det angivna arbetsrummet du är tilldelad. Detta sker i ett gemensamt matrum. Maten där är gratis. Du måste äta den och alla äter samma. Vi kommer att låta varje portion ha ett värde på ca 4 kr.

13. Vi kommer att spara in på datorer och teknik. Vi tror att att en dator per arbetsrum, dvs en dator per 25 personer är det optimala. Detta gör att vi enklare kan behålla kontrollen. Vi kommer då självklart att ha datorn väl synligt placerad så att alla kan se vad man gör vid just denna dator. Att surfa på Internet kommer vara begränsad och bara ske utefter vissa specifika uppgifter. Detta för att vi inte ska använda Internet på ett sätt som gör att vi inte har koll på vem som egentligen kan vad och vem som gjort vad.

14. Mobiltelefoner får absolut inte vara på under ordinarie arbetstid. Kommunikation sker på de bestämda raster som bestämts. Vi kommer dock låta anställda få ta med sig mobilerna till sin arbetsplats, men på läge ”OFF”. Jag vet att på vissa platser i landet har man till och med förbjudit telefoner på plats och i dessa fall får man lämna in mobilerna till särskild personal för att sedan kvittera ut dem

vid arbetsdagens slut, detta är en intressant metod som jag kommer att undersöka vidare. Som sagt, ingen omvärldskommunikation eller möjlighet att plagiera kunskap från omvärlden genom mobil teknik kommer att tillåtas.

Det är viktigt att alla sluter upp kring dessa punkter. Vi vet att ni kommer att göra det. Vi kommer två gånger om året sätta era löner efter vad vi tycker ni presterat utifrån ovanstående punkter samt en personlig kommentar. Ni kan inte påverka besluten men det är viktigt att ni gör ert bästa för det kommer att påverka er resten av livet.

Med vänlig hälsning

Ulf

Texten finns publicerad på:

<http://kaostik.wordpress.com/2010/07/18/kommunalrad-for-reform-ny-upplaga/>

http://korta.nu/sswc10_37

Micke Gunnarsson är en kreativ samhällsentreprenör med ett brinnande hjärta för barn, ungdomar och de digitala fenomen som vibrerar runt omkring oss. Han har sedan slutet av 90-talet inspirerat genom föreläsningar, som pedagog, genom olika projekt och verksamheter inom ramen för "så som nu har det aldrig varit, så som nu kommer det aldrig mer bli". Idag arbetar han förutom i sitt egna företag även på NetPort Science Park i Karlshamn. Mer info finns på www.mickegunnarsson.com

Mejl: info@mickegunnarsson.com | Telefon/sms: 0709161663

| Twitter: [@mickegunnarsson](https://twitter.com/mickegunnarsson) | Skype: reaktormicke | MSN:

reaktormicke@hotmail.com | Facebook: Micke Gunnarsson

Ringar på vattnet

Maria Gustafsson

@mikumaria

29 september 2009

Entreprenörd, ett ord jag kom på i förra veckan för oss entreprenörer som så fokuserat driver vidare. Trots allt som händer i omvärlden. Nördar in oss. Riktat oss ut till omvärlden. Förresten anser jag att nörd är ett fint ord som symboliserar starkt intresse, drivkraft, fokus, energi och handling. Vi fortsätter framåt.

Jag tänker också såhär: Det är viktigt för alla människor med tid för reflektion, utveckling och påfyllning med glädje i arbetet. För mig som företagare är det upp till mig själv att hitta, ordna och delta i sådan personlig ledarutveckling med glädje för att jag ska orka driva mig själv och företaget vidare. Att utgå ifrån det man själv vill och tycker om är en bra utgångspunkt för mig.

Så när jag i våras läste om idén om ett kommande summercamp med fokus på kommunikation på internet om möjligheter i sociala medier tillsammans med andra engagerade *kände jag i magen att detta ska jag vara med på*. Jag anmälde mig på studs till Sweden Social Web Camp (SSWC). I mitten av augusti möttes vi, 286 personer från hela Sverige på en liten vacker ö i Blekinge skärgård, Tjärö. I filmen¹ berättar SSWC:s initiativtagare Tomas Wennström utifrån boken (enda exemplaret) som några nördar gjort till honom. Med mycket kärlek.

Nu en månad efter SSWC 2009 som jag (och många med mig) sammanfattade med ordet ”episkt”, upplever jag massor av positiva saker, nya vänner, kontakter, lärdomar att det går när man vill med mera.

Dela kunskap på generösa sätt, lösa problem och skratta tillsammans i tillåtande klimat har gett upphov till nya entreprenördiga idéer. Vilka ringar det blir på vattnet efter SSWC? Ingen vet och det är okej. :)

Fotnot:

1. <http://www.youtube.com/watch?v=k40mDvPcw6M>

(http://korta.nu/sswc10_38)

Texten finns publicerad på:

<http://redigerebell.blogspot.com/2009/09/entreprenordar-pa-campen-sswc.html>

http://korta.nu/sswc10_39

Maria Gustafsson är en REDIG REBELL® som tänker på, arbetar med och bloggar om möjligheter med människor, kommunikation, utveckling, entreprenörskap, företagande, kultur, hälsa, bilder, prat&mat. Maria är både akademiker & entreprenörd som arbetar som kreativ företagsledare på MIKU®.

Sajt: miku.se | Mejl: maria@miku.se | Twitter: @mikumaria

Att dela med sig av det överväldigande

Nils Gustafsson

@liv99ngu

Sociala medier handlar om att dela med sig av saker och ting; dels sådant som man själv upplevt eller tankar man har, dels saker man har läst, sett eller hört. Viral media är bitar av information som berör många människor samtidigt och som får dem att vilja dela med sig av det till bekanta.

En viktig fråga är om individer följer den övergripande medialogiken: hur ser din egen, personliga nyhetsvärdering ut? Vad får dig att vilja föra något vidare? Det som folk förväntas söka sig till är texter om våld, sex, katastrofer, lokala nyheter, kändisar, självhjälp och så vidare.

När informationsmängden blir allt större blir filtren mer intressanta och rollen som ens bekantskapskrets spelar för den egna mediekonsumtionen ökar i betydelse. Clay Shirky talade om filtrens betydelse häromåret:

Shirky säger att problemet inte är för mycket information, utan att filtren inte fungerar. Han pratar om olika typer av filter. Det filter jag personligen är mest intresserad av är det filter som det personliga nätverket av bekanta består av.

Jonah Berger och Katherine Milkman vid University of Pennsylvania har studerat vilka artiklar på New York Times webbsajt som folk helst emailar. Föga förvånande handlar det om känslor snarare än någon form av strategisk nyttomaximerande modell, även om man alltid i någon mening tjänar på att dela med sig av det man vet.

Den känsla som mer än någonting annat, enligt Berger och Milk-

man, får NY Times läsare att tycka att en artikel är värd att maila vidare, är *awe*. Det finns såvitt jag vet inte en riktigt bra svensk term för det, men fruktan/båvan/vördnad och en känsla av att vara överväldigad täcker ganska bra in vad det betyder. Eller som det uttrycks i Bergers och Milkmans paper¹: ”*Awe is the emotion of self-transcendence, a feeling of admiration and elevation in the face of something greater than the self.*”

Även efter att ha läst pappret verkar resultatet hålla. Att en artikel är vördnadsbjudande betyder mer än om den är skriven av en kändis, kort, överraskande, placerad högt upp på sidan eller innehåller praktisk information. Jag tycker att det är en vördnadsbjudande slutsats. Det innebär nämligen att vi som mediekonsumenter inte huvudsakligen för vidare snaskigheterna (kanske skäms vi för mycket för dem) utan det som gör oss upplyfta som människor.

Sedan de obligatoriska frågetecknen. Den här studien rör alltså till att börja med dem som läser NY Times på nätet OCH som mailar artiklar. Folk som läser NY Times är naturligtvis inte särskilt representativa ens för amerikaner, mycket mindre för människor i allmänhet. Det är omöjligt att veta hur en liknande studie hade fallit ut i exempelvis Sverige, men jag vill hemskt gärna veta och hoppas att någon medieforskare ligger i startgroparna för att replikera studien.

Och sen det här med att maila artiklar. Själv gjorde jag det ganska ofta tidigare, men numer brukar jag twittra om det eller lägga en länk på Facebook. Det är endast undantagsvis som jag mailar. Är det en generationsfråga? Skiljer sig innehållet i de mailade artiklarna från de Facebookade?

Men tills vi vet det kan vi ändå vara en smula överväldigade.

Fotnot:

1. <http://marketing.wharton.upenn.edu/documents/research/Virality.pdf> (http://korta.nu/sswc10_40)

Läs även NY Times artikel om detta: http://www.nytimes.com/2010/02/09/science/09tier.html?_r=2&ref=science

(http://korta.nu/sswc10_41)

Texten finns publicerad på:

<http://nilsgustafsson.blogspot.com/2010/02/att-dela-med-sig-av-det-overvaldigande.html>

http://korta.nu/sswc10_42

Jag heter Nils Gustafsson och är doktorand i statsvetenskap vid Lunds universitet. Min forskning handlar hur användningen av sociala medier påverkar det politiska deltagandet i Sverige. Man kan lätt hitta mina vetenskapliga texter på www.svet.lu.se?ngu och annat smått och gott på nilsgustafsson.blogspot.com.

Andas in, andas ut. Repetera.

Malin Stedt Gustavsson

@malstegus

Jag hade tänkt att skriva något intressant om kommunikation. Något smart. Well, livet kom emellan. Förra veckan valde min sambo och jag att gå skilda vägar. Ett sånt där gemensamt beslut.

Det var hemma i soffan när jag kom hem från syrran som det brast. Vad håller vi på med egentligen? Så började vi prata. Om senaste halvåret. Om det absurda i att vi träffas varje dag men ingen av oss verkar se den andra. Om kärleken som vi slutade vårda och samtalen som vi i stället har med andra.

Jag grät. Han grät. Inte på grund av lättnad, utan för att den situation vi har försatt oss i inte beror på någon annan än oss själva. Kärleken finns där. Bara inte engagemanget.

Vi har pratat i dagar. Umgåtts på ett sätt som vi inte har gjort den senaste tiden. Sett varandra. Pratat om framtid, nutid och dåtid. Dis-sekerat känslor som vi varit rädda för att lyfta till ytan.

Jag älskar dig, säger jag och lägger handen på hans bröst.

Jag älskar dig, säger han och gör likadant.

Men.

Det här är inte vägen för oss att gå längre.

Ännu en gång lär jag om läxan som känns som en karatespark rakt i bröstet. Jag borde sluta kalla mig expert när jag gör alla rookiemiss-tag som går att göra. Kommunikation är det viktigaste som finns här

i livet, en relation kan aldrig fortsätta existera utan kommunikation.

...

...

...

Fan.

I vanliga fall är jag en engagerad och kommunikativ jävel.

"Oh, the irony!".

Malin Stedt Gustavsson

@malstegus

0737018021

Socialare än någonsin!

Therese Göterheim

@tesas

Internet har förändrat mitt liv – inte bara den sociala webben utan även de sociala online-spelen. Efter att ha hängt på de flesta communitys som fanns 1996 – 2001, t ex helvetet, helgon, lunar, sylvester, sylvia, nightlife, vilda, tjofftjoff, skunk + många fler så hittade jag äntligen mannen i mitt liv. Om inte denna speciella community hade funnits hade vi aldrig träffats...

Vår träff utgjorde starten för många andra träffar med folk som man lärt känna på nätet, för även om det är väldigt socialt i de flesta communitys så blir man ändå nyfiken på hur dessa personer som man talat med i flera år faktiskt ser ut och hur dom är irl.

Den stora skillnaden som jag faktiskt kan se väldigt tydligt är att från ha gömt sig bakom ett oigenkännligt nick och påhittad identitet med rädslan för att avslöja sin riktiga identitet för allt konstigt folk där ute i cyberrymden i början på 2000-talet nu faktiskt övergått till att man är helt öppen och transparent när det gäller sin identitet. Idag kan man mycket lättare kolla upp dom man ska träffa irl, mot tidigare när man bara hade ett nick att söka på som t ex ”lord of the ropes”. Bara nicket i sig är ju skrämmande. ;)

Innan jag träffade min man så var jag på många konstiga träffar med män som i dag säkert kunde ha slutat i våldtäkt eller mord fast det tänkte man ju inte på då, för alla är ju så snälla och trevliga på nätet när man talar med dom på tumanhand. Jag minns en gång när jag stämde träff med en kille i Boulognerskogens lekpark i Gävle kl 0130 på natten – kanske inte den smartaste dejtingplatsen i mitt liv... Som tur var så var killen jättesnäll och vi blev goda vänner. Alla har inte sådan tur och jag är inte lika naiv längre, skulle jag träffa

någon främmande nätbekantskap idag skulle det vara på en offentlig befolkad plats.

Några år senare när jag och min man tröttnat på att vara gulliga och umgås med varandra på kvällarna började jag spela online-spel. Det började med typ iSketch, men gick senare över till lite coolare spel som World of Warcraft. Jag har lärt mig massor av speciellt WoW och jag har utvecklat egenskaper som jag inte trodde jag hade, så för mig är det här mer än bara ett spel. Förutom att döda monster så har jag lärt känna människor som bor i hela världen tack vare vårt intresse för spel. När man spelar med varandra 12 timmar per dygn så hinner man tala om allt mellan himmel och jord, många av mina wowspelande vänner är numer några av mina närmaste vänner.

Det är inte bara de sociala online-spelen och communitysarna som givit mig goda vänner för livet utan även sociala microplatser som Bloggy & Twitter. Dessa microbloggar har tagit det sociala nätverkandet till en helt ny nivå, dels träffas man face to face i olika slags tweetups. Man håller även kontakten efteråt på ett helt annat sätt än vad man gjort tidigare. Man samlar inte längre på coola visitkort i olika vita färger, nu samlar man på twitternamn och kontakter på facebook. Den sociala webben ger oss möjligheter att skapa och hålla kontakten med folk, dom som gnäller på att du är osocial när du sitter vid datorn timmar i sträck har helt fel. Vi är socialare än någonsin!

Therese Göterheim, multimediatedagog och grundare av Wordpress-communityt WPGirls. Therese jobbar som social media-coach på egna företaget Widazol.se samt som projektledare på North Kingdom & Improve.

Twitter: @tesas | Telefon: 0730 61 24 58 | Mejl: widazol@gmail.com



Kerstins nya Spotifykonto har verkligen
livat upp dansträffarna i folkparken.

Lögnernas död

David Hall

@moonhouse

Ungdomarna använder inte Twitter. De unga använder inte Facebook. Bilddagboken är ute. Vuxna tittar sig oroligt omkring och undrar var den yngre generationen befinner sig när de är på nätet.

I en diskussion över en lunch förra sommaren någon vecka före första SSWC diskuterade vi, jag och fyra andra Twitter-användare, staden vi befann oss i, Sundsvall. Utöver att prata om Media Markt kom vi in på utanförskap i såväl den riktiga som digitala världen. Städer som Sundsvall är för små för att alla de unga utanför normen ska kunna hitta likasinnade. I bästa fall kan man finna vänner i personer som har just utanförskapet gemensamt. När då Internet gjort sitt intåg i de svenska hemmen framställs det som något hemskt som drabbat ungdomarna. Nätet, liksom mobiltelefoner, är enligt kritiker en kanal för mobbning, våld och övergrepp. Att det samtidigt ger en betydande grupp unga möjlighet att komma i kontakt med andra personer som tänker vidare än fotbollar, mopeder och hårsprej är något som inte ens beaktas.

Den negativa aspekt av sociala nätverk på webben jag själv drabbats mest av känslomässigt är ett mönster man känner igen från skolvärldens mobbning. Att bli lämnad utanför, bli ignorerad och därmed känna sig än mer ensam än om man verkligen varit ensam, kan inte bara ske på skolgården, i skolkorridoren eller på väg hem. Som en kommunikationskanal fungerar även nätet bra för att förmedla just ingenting eller känslor av intet.

Det kan vara att se någon logga in på något av instant messaging-nätverken, skicka ett meddelande till denne och se detta förbli obesvarat när samma person loggar ut ett par timmar senare. Tydligare

blir det förstås på Twitter där man kan se att svar skickas till andra personer samtidigt som man själv lämnas utanför.

Det kan vara att se kontakter på Facebook sinsemellan kommentera tillställningar de varit på men som man själv inte blivit bjuden till trots att man tycker sig ingå i samma krets av människor.

Även om jag försöker intala mig själv att det mest är motpartens förlust blir det svårt när det är personer jag tycker om och det blir uppenbart att det inte är ömsesidigt. Jag vet inte vilken liknelse man ska ha för sociala medier: megafon, smörjmedel för kommunikation eller något annat, men mängden data som överförs mellan personer (antingen avsiktligt eller oavsiktligt) blir större och det är svårt att få kontroll över vilka signaler man sänder och vilka alla mottagarna är.

Exkluderande kan också yttra sig i länkar till stängda ställen (eller för den delen att offentligt antyda hemligheter som man har gemensamt med ett fåtal).

Och så finns det så många ställen att bli dissad på: Jaiku, Twitter, bloggar, Flickr, 43things, Plaxo, last.fm, LinkedIn, ... – eller så kan jag aggregera alla dissningar på Friendfeed. Kanske är vägen ut tvärtom att kunna filtrera alla dessa ställen. Om inte annat får man göra det mentalt – skriva av personerna från den mentala vänlistan.

Ibland kan jag undra om det till och med inte är bättre att bli regelrätt blockad, vilket jag blev av en person på Facebook som jag inte ens hade som kontakt. Det hade säkert fungerat utmärkt och man hade sluppit bli påmind om att man var ignorerad om det inte varit för att det gör sig påmind på lite märkliga sätt ibland. Kommentaren från personen som fanns på en gemensam väns klotterplank syns ena dagen och är borta nästkommande dag. Facebooks Event-del kan tala om att 33 personer OSA:t "Maybe" men när man klickar för att se listan visas 32 personer (tills man skaffar ett andra konto och kan se den 33:e, blockande, personen). När faktumet att man aktivt blir blockerad av någon går upp för en är det förstås ännu värre känslomässigt än om man bara blir ignorerad.

Om nu mellanstadieskolorna ska agera teknikneutralt får de i likhet med att påtvinga eleverna att bjuda in alla klasskamrater till

födelsedagskalas om de har med sig inbjudningskort till skolan även se till att alla elever accepterar alla klasskamrater på sociala nätverks-sajter. För oss vuxna är det möjligt att problemet inte löses förrän DN:s folkvettsexpert Magdalena Ribbing gör sin efterlängtade utveckling om digital etikett. (Hon skulle antagligen säga att ett ”maybe”-svar är *no-no*.) För ärligt talat vet jag inte hur jag ska göra. Jag skulle kunna avstå från att logga in på Facebook, vilket jag gjorde någon vecka i november 2008, men det är också en kanal där jag har kontakt med vänner jag fortsatt vill ha kontakt med inklusive min närmaste familj. Samtidigt vill jag inte avsäga bekantskapen med de jag får uppfattningen av att ignorera mig med risk för att själv ge samma signaler till de som bara inte haft tid att hålla kontakten och föda en negativ spiral av missförstånd. När man inte blir inbjuden kastas man tillbaka till ensamheten vid skoldanserna och i skolkorridorerna.

Det är möjligt att nätets transparens faktiskt leder till gott även för de här situationerna. Öppenheten kanske gör det svårare att hålla sig med vita eller grå lögner för att utesluta personer. Olika syn på vad vänskap är och var gränsen för att bli vän med någon på ett socialt nätverk kan också ge signalen att man är mindre värd med sina 100 vänner när andra har sju gånger så många. Fast vet man inte med sig att man klarar av att hålla hundratals personer nöjda kanske man ska hålla sig borta från nätverken och istället koncentrera sig på de man klarar av över telefon och öga mot öga.

Relationer som tidigare bara hade förtvinat ligger nu kvar på de sociala nätverken och man kan få ständig påminnelse om personer vars liv gått en annan väg och trycker på egna tillkortakommanden.

Slutet av denna text är baserad på respons från Annika Lidne, Andreas Ehn, Erik Starck, Svante Adermark, Christian Nilsson och Niclas Strandh.

Texten finns publicerad på:

<http://www.moonhouse.se/posts/om-jag-inte-syns-ar-det-for-att-jag-inte-finns.dpg>

http://korta.nu/sswc10_43

David Hall är civilingenjör i medieteknik och har sedan augusti 2003 bloggat på moonhouse.se om teknik, medier och digital kultur. Han är doktorand i datalogi och jobbar för tillfället som systemutvecklare på TV4.

Blogg: moonhouse.se | Mejl: david@dpg.se | Twitter: @moonhouse

Varför besöker du SSWC?

Ulrika Hall

@UlrikaHall

Kanske du är ny i branschen och vill lära känna nya kollegor snabbt.

Kanske du redan har grymma vänner men vill lära känna fler.

Kanske du inte tycker om att känna dig vilsen i diskussioner om sociala medier & nätet.

Kanske du bara vill lära känna fler att utbyta idéer med.

Kanske du vill lära känna nya vänner du kan träffa på fritiden.

Kanske du saknar vänner utanför arbetet/skolan som delar ditt intresse för sociala medier & nätet.

Kanske dina facebook-vänner inte delar ditt intresse för sociala medier & nätet.

Kanske du vill ha mer diskussioner om sociala medier & nätet på twitter.

Kanske du bara vill ha vänner du kan ringa och fråga, ”what are you doing?”

Då är SSWC för dig!

Ulrika Hall, en liten blond webbdesigner som bor i Sockholm, gillar öppen källkod, CC-licenser och att ”snacka” i sociala medier.

Twitter: @UlrikaHall | Sajt: www.irum.se

Tidningstweets en fredagsmorgon

Emanuel Hallklint

@emanuel

Besviken på #dn. Hade i går en bra Ledare /signerat om sociala medier, men hittar man den på dn.se? Nej.

8:18 PM Jun 18th via Twitter for iPhone

Vem blir först med URL:er brevid artiklarna i papperstidningen?

@dagensnyheter ? @SvDse ?

8:23 PM Jun 18th via Twitter for iPhone

Heter Emanuel Hallklint och jobbar med webb på Järna Kommunikation. Har ögonen öppna för den nya webben.

Twitter: @emanuel | Blogg: hallklint.se

Ansvaret gentemot sig själv att följa sina drömmar

Heidi Harman

@heidiharman

Nästan varje startup börjar med ett svar på något som är ofullständigt, något som kan göras bättre eller något som inte finns. Man finner en lösning på det ofullständiga eller så skapar man något som man själv behöver och vill testa. Har man tur lyckas man tillföra substansfullt värde.

Det krävs att man lyssnar mer till sig själv, och mindre på annat samtidigt som man är uppmärksam på sina behov och undviker bekvämlighetsfällan. Oavsett om det är en egen byrå man vill starta eller en egen startup, så är det viktigt att dividera med sig själv – gör jag detta för mig själv, eller för andra? Vem blir nöjd, vem blir glad, vem blir jag omtyckt av om jag gör detta? Gör jag det för att jag inte kan låta bli, för att jag anser att det saknas något väsentligt i världen? Kan jag låta världen gå vidare utan detta? Stannar tiden när jag jobbar med detta?

”Strategi är att säga nej”, säger Tom Kosnik, PhD på Stanford, på en föreläsning jag deltog i hösten 2009. Han har så rätt, för det är så enkelt att säga ja till allt – gå på alla happenings, på alla fester, slänga in en feature till i sin tjänst. Men Less är More, och det svåra är att ta bort en feature, välja bort en fest, säga nej till ett välbetalt jobb, trotsa sin omgivning när man säger upp sig under lågkonkan. ”Du ska väl inte säga nej till ett välbetalt jobb?” frågar en del, men det beror ju på vad man försakar förstås. Vad är din dröm värd? Vågar du sätta en prislapp på att inte genomföra den? Kommer pengarna du tjänar när du inte genomför din dröm att vara värda lika mycket? Det du

ger uppmärksamhet växer, och det är då du vet svaret på 37 Signals eminenta fråga: ”Do you want it bad enough?”¹

Konsten är att finna sin stil i vardagen. Vi finner andras uttrampade stil varje dag, på folks Twitter, Facebookprofiler, på deras bloggar, men främst genom deras verk, deras världsförbättrande livsdrömmar som de valt att aktivt förverkliga. Verken de lät bli att gå ut för, verken de slutade att kolla på tv för och nyttjade timmarna till att programmera. Det finns inga ursäkter att skjuta på sina drömmar. Så länge du är frisk, så kan du alltid börja skriva en novell innan du börjar skriva en bok, bara för att det är så kul att du inte kan låta bli.

Jag hade en föreläsare² som sa, att vi satt på hennes föreläsning och dog. Vid föreläsningens slut skulle vi vara 3 timmar närmare döden. Det må låta morbida, sa hon, men hon uppmanade oss att om vi hade något viktigare för oss de närmaste 3 timmarna skulle vi gå och göra det. Alla stannade kvar. Tillsammans med henne tog vi på oss möjlighetsglasögonen och börja tänkte på vad i livet som är värt att dö för, för att vi i praktiken skulle spendera stora delar av vårt liv med att jobba antingen för våra drömmar eller för andras. Varför inte välja det som vi tyckte var absolut viktigast och mest meningsfullt?

På Kaospiloternas 3:e våning, i hallutrymmet innan man klättrar upp på taket, sitter citatet: ”Give your brain as much attention as you do your hair and you’ll be a thousand times better off” (Malcolm X), vilket alltid påminner mig om att det inte finns några ursäkter. Det handlar om att välja att stanna hemma de där nätterna istället för att gå ut, en dag av helgen eller kanske varannan helg? Man tar eget ansvar för genomförandet av sina drömmar. Antingen sitter man på stranden och tittar på medan de andra surfar eller så nöter man våg efter våg tills man tar sin första sweetaste våg, för att sedan avancera.

Varsågod, testa att göra det du drömmer om, det är tvekan som dödar dig.

Fotnoter:

1. Ett kapitel i boken ReWork, uppföljaren till Getting Real.
2. Kaospiloterna.

Heidi Harman är Kaospilot och en av de yngsta som fått uppfinnaranslag från Vinnova för start-upen RunAlong.se som är byggd med användardriven utveckling. Heidi är även grundare av GeekGirlMeetup.com – en konferens för tjejer, om webb, kod och affärsutveckling med syfte att skapa fler kvinnliga förebilder inom teknikbranschen.

Blogg: heidiharman.com | Twitter: [@heidiharman](https://twitter.com/heidiharman)

Museer och sociala medier

Kajsa Hartig

@kajsaartig

Tänk dig att du tar upp din mobiltelefon på museet, kopplar in dig på det trådlösa nätverket och laddar ner en bild av ett par skor som du ser i utställningen om klädmode genom tiderna. Med bilden kommer en film om skorna, när de tillverkades, vad de är gjorda av och vem som har burit dem. På konstmuseet laddar du sedan ner porträtt av skornas ägare och på biblioteket boken om skomode.

Hemma laddar du över bilder, texter och filmer i din dator, använder dem i en uppsats i skolan, använder dem i ett föredrag, eller skriver ut ett fotografi och sätter upp på väggen. Kanske har du redan skickat bilden på skorna till din kompis.

I museet kan du också betygssätta skorna – är de favoriter eller rentav tråkiga? Eller varför inte betygssätta hela utställningen direkt via mobilen. Du kan se vilken utställning som dina kompisar gillar bäst eller vilka skor som är populärast. Du kan också bidra till utställningen genom att ladda upp bilder på dina egna skor via Flickr, och du ser bilden i museet i realtid. I mobilen kan du se filmer med extramaterial från utställningen i din mobil.

Allt detta är ganska grundläggande tjänster som är tekniskt möjliga idag. Men möjligheterna är oändliga. Sociala medier öppnar för innovativa sätt att förmedla och konsumera kulturarvet, dvs både sociala medier som faktiska tjänster men också som nya sätt att bedriva en verksamhet – dela med sig, föra en pågående dialog, lyssna, samarbeta.

Fortfarande är många kulturarvsinstitutioner, arkiv, bibliotek och museer, i en undersökande fas, där man experimenterar med sociala medier, främst i kontakten med användarna. Museu Picasso i Bar-

celona, Brooklyn Museum i New York och Powerhouse Museum i Sydney är några exempel på museer som leder utvecklingen och som inte längre enbart experimenterar.

Till exempel används tjänster som Flickr för att stärka relationen med besökarna, man förmedlar nyheter via Twitter, man låter användarna kommentera innehåll, dela med sig av sina favoriter i samlingarna, osv. Andra använder crowdsourcing för att samla innehåll och bygga relationer.

Varför är sociala medier särskilt intressanta i kulturarvssektorn? Museer har, per definition, alltid samlingar. Det är objekt (till exempel en dräkt, en plog, en stenyx eller ett fotografi) som utgör spår, som vi genom åren tolkar och omtolkar för att lära oss om vår historia och om vår samtid. Arkiv och bibliotek har enligt svensk lagstiftning skyldighet att samla dokument och tryckta texter. De har med andra ord en enorm kunskapsbank att förvalta och förmedla, en resurs till vilken sociala medier öppnar nya vägar.

I alla delar av kulturarvsinstitutionernas verksamhet finns möjlighet att effektivisera och utveckla arbetet med hjälp av sociala medier. Men precis som inom andra branscher krävs en förändring där kompetensprofiler och kunskapskapital måste förändras. Organisationsprocesser måste anpassas till det nya informationsflöde som genereras genom effektiv användning av sociala medier.

Hur når vi dit? Genom samarbete, öppenhet (ha en dialog med användare och kollegor), lära av varandra (även andra branscher), och genom att inte glömma någon del av organisationen när man tar steget in den nya fas som implementering av sociala medier innebär. Framförallt behövs en övergripande strategi, som inte enbart handlar om policies och riktlinjer för personalens användning av sociala medier, utan som omfattar verksamhetens alla delar. Det handlar om att förändra arbetssätt och rutiner så att tjänsterna bidrar till utvecklingen, dvs ger synliga mätbara resultat. Då byggs en bestående kunskaps- och kommunikationsplattform som blir fundamentet för vidare utveckling av verksamheten.

Vad blir så nästa steg? När vi väl byggt upp en kommunikationsplattform där användarna/besökarna blir en naturlig del, kommer

de bästa idéerna att uppstå i mötet mellan människa och kunskapsbank. Då gäller det att ta vara på dessa idéer, dela med sig och låta andra organisationer delta i utvecklingen, och att sedan inte tveka att ta del av andras resultat, remixa och vidareutveckla, allt i en pågående process. Då först blir kulturarvet, kunskapsbanken, en levande del av samhället och inte längre en trots allt till stor del dammsamlade låda i museet, arkivet eller biblioteket.

Kajsa Hartig, anställd inom kulturarvssektorn sedan 1996. Arbetar idag i huvudsak med kulturhistorisk fotografi, men har en stor passion för förmedling av kulturarvet digitalt. Har producerat digitalt kulturarv för olika kanaler. Deltar som domare i den internationella tävlingen Museums and the Web sedan tre år tillbaka.

Mejl: kajساهartig@gmail.com | Twitter: @kajساهartig

Bekännelser från en museinörd

Matthieu Hartig

@MattHartig

Jag är en museinörd. Så länge jag kan minnas har jag alltid trivts i museernas egendomliga värld. Min hemstads åldrade naturhistoriska museum, Louvren i Paris eller ett ultradesignat konstgalleri. Alla dessa rum där man strosar igenom, går i rask takt, samlar intryck i eller botaniserar bland konstverk och artefakter... Skabbiga uppstoppade fåglar, pompösa målningar, putsade maskiner, numrerade dinosaurieben, sigill och kartor, alla verkar vänta på besökaren och be om en smula uppmärksamhet. Ibland stolta med en flock av beundrare, ibland små desperata, bortglömda i ett hörn. Alla har en saga att berätta. Alla gör det inte.

Jag gillar tanken på att en expert har valt ut för mig det som han eller hon tyckte var mest intressant, och presenterat det så att jag ska smälta det i en ögonblick. Vad jag gillar ännu mer är att själv kunna välja var jag vill stanna och fördjupa mig, utveckla en egen relation, göra föremålet till mitt. Jag har till och med mitt eget museum hemma, på min dator, en samling av bilder av mina favoritkonstverk, föremål, byggnader, texter, reklam, gatukonst...

Men ju mer tiden går, desto mer förvirrad blir jag i min relation till museer. Världen har förändrats radikalt de senaste åren, och så har museer. Det blir helt befogat att ställa sig frågan om vad är ett museum idag? Ett besöksmål med lönsamhet som främsta syfte? Ett tidsfördriv för pensionärer, skolklasser och barnfamiljer? En lekstuga för nördar? En sandlåda för kulturpolitiker? Kunskapens, estetikens och sanningens heliga tempel? Ett tryggt gömställe för skatter att

samla damm? Eller den allmänna ingången till vår gemensamma kultur? En auktoritär röst eller arenan för debatt? Är museet en plats för upplevelser, underhållning eller bildning, ingetdera eller alla tre? Framförallt, vad är platsen för museer i vårt digitala samhälle idag? Är museet för webben och Wikipedia vad dagspressen är för news-feeds, en obsolet men trevlig, anrikad tradition?

Behöver vi museer överhuvudtaget? En sådan fråga kan för vissa tyckas vara provocerande, eller för andra redan avgjord för länge sedan. Samtidigt är museer inga slutna världar med monopol på kulturarvet, som de en gång varit. Konkurrens och engagemang har i vår tid aldrig varit starkare och bredare. Vi lever i en tid av immaterialisering, specialisering och globalisering, där allt och alla blir alltmer transparenta, tillgängliga och beroende av varandra.

Tack vare de senaste årens teknologiska utveckling har museer större möjligheter än någonsin att nå ut med sin marknadsföring, interagera med och engagera publiken, samarbeta med andra institutioner lokalt som internationellt, och effektivisera sitt arbete med utställningar, forskning och bevarande av samlingar.

Trots att museer borde vara först av alla att omfamna innovationer, ligger de idag oftast långt efter näringslivet. Användningen av sociala medier är fortfarande på ett experimentellt stadium, input från publiken minimalt. Jag finner också symptomatiskt att medan Sveriges digitala produktionsbyråer och kommunikationsbyråer sedan många år skördar internationella priser, har knappt en enda av dem anlitats av svenska museer. Klyftan mellan museernas självbild, vad de faktiskt levererar och vad vi förväntar oss av dem har vuxit, så att många institutioner inte längre vet vem deras publik är och vad den vill.

Jag är övertygad om att mervärdet i museer finns i att möjliggöra upplevelsen, berätta, ge en mening, en kontext (kontext är ju kungen!) och att museer kan vara relevanta även utanför det fysiska rummet, bortom de få timmar vi ägnar åt ett museibesök.

Det som behövs är inte bara en omdefiniering av museernas roll utan också av deras ambitioner. Det krävs en intern kulturrevolution där inte längre institutioner utan publiken står i centrum. Det

som är grundläggande för vilken marknadsförare eller varumärkesutvecklare som helst, doftar fortfarande revolution för många museiledare. Dennes prioritet borde vara att svara på följande frågor:

- Hur ska kulturarvet förmedlas mer på användarnas villkor?
- Hur gör man innehållet meningsfullt för publiken och i vilken grad är man beredd att göra publiken delaktig?
- Vilka relationer önskar museer utveckla med sin publik?
- Hur och var hittar man kompetens för att genomföra ändringarna som svaren till frågorna ovan kommer att kräva?

En sak är i alla fall säker att hela museibranschen står framför den mest spännande och kreativa fasen i sin utveckling hittills.

Matthieu Hartig, frilansande webbstrateg och kommunikationskonsult. Utbildad vid Grafiska Institutet och har även läst Interaktiv kommunikation vid Berghs School of Communication. F.d. konsult i logistik, har drivit webbyrå i Toulouse, Frankrike under början av 2000-talet. Har en passion för museer och vin.

Mejl: matt@hartig.se | Twitter: [@matthartig](https://twitter.com/matthartig) | Blogg: hartig.se

Är du lycklig, lilla vän?

Anna Hass

@glimra

Tält, bastuflotte, ifånar, gemenskap. Samtal hela natten under bar himmel. Fågelkvitter och fårtramp i gryningen.

Lycka.

Är det bara jag som känner en svag doft av dåligt samvete för att ge mig hän åt något som gör mig lycklig? Alltså, jag inser absolut värdet av att njuta ibland, men ändå finns där lite Luther i mig. Jag måste genast tänka att sen, efter SSWC, då blir det höst, och då ska jag minsann arbeta duktigt och göra annat än att vara lycklig, annat än det roligaste i jobbet; då ska jag göra vettiga saker, som istället är bra för min ekonomi.

Men ju mer jag funderar, desto mer säker blir jag på att lycka inte står i motsats till en god ekonomi, utan troligare bidrar till den. Och jag tänker att det vore skönt att bevisa det här för våra kunder, så att vi fick göra ännu fler roliga saker i jobbet. För ju mer jag ser efter, hittar jag fler tydliga ekonomiska argument, även för sådant som känns värdefullt bara i sig själv.

Saker som är härliga eller moraliskt bra kan faktiskt samtidigt vara ekonomiskt smarta. Så det så, Luther!

Ett exempel: Som språkkonsult jobbar jag bland annat med att stödja organisationer i att följa språklagen. Lagen säger att myndigheter måste skriva vårdat, enkelt och begripligt. Men jag tycker att de borde skriva begripligt inte bara för att följa lagen. Det ger ju också medborgarna ett bättre bemötande, och inte minst är det ett smart ekonomiskt drag att se till att texterna är effektiva, så att verksamheten flyter smidigt, både internt och externt.

Ett annat exempel hittade jag i DN häromdagen: Ett barnlöst par

får assisterad befruktning betald av landstinget, så att de kan få ett barn. Men sedan får de inte hjälp att få ett syskon. Visst, man kan diskutera om det är en rättighet att få ett första respektive ett andra barn. Men det finns tydliga ekonomiska aspekter: Den som inte kan få ett andra barn blir ofta deprimerad, och många depressioner leder till dyra sjukskrivningar. Dessutom kommer en barnmorska i texten med en oväntad kommentar: ”Landstinget borde bekosta ett syskon. Krasst ekonomiskt är detta lönsamt. Kostnaden per barn är cirka 250 000 kronor. Det är en låg utgift i förhållande till att varje svensk i snitt beräknas bidra med 18 miljoner kronor under sin livstid.” Se där en kombination av lycka och ekonomi!

För bara ett människoliv sedan såg människors tillvaro ofattbart annorlunda ut här i Sverige. Kerstin Thorvall berättar i ”När man skjuter arbetare ...” om sin mormor, som la undan wienerbröden hon fick tills de var torra, för att hon inte kunde förmå sig att njuta av dem färska. Om man kände stunder av lycka var det dags att akta sig, för då var det troligen djävulen som höll på att locka in en i något syndigt. Och att trivas på arbetet var en absurd tanke. Arbetade gjorde man för att man måste, livet skulle vara en jämmerdal, och belöningen var att komma till himlen när man dog. Och dog gjorde man ofta just på jobbet; Thorvalls morfar var skogsarbetare, och med jämna mellanrum var det någon stor tall som föll åt fel håll.

Med det i åtanke skulle ju vi SSWC-nördar kunna börja skämmas för de i-landsproblem vi lägger tankekraft på idag, som att det är trist att jag inte kan köpa varenda ny pryl som skulle göra mig lite lyckligare på jobbet. Eller så kanske vi ska konstatera att sökandet efter lyckan inte bara är en trevlig lyx, utan ett sätt att bli ännu mer lönsam.

I Bhutan är man något på spåren, tror jag. De mäter inte bara landets BNP, utan också landets BNL, bruttonationallyckan¹, för de tycker att ett lands framgång måste bedömas utifrån mer än ekonomin. De mäter bland annat faktorer som känslor av lugn, medkänsla, generositet, själviskhet, avundsjuka och frustration, och frivilligarbete och meditation. De tar fram siffror på hur det står till i landet med psykiskt välbefinnande, ekologi, hälsa, utbildning, kul-

tur, levnadsstandard, tidsutnyttjande, samhällelig livskraft och gott styre.

Och här i Sverige har vi faktiskt ett ambitiöst folkhälsoinstitut, som mäter hur aktiva folk är i föreningar och liknande gemenskaper, som en av indikatorerna på hur god hälsa de har. Sedan kan vi ju lätt dra kopplingen från folks hälsa via sjukskrivningar till företagens lönsamhet, och vidare till nationalekonomin.

Så gemenskapen vi bygger med varandra, och mellan våra arbetsgivare eller kunder och deras kunder, är inte bara trevlig utan lönsam. Och såklart kan sociala medier bli en viktig del i att bygga gemenskap och därmed göra folk lite lyckligare – inte bara oss som arbetar med dem.

Som Gary Vaynerchuk reagerade på frågan ”What’s the return of investment of social media?”: ”I don’t know, fuck face, what’s the return of investment of having a real relationship?” Sanningen är nog att vi blir både lyckligare och lönsammare. Samtidigt. (Bra va!)

Så jag åker till SSWC för att njuta järnet för min egen del, och känner mig samtidigt helt säker på att det inte bara är bra för mig, utan bra för mitt företag, bra för mina kunder och bra för Sverige.

Fotnot:

1. Bhutans index och indikatorer för nationell lycka:

<http://www.grossnationalhappiness.com>

Texten finns publicerad på:

<http://glimrandeglimtar.blogspot.com/2010/07/ar-du-lycklig-lillavan.html>

http://korta.nu/sswc10_44

Anna Hass, @glimra, är textmänniska och tror att den som är engagerad och bryr sig kommer längst. Hon bloggar på glimrandeglimtar.blogspot.com. Anna Hass driver Expressiva, @expressiva_ab, som kvalitetsäkrar kommunikation, skriver och redigerar texter, planerar och tar fram webb samt utbildar skribenter och redaktörer.

Det handlar om att våga

Thord Daniel Hedengren

@tdhse

Att lyckas, ett synnerligen subjektivt begrepp i sig, handlar ofta om flera saker. Tur blandas med skicklighet, flit och talang, samt inte minst efterfrågan på vad det nu är du drömmer om att lyckas med. Men innan man ens kan komma till punkten att faktiskt lyckas – och jag använder ordet lössläppt här – så måste man överkomma den för många största tröskeln.

Nämligen att våga försöka.

Jag tycker, på många plan, att jag har lyckats. Sedan 1998 har jag drivit eget företag, jag har levt på sidor om tv- och datorspel, något som var Dröm #2 när jag var grabb. 2002 tog jag steget vidare till annat.

Att göra en spelsajt 1996 handlade inte om att våga, det var bara ”gör” över det. Att sedan låta denna utvecklas till en affärsmodell, omogen och spretig, för att sedan spinna vidare, kan kanske tyckas vara att våga – de flesta i min omgivning pluggade ju vidare medan jag startade eget så snart jag kunde i lagens mening. För att inte tala om alla som tyckte att jag skapade drömjobbet för mig själv, att leva på att spela tv-spel, kan det bli bättre? (Ja definitivt, det är hårt och i många fall ostimulerande jobb.)

”Hur vågar du?”

Frågan kändes aldrig relevant. Då tänkte jag inte så mycket på det, idag är svaret uppenbart. Det var nämligen aldrig en fråga om att våga, jag tog ju bara min hobby och drev den vidare, som företagare. Delar av just företagandet kanske hade något med att våga, men det är det lilla i sammanhanget.

Vågade gjorde jag först 2007.

Under ett års tid hade jag följt den amerikanska bloggöfären. Mediernas utveckling på andra sidan Atlanten intresserade mig, och jag kände att Sverige i allmänhet var för litet, och Spelsverige var det definitivt. Men att ta steget, att ge sig ut i den engelskspråkiga världen för någon som inte har engelska som modersmål, det var inget lätt beslut att ta. Svenskan behärskar jag, uttrycker mig snabbt med och kan producera innehåll i med högt tempo.

Tänk om min engelska inte duger?

Tänk om det inte fungerar?

Tänk om det blir ännu en utlänning som vill vara med på blogg-tåget?

Samtidigt så puttrade mitt nätverk av spelsidor på. De mådde kanske inte bra, men det var en solid grund att stå på och alla tänkbara möjligheter att bygga vidare. Växla upp, för visst fanns det pengar på webben, då som nu, med det värsta post-dotcom ur vägen. Jag låg bra till för att bygga vidare. Det var den enkla vägen att gå, den uppenbara. Gör vad du alltid gjort, bara lite större och lite bättre.

Problemet var att det inte kändes stimulerande, eller ens utmanande. Det var aldrig en fråga om ifall jag skulle klara det.

Så jag vågade, till slut.

2007 sålde jag mina spelsajter, drog igång en engelsk blogg med enda syfte att få uppmärksamhet i den amerikanska bloggöfären.

Tre bloggposter senare var jag frilansare på (då ansedda, idag bortslarvade) The Blog Herald, vilken jag senare blev redaktör för. Jag hade kolumnistroller på design- och webbutvecklingsbloggar, och gjorde mig ett namn i WordPress-communityn.

Min engelska höll, uppenbarligen, för att skriva bloggposter.

Sedan vågade jag igen, och tackade ja till ett bokkontrakt med Wileys, vilket sedermera blev boken *Smashing WordPress: Beyond the Blog*¹. Det var ett stort steg det med, för att skriva korta, ibland spetsiga, bloggposter ställer mindre krav än en hel bok.

Engelskan höll igen.

När jag väl vågat bryta mig ur det som var säkert, att driva spelsajter i en bransch jag kunde (och kan) utan och innan, så hände allt på en gång. Tur, skicklighet, talang och så vidare – allt det där spelade

självfallet in. Om jag inte kunnat uttrycka mig eller hade haft bra idéer kring vad man kan göra med WordPress så hade jag inte kommit så här långt.

Men hade jag inte vågat försöka hade jag inte ens haft möjligheten.

Läxan är enkel: våga ta steget, helst direkt. Du ska vara förberedd, du ska ha en idé, du ska kunna genomföra den – men innan du ens är där måste du våga. Gör helst inte som jag, gå inte ett par år och vela. Min bok kunde ha varit ute betydligt tidigare, min entré på den amerikanska bloggarenan detsamma.

Jag vågade inte.

Nu vågar jag.

Därför skriver jag *Smashing WordPress Themes*, min andra bok om WordPress. Därför kommer jag testa skönlitteratur på engelska. Därför är jag inte rädd att tackla enorma projekt som WordCamp i Sverige.

Friskt vågat, hälften vunnet. Tänk att det skulle vara sant.

Fotnot:

1. <http://tdh.me/books/smashing-wordpress-beyond-the-blog/>
(http://korta.nu/sswc10_45)

Texten finns publicerad på:

<http://tdh.se/det-handlar-om-att-vaga/>

http://korta.nu/sswc10_46

Thord Daniel Hedengren är författare och WordPress-guru. Han driver bland annat webbyrån Odd Alice och har smugit sig in i Spelsverige igen med Spelbloggen.

Svensk twitter: @tdhse | Engelsk twitter: @tdhedengren | Facebook: [facebook.com/tdhftw](https://www.facebook.com/tdhftw)

Svensk blogg: tdh.se | Engelsk blogg: tdh.me | oddalice.se | spelbloggen.se



Bannern som Pettersson klickade på lovade ett 1 000 000 \$ pris
men var bara ett försök att komma åt hans bankkonto.

Sju goda skäl att låta webbmedier vara självständiga

Björn Hedensjö

@bjornhedensjo

En sak har jag lärt mig efter snart tio år på webbmedier – när det gäller webbstrategier finns inga enkla svar och inga absoluta sanningar. Förutsättningarna förändras över tid, ofta snabbt, och det som var rätt i går behöver inte vara det i dag.

Om och i vilken grad webb- och papperstidningsredaktioner ska vara integrerade eller självständiga (hur mycket webbredaktionen ska arbetsledas från pappret och hur mycket ur pappret som ska publiceras på nätet) är eviga debattämnen i Sverige och internationellt, och debatten böljar fram och tillbaka från år till år, allt beroende på det senaste goda exemplet.

För ordningens skull ska vi börja med att konstatera att få webb- och pappersredaktioner är helt integrerade eller självständiga, det är en glidande skala. Frågan inte svartvit – båda varianterna har sina fördelar och nackdelar, och självklart spelar det roll vilken tidning det handlar om. Med detta sagt så tycker jag att fördelarna med en självständig dagstidningswebb, med dagens förutsättningar, klart överväger nackdelarna – åtminstone om man har en resursstark webbredaktion. Under mina år som verksam på webbmedier har jag jobbat på redaktioner längs i stort sett hela skalan integrerad-självständig. Baserat på mina erfarenheter: Här listar jag några av uppsidorna med en självständig webb, jämfört med den integrerade varianten.

1. Webben mår bra av att arbetsledas från webben. I en integrerad redaktion blir det i praktiken så att webben med jämna mellanrum, direkt eller indirekt, styrs av papperstidningschefer som fattar

papperstidningsbeslut. Detta alldeles oavsett hur organisationsskisserna och avsikterna sett ut på förhand. Resultatet blir ofta en sämre nyhetswebb, som inte till fullo utnyttjar mediets unika möjligheter (interaktivitet, databasjournalistik, multimedia och annan webbfördjupning, med mera).

2. Organisationen mår bra av tydliga beslutsstrukturer. På integrerade redaktioner blir arbetssituationen för webbmedarbetare lätt besvärlig, eftersom de i praktiken lyder under dubbelt eller mångdubbelt chefskap (webbchef plus överordnad chef för pappret plus avdelningschefer på pappret). På en självständig webbredaktion slipper man man mängder med intressekonflikter och maktstrider som är vardag på en integrerad redaktion.

3. En självständig webb slipper bli en ”papperstidning på nätet”. Är intimt sammanlänkad med punkt ett ovan, och dessutom nära kopplad till frågan om distribution av innehållet i papperstidningen. En webbredaktion med uppdrag att publicera allt eller det mesta ur papperstidningen på nätet kommer att göra en statisk webbtidning som grafiskt och innehållsmässigt är väldigt präglad av papperstidningen.

4. En självständig webbredaktion är öppnare mot omvärlden. Om man slipper uppdraget att väldigt nära spegla “modertidningen” får man frihet att göra något mycket bättre – nämligen den *bästa tänkbara sajten för läsarna*.

5. En självständig webb kan lägga kraften på det webbunika. I mina ögon är det bättre att sätta redaktörmuskler på exempelvis en snygg webbgrafik än att pliktmässigt puffa upp en papperstext som man erfarenhetsmässigt (nätet är som bekant mycket mätbart) vet gör sig dåligt på nätet.

6. En självständig webbredaktion har bättre självförtroende än en integrerad. Insikten att webbmedier klarar att stå på egna ben och att redaktionell webbkompetens är något speciellt höjer statusen i egna och andras ögon.

7. Resultaten talar för de självständiga webbmedierna. Två svenska webbmedier utmärker sig skyhögt över alla andra när det gäller två viktiga mått: Lönsamhet och räckvidd (antal läsare) jäm-

fört med den egna papperstidningen. Dessa två är Aftonbladet.se och Di.se – och båda har byggt sin framgång under perioder av stor självständighet för både redaktion och sälj.

På DN.se, där jag är chef sedan några månader, är vi nu i färd att göra resan mot större självständighet. Men självklart ska vi inte sluta att publicera innehåll ur Dagens Nyheter. Agendasättande nyheter, recensioner och kritik, utrikesmaterial och många andra typer av artiklar – inte minst de som är särskilt relevanta för en webbpublik – ska publiceras på DN.se även fortsättningsvis. Vi ska också fortsatt lyfta DN:s profiler på nätet och göra en webbsatsning på bildjournalistik, opinion och debatt, för att nämna något.

Riktmärket är att publicera ungefär 30 procent av papprets innehåll på nätet, ett mål vi nästan nått redan nu (detta, ska tilläggas, helt utan negativa reaktioner från läsarna och med en färsk rekordnotering vad gäller trafiken). Jag gissar att det också är mycket nära den nivå som flera andra dagstidningar ligger på, exempelvis Expressen och Aftonbladet (återstår att se om någon orkar inleda korståg mot deras webbstrategi). Ingen dramatik alltså – DN.se ska fortsätta att vara en kvalitetssajt med bredd och djup.

De senaste månaderna har jag haft förmånen att jobba med mycket professionella webbjournalister och utvecklare, och jag kan försäkra att vi inte kommer att vara ett dugg defensiva i vårt arbete med DN.se – nu ska en bra sajt bli ännu bättre (se punkt 1-7 ovan). Håll utkik.

Texten finns publicerad på:

<http://samesamebutdifferent.se/2010/01/28/sju-goda-skal-att-lata-webbmedier-vara-sjalvstandiga/>

http://korta.nu/sswc10_47

Björn Hedensjö är 34 år gammal. Utvecklingsoptimistisk musik- och bokälskare med ett stort intresse för medier och entreprenörskap. Har jobbat med webbmedier i snart tio år som chef, redaktör och reporter. Han är idag redaktionschef på dn.se.

Twitter: @bjornhedensjo | Mejl: bjorn.hedensjo@gmail.com

Business, dating and protesting – how social media is changing everything

Kristin Heinonen

@kristinheinonen

17 augusti 2009

In a couple of days over 250 people will gather at Sweden Social Web Camp to discuss the future and the impact of the social web.

A lot of the discussion on web development is technology focused. And of course, the technology behind WordPress, Facebook and Twitter are crucial in the sense that they provide ordinary people with a technical infrastructure which is so easy to use that you can connect with anyone at anytime, be it for professional or private reasons.

But I sometimes find it hard to explain to people outside of the web debate just how profoundly I believe that social media, and how social media teaches us to connect with people, is going to change the way we live. The closest thing I can think of as a comparison is the arrival of the car.

The social infrastructure that evolves right now through social media will have the same cultural impact on society as when cars were made available to the common man.

Let me explain. When the car was made available to anyone by Ford, it was in many ways also just a technical invention. But it was the way the car liberated our way of living that made a profound social impact.

Suddenly you could commute comfortably from green and leafy suburbs. Mass tourism was made possible. We got drive-in bingos, movies and restaurants and what-not. We changed our shopping patterns. Because of our social creativity using the car we now live, shop, work, do business and travel differently than before.

When the technology and infrastructure became commonplace, the car was only the technical vessel that enabled us humans to interact in new ways and in new places, creating new business opportunities, cultures and lifestyles.

Looking back through history, any technical invention that allows us to connect in new ways has had a strong societal impact, such as the railways or the telephone. We are already seeing similar signs of change with the phenomena we call social media.

People are using it to organize and protest in censored and closed societies. We are influencing our friends and being influenced ourselves on what to read, buy and where to travel. We are connecting with people with similar interests on a global scale and finding jobs, houses and partners on the web.

Clay Shirky said that “*Technology becomes socially interesting only once it has become technologically boring*”. We have long spoken of the information highway, but what is built *on top* of that highway is profoundly more interesting. It is a social infrastructure, a highway which transports ideas, knowledge and innovation at a fraction of the time and cost compared to before.

We will still do business, shop, fall in love and travel, but we will be doing all of these things in an increasingly different way, using the web as a facilitator to solve every-day situations.

Things will be different. And the factor driving this change is not mainly technology, but people.

Texten finns publicerad på:

<http://mindpark.se/business-dating-and-protesting-how-social-media-is-changing-everything/>

http://korta.nu/sswc10_48

Kristin Heinonen är tillsammans med Tomas Wennström arrangör av Sweden Social Web Camp. Kristin är internetstrateg på Good Old. Driver också podcasten whatsnext.se.

Mejl: kristin.heinonen@goodold.se | Twitter: [@kristinheinonen](https://twitter.com/kristinheinonen) |
Telefon: 0768-942656

Det lilla förlaget som växte upp på den sociala webben

Niclas Holmqvist

@nollpunkt

Johanna Daehli och Helén Enqvist startade Sekwa förlag 2006 utan ekonomiska resurser och utan lån. Till en början fanns det inte ens några böcker förstås, bara en tydlig nisch och en nyfikenhet på att prova alternativa vägar för att nå ut.

Johanna och Helén bestämde sig från start för att satsa smalt. Att nischa sig ökar chansen att synas och höras. Inriktningen blir franskspråkig litteratur, eftersom Helén är översättare från franska, och kvinnliga författare, eftersom det finns så många bra som inte når utanför det franska språkområdet. De vinner sällan pris och har därmed också sämre chans att väljas ut för översättning.

Under första året produceras en enda bok. Det fanns ingen budget för marknadsföring och i vilket fall som helst inget att marknadsföra förrän boken var färdig. En bok som man inte kan läsa direkt är väldigt svår att sälja. Så var börjar man?

När förlaget gav ut sin första bok i februari 2007 var den sociala webben på väg mot ett genombrott. Bloggarna orsakade bloggbävningar, Facebook slog igenom på bred front och Twitter blev kanalen som alla älskade att förkasta. På Jaiku bubblade redan majoriteten av deltagarna på första SSWC. Sekwa fanns där och undrade stilla var alla de andra förlagen höll hus.

Att förlaget skulle ha en webbplats var självklart. Vi pratar 2006. Vad den skulle användas till var dimmigare. Någonstans att hänvisa till för aktuell information om förlaget, bien sûr, om böckerna och författarna. Eftersom jag arbetade som webbredaktör och dessutom

är sambo med Helén, och därmed billigast, fick jag uppdraget. Första versionen var en enkel html-sida. För att få lite aktivitet på sidan fick sidan nyhetsposter på bloggmanér med den senaste nyheten högst upp. På så sätt kunde vi redovisa saker som hände runt förlaget, saker som var spännande, för det är spännande att vara med och starta ett förlag och se böckerna växa fram. Det hoppades vi att andra också skulle tycka. Därmed var det också bäddat för att andra versionen, som släpptes i juni 2007, skulle bli en blogg på riktigt. Den byggdes i Typepad, det gick att dela artiklar, kommentera dem och prenumrera på rss via feedburner. För det var så man gjorde.

Många faktorer bidrog till att Sekwa lyckades etablera sig på den sociala webben. Förläggarna var beredda att prova det mesta – facebooks, twittra, flickra etc. – på ganska lösa grunder. De gav mig fria händer för experiment. Eventuella risker för ett spirande varumärke fanns inte riktigt med i kalkylen. Jag hade gott om tid, föräldraleddig med en dotter som vägrade sova någon annanstans än på min vänsterarm, och när saker inte får kosta något är fri tid guld värd. Inspirerade av stämningen på Jaiku och med en viss okunskap om vad som egentligen förväntas av ett bokförlag, började vi utforska den sociala webben. För att den verkade vara ett alternativ.

Det sociala förlaget

Vi bestämde att det var viktigt att förlaget inte bara hade ett skyltfönster på webben utan även levde där. När förlagets böcker började recenserars, av traditionella medier och bokbloggar, lärde vi oss att snabbt söka upp dem och länka. Vi kommenterade och förde en aktiv dialog om böcker, förlag och läsande. Och det gällde inte bara bra recensioner och andra hyllningar. Vi länkade och visade vägen även till sämre recensioner och rena sågningar, vi var öppna för kommentarer, diskuterade och svarade på frågor och kritik öppet. Vi skrev om processen att ge ut böcker, om bokmässor, om fransk kultur och annat som inte direkt handlade om förlaget. Tanken var att det här skulle stärka förlagets identitet och trovärdighet, och visa att förlaget har stark tilltro till sin egen utgivning och inte var så där navelskådande introverta som företag ofta blir i sin kommunikation.

En nyhet som blev ett inlägg på bloggen kunde lika gärna vara någon annans; en artikel i Svensk Bokhandel om översatt litteratur eller en notis i DN om ett bokcafé i Paris. Google, RSS, Twingly och de sociala nätverken blev viktiga arbetsredskap. Säljande marknadsföring och envägskommunikation fick hålla sig i branschens minsta gemensamma nämnare, SvB:s kataloger, bokmässan, säljare och distributörer. Förlaget, verksamheten och varumärket växte till sig sammanflätat med den sociala webben, ett samspel mellan den mer traditionella förlagsverksamheten (rättigheter, översättning, sättning, omslag, releasefester, telefonsamtal med distributörer, mingel på bokmässan, författarträffar, möten med branschföreningar etc.) och den onlinenärvaro som förlaget byggde upp i olika kanaler. Vi pratade Twitter med DI, översatt litteratur med DN och länkekonomi med SvB. Telefonen eller Facebook, det är same same.

Jaiku var en vänlig miljö för att lära sig om sociala medier, fullt av hjälpsamma och kunniga människor och ett trevligt klimat. Som marknadsföringskanal var den inte särskilt användbar. Det var social omvärldsbevakning och hjälp att hitta lösningar. Vi provade oss fram och en del experiment fungerade inte alls. Sommaren 2007 startade Sekwa en kanal på Jaiku och den hade fyra prenumeranter när den stod på topp. Två av dem var jag och Helén.

I september 2007 startade vi en Facebookgrupp som lyckade samla strax över 150 medlemmar på kort tid. Det mest lyckade inslaget var en omröstning på ett antal omslagsförslag för "Igelkottens elegans". Ett femtiotal tävlande röstade på sin favorit.

Vi testade flera andra kanaler, bildarkiv på Flickr, länkbibliotek på Delicious och personliga konton på Facebook och Twitter, men började ana att det inte gick att breda ut sig alldeles för tunt i ett litet, om än väldigt engagerat förlag. Förlagsarbetet tog mer och mer av den tillgängliga tiden i anspråk.

Det nischade förlaget

Den sociala webben passar ett kraftigt nischat förlag som Sekwa väldigt bra. Förlaget kan skriva om Frankrike, fransk kultur och det franska språket, kvinnor och kvinnofrågor, eller om något av de äm-

nen som berörs i böckerna. Vi skriver för att locka läsare och besökare, inte för att kommunicera förlagets huvudbudskap. Att Sekwa vill sälja böcker är så självklart att det inte behöver skrivas.

En bok är en bok, och den är bara nyhet en gång. Men är boken förlagets enda produkt? Allt som kan bära budskapet att förlaget ger ut läsvärd text, och kan ge argument för det, är också produkter som förlaget kan lägga engagemang på att utveckla. Och det gör man. Med klassiska reklamkampanjer men även sociala objekt som kan vara underlag för en växande kommunikation på nätet. Att förlaget valt att enbart ge ut böcker av levande författare och aktivt arbetar för att få dem till Sverige för framträdanden och andra evenemang skapar sociala objekt. Och boken i sig är en social produkt som kan ge upphov till tips, recensioner, artiklar, dialog med författaren, läsecirklar, julklappar och så vidare. Det handlar om att ge mervärde utan att trötta ut. Att betrakta förlaget som ett företag vars enda uppgift är att producera och sälja böcker begränsar mer än den smalaste nisch.

Berättelsen om förlaget blir tydligare genom att berättas om och om igen, ur olika perspektiv och med olika medel. Sekwa har hela tiden undvikit att enbart köra officiella företagskonton. Det har funnits en huvudkanal i varje sammanhang, men alla inblandade har varit lika engagerade på sina privata profiler, antingen det gäller Twitter, Facebook eller personliga webbplatser. Alla kommunicerar. Det blir en stark och tydlig berättelse som är ett viktigt stöd för att hålla ihop kommunikation över tiden och i en växande härva av tjänster över hela webben, och för all del i den helt analoga förlagsvärlden.

Åt vilket håll ska jag gå?

Hur skulle vi ha gjort utan de sociala medierna? Inte en aning. Precis som alla andra fast med sämre budget? Sekwa förlag har till stor del växt upp i de sociala medierna. Det traditionella förlagsarbetet och förlagets tydliga nisch har underlättat marknadsföringen på webben. Förlaget har rykte om sig att vara ett kvalitetsmedvetet förlag med en tydlig visuell identitet. Men det är snarare en konsekvens av gediget förlagsarbete, eller? Var uppstod det ryktet? För

samtidigt har engagemanget på den sociala webben påverkat hur förlaget arbetat i de traditionella kanalerna. Förlaget förväntas vara öppet, transparent och generöst även utanför nätet. Sekwa hade inte haft råd att marknadsföra sig med samma kontinuitet och frekvens utan den sociala webben, och det hade självklart varit mycket svårare att skapa sociala objekt att föra dialog runt. Det hade med all säkerhet tagit mycket längre tid att etablera sig.

Det beror på vart du vill komma

Så nu är frågan, hur vi ska utveckla webbnärvaron? Går du in och tittar på webbplatsen, som vi var stolta över ganska länge möts du av en sida som inte uppdaterats sedan april (det här skrivs i juli). Vad händer egentligen? Har förlaget nått ett slags social medieutmattning? Kommer vi liksom andra företag hänvisa till att vi måste prioritera verksamheten?

När Norstedts lanserade sina nya webbplatser i september 2009, under ledorden mervärde och öppenhet, var de mäktiga stolta och tyckte att alla andra förlag nu borde följa efter. Men sekwa.se hade redan de flesta funktioner som förlagsbjässen tyckte var så innovativa. Hemmasnickrade eller gratis från nätet, men ändå. Dessutom hade vi redan en bra grund till en öppen dialog med bransch, medier och läsare. Norstedts har drövis med böcker och en marknadsföringsbudget som börjat läcka över i de sociala medierna. Måste vi toppa?

Sekwa är nöjda med den webbnärvaro de har idag. Facebook och Twitter står för dialogen. FB-sidan följs i skrivande stund av 603 personer, en halv förstaupplaga för ett litet förlag och bland de svenska förlagen har bara Ordfront fler (701), och aktiviteten är relativt hög. Man tipsar om recensioner som förlaget missat, läsarna delar med sig av sina läsoplevelser, en och annan författare deltar också trots språkbarriären (förlaget översätter vilket är en försvårande faktor) och förlaget delar med sig av text och bilder från förlagsarbetet. Webbplatsen har information för läsare, bransch och medier. Den är ett nav där övriga kanaler samlas. Bloggen ska finnas kvar, den är ett smidigt verktyg, men kommer troligtvis att bli mer informativ än

kommunikativ. Möjligheten att kommentera finns kvar och förlaget är aktivt närvarande även där, men hittills har dialogen alltid sökt sig till de mer sociala kanalerna så det är bara att följa den.

Med en ny webbplats byggd på WordPress 3.0 kommer vi att ha ett bra verktyg för att ta till nya kanaler när de behövs. För förlaget har inte tappat nyfikenheten. Den sociala webben är vardagsliv och nu ska vi använda de kanaler vi etablerat för kommunikation. Däremot behöver vi lära oss en hel del om mobila tjänster och e-böcker.

Några tips

- Bygg långsamt
- Koppla till verksamheten
- Satsa på ambassadörer
- Bevaka smart
- Automatisera
- Ge varje kanal sin roll
- Berätta en historia
- Sociala medier är ingen quickfix
- Sociala medier är ingen universallösning

Det går inte att skilja på den analoga och den digitala världen – de är två sidor av samma mynt och ska stödja, komplettera och nyansera varandra. Strategi och innehåll är grundläggande – vad gör jag här och vad kan jag erbjuda? Människor är intressantare än produkter – profiler fungerar ofta bättre än kanaler. Du behöver bara finnas där dina publikar finns. Eller där du finner inspiration och/eller lär dig något. Människan vill leka – gör det roligt. Våga lägga ner de tjänster eller arenor som inte fungerar eller där ditt engagemang inte räcker till.

Texten finns publicerad på:

<http://www.niclasholmqvist.se/2010/07/det-lilla-forlaget-som-vaxte-upp-pa-den-sociala-webben/>

<http://korta.nu/5e57>

Niclas Holmqvist (@nollpunkt) arbetar idag med kommunikation och

webb för pr-byrån Cloudberry. Men jag gör vad jag kan för att hålla en fot kvar bland böckerna. Nya sekwa.se kommer förhoppningsvis vara färdig för lansering till bokmässan 2010 och mitt senaste glädjeämne är samarbetet socialaförlag.se som kommer att skriva om marknadsföring av böcker, författare och förlag.

Twitter: @nollpunkt | Blogg: niclasholmqvist.se | Mejl: niclas@nollpunkt.com

Jag älskar SJ!

Gustav Holmström

@hejg

Nästan alla verkar ha en dålig relation till SJ, det går inte en dag utan att någon twittrar om förseningar medan @SJ_AB hälsar och säger att de bjuder på lunch om de varit i tid till Centralen.

Förutom jag, det vill säga. Som mest har mitt tåg varit försenat en timme, men jag antar att det är som med rådjur och annat vilt. Så fort jag är med ute i skogen tittar en älgko med kalv fram bakom ett buskage och vildsvinskultingar ligger och trycker under en gran för att hålla värmen.

Därför gillar jag faktiskt SJ, de har inte gjort mig något ont. Ännu. Detsamma gällde även askmolnet i våras, det flyg som jag åkte till London med var bland de första plan som kunde lyfta efter en veckas molnchock. Om du bara måste komma fram i tid med tåget någon gång åker jag mer än gärna med och ser till att du kommer fram som du ska. Det kan säkert bli en lönsam sysselsättning. Här följer därför en topplista på varför jag gillar SJ:

5. Man får gratis fika!

Detta upptäckte jag av en slump, och det kanske bara fungerar eftersom jag är så ung (och att det var en tant/äldre kvinna som jobbade under den resan). När jag åkte X2000 en höstkväll spenderade jag den sista halvtimmen före ankomst till slutstation Stockholm i restaurangvagnen och tanten/den äldre kvinnan började packa ihop kiosken. Efter en stund kom hon fram med en korg bullar som var kvar och frågade om jag ville ha en att kalasa på. Att golvet var fyllt med vatten för att någonting läckte i tåget behöver vi inte prata om.

4. Bra omständigheter för tjuvlyssning

Att tjuvlyssna är rätt roligt, förutom när man måste få saker och ting gjorda och vill ha lugn och ro. Om man har tur hamnar man bakom, framför, över, under eller bredvid några intressanta personer. Här omveckan satt jag bredvid en trött sommarjobbade student som fick relationsråd av en amerikan som var i Stockholm för att jobba några veckor. "You see, I met this girl in highschool and we got engaged two times."

3. Personalen är trevlig!

Personalen är för det mesta trevlig, förutom när de bryskt drar telefonen ur handen på en när man visar upp sin mobilbiljett eller skäller ut passagerare i högtalarsystemet.

2. Tågen är sköna!

Egentligen är det bara dubbeldäckarna som är riktigt sköna, de glider fram utan att skutta till och det är inte alltför många platser i varje sektion, vilket gör att det är lugnt och tyst ju längre bort från Stockholm man kommer. Förutom när tre småbarnsfamiljer bestämmer sig för att åka på tågutflykt klockan åtta på morgonen och packa upp hela matsäcken så fort de kommer ombord och tåget inte ens har hunnit börja åka.

1. Tågen kommer alltid i tid!

Som jag skrev ovan bestämmer sig alla datorer ombord på tågen att göra det dom ska och inte kräva omstarter när jag åker med. Helt mirakulöst kom tåget jag åkte med under de hemska vinterstormarna i början av året fram bara runt fem minuter försenat, det måste ju ses som godkänt kan man tycka.

Texten finns publicerad på:

<http://artoo.se/mitt-bidrag-till-sswc-boken-jag-alskar-sj/>

http://korta.nu/sswc10_49

Gustav, eller HejGustav som vissa väljer att så fyndigt hälsa på ho-

nom, har ett i twittersammanhang väldigt konstigt förhållande till tåg och twittrar från @hejg mest glada saker när han tuffar fram genom Sverige. När han inte twittrar eller åker på räls går han i gymnasiet. Hatmail skickas till någon såndär Gmail-adress.

Den sociala historien om #3brutnaben

Maria Hägglöf

@mariahagglof

– Ska du inte ringa till någon?

Jag försökte låta bli att både skrika och gråta när jag kämpade mot smärtan där jag låg i snön på den iskalla trottoaren.

– Eh, jag har ingen familj i stan ändå, var allt jag lyckades få fram.

– Men ring någon annan, ring vem som helst.

Tjejen som hade ringt efter ambulansen insisterade. Senare har jag så klart förstått att hon inte bara ville lämna över mig till ambulansmännen utan att någon visste var jag befann mig.

Jag ringde till min vän Sanna Stefansson (@sanapes) och flämtade:

– Jag tänkte bara tala om att jag ligger och väntar på ambulans. Jag har förmodligen brutit någonting. Min fot är vriden åt fel håll.

Några minuter senare i ambulansen, på väg till #stgoran kom chocken. Jag grät och skrek som en stucken gris samtidigt som jag matades med både morfin och lustgas. Först inne på akutmottagningen hade jag fått tillräckligt med morfin för att kunna tänka på annat än smärta. Eftersom det var lite väntetid tog jag upp telefonen för att kolla twitterflödet. Via Sanna hade nyheten nått Twitter och jag hade nu fler mentions än min morfinbedövade hjärna kunde räkna. Ingen visste vad som hade hänt mer än att jag var skadad och på väg till sjukhus i ambulans. Egentligen visste jag inte mera själv i det läget och twittrade ut:

– Jag lever. Har förmodligen brutit minst ett ben. Är på #stgoran.

– Förresten, om jag skriver något konstigt beror det på att jag är hög på morfin.

Där började storyn om tre brutna ben, hashtaggen #stgoran och den kärlek som visades mig genom de sociala medierna när och efter jag råkade ut för en olycka den 17 februari 2010. Det har aldrig blivit av att jag har skrivit ner den här historien. Mycket beroende på den mängd starka mediciner jag tog under den första månaden efter olyckan som tvingade mig till bloggpaus. Men eftersom flera har efterfrågat en text på ämnet kände jag att det skulle få bli mitt bidrag till #sswc-boken.

Jag heter Maria Hägglöf, bor i Stockholm och är nyutexaminerad och nyanställd kommunikator i nya medier. I augusti börjar jag jobba som ansvarig för en ny communitysajt på Wireless@KTH. Det här är delar av historien om våren 2010, våren då jag lärde mig gå för andra gången.

Jag hade suttit på #ilcaffé hela eftermiddagen och skrivit på mitt slutprojekt (en form av examensuppsats) och var på väg till Scandic Anglais på Östermalm för #wpfika. När jag kom ut från tunnelbanestationen vid Östermalms torg svängde jag ner på Humlegårdsgatan. Längre än så kom jag inte innan jag halkade på den isklädda trottoaren som dagen till ära hade täckts med någon centimeter nysnö. Jag hörde ljudet av ben som knäcktes i kroppen och sedan kom smärtan.

På #stgoran fick jag veta att jag hade en trimalleolär fotledsfraktur, det vill säga tre brutna ben i fotleden. En operation väntade påföljande dag. Twitteraktiviteten runt min olycka var igång långt innan jag hade tänkt tanken att själv twittra om den. Redan när jag startade Tweetie på akutmottagningen slog den sociala mediekärleken emot mig med otaliga meddelanden och frågor om vad som hade hänt. Ett par timmar senare stod en man jag aldrig tidigare hade träffat vid min säng på #stgoran. Jag var trött och starkt medicinerad. Jag hade storgråtit och eftersom jag inte hade sett mig själv i en spegel på hela dagen hade jag förmodligen smink i hela ansiktet och såg troligtvis ut som ett spöke. Han var välklädd. Skjorta, slips och en stilig cardigan. I handen höll han en påse med förnödenheter.

– Maria?

Jag hade väl trott att det var en ängel om det inte vore för att jag kände igen snubben. Jag hade senast sett honom raka av sig allt hår på huvudet live på webben bara några dagar tidigare. Morris Packer (@morpac) hade ryckt ut för att hjälpa en tweep i nöd. Jag minns idag ingenting av vad vi sa till varandra, men jag är ändå oerhört tacksam för hans besök. För utöver att jag fick en påse med nödvändiga saker var Morris den enda människan jag träffade under min tid på sjukhuset, förutom vårdpersonal och andra patienter. Fem dagar senare skulle jag dessutom ligga över Morris axel när han sprang upp för de tre våningarna till min lägenhet för att göra det jobb färdtjänst inte klarade av att utföra.

Tiden på sjukhuset var förstås långtråkig. Men det är ingenting mot vad den hade varit om jag inte hade haft min iPhone som min förstående sköterska var noga med att se till att jag ständigt hade till hands. På Facebook hade jag släkt och vänner som näst intill krävde uppdateringar om hur jag mådde. Några av dem var sjuksköterskor som snabbt svarade på alla mina frågor så att jag slapp trakassera sköterskorna på #stgoran alltför mycket. På Twitter fick jag i snitt 10 nya följare om dagen, vilket är mycket för mig som får 0-2 nya följare per dag annars. Jag tyckte också att det var märkligt eftersom mina tweets bara innehöll gnäll över smärtan eller hur äcklig sjukhusmaten var. Och ständigt kom där nya krya-på-dig-hälsningar från både gamla och nya tweeps.

Efter utskrivning bestod de två följande veckorna mestadels av att ligga i min säng med min gipsade fot i högläge. Olyckan hade drabbat mig vid precis fel tillfälle. Deadline för mitt slutprojekt passerades, det var sista terminen på utbildningen och jag sökte värd företag för min sista praktikperiod. Det sista jag behövde var detta. Tack vare de sociala medierna höll jag humöret uppe. Där fanns ständigt människor som inte bara visade mig sympati utan också höll mig aktiv och fick tiden att gå, vare sig det var dag eller en av alla sömnlösa nätter. Där fanns också människor som konkret erbjöd sin hjälp med att

handla eller med andra praktiska saker. Vissa som jag kände väl men även människor jag inte kände särskilt väl eller hade träffat tidigare.

Det är svårt att i ord beskriva den kärlek jag kände från de sociala medierna under den här tiden. Ett exempel bland många är då jag ungefär en månad efter olyckan ringde Brit Stakston (@britstakston) i ett helt annat ärende och trots att hon satt upptagen i ett möte tog hon sig tid att fråga:

– Hur är det med din fot?

Då hade jag ännu inte träffat Brit AFK.

Det låter helt vrickat men jag har både min fotskada och de sociala medierna att tacka för mycket. Om det inte vore för olyckan hade jag förmodligen inte:

– fått en vän för livet som heter Morris Packer och som är världens galnaste och snällaste figur.

– fått hembesök av David Hall (@moonhouse) och suttit och pratat nördtalk med honom en hel eftermiddag.

– varit med och firat Nikke Lindqvists (@nikkelin) födelsedag på #ilcaffe tillsammans med ett gäng andra tweeps.

– varit på tweetup tillsammans med @selanna, @rymdapa och @lilashrink samma dag som jag tog bort min ortos. Jag har aldrig skrattat så mycket på en tweetup som den.

– varit en av teammedlemmarna i Sveriges första roadraceteam för elmotorcyklar.

– fått flera nya tweeps som började följa mig i samband med olyckan.

– kommit till #tweetupsthlm i mars dit jag fick skjuts av @tesas.

Det finns säkert mycket mer att rada upp här. Bland annat tror jag att jag kan tacka fotskadan för ett antal fördjupade relationer via Twitter. När något händer utöver det vanliga, då skapas förutsättningar för samtal på en annan nivå. När man befinner sig i en utsatt situation, då visar det sig att i de sociala medierna finns människor som bryr sig om mig och mitt välmående. Inte bara om min åsikt i

diskussionen om Google, Facebooks nya layout, @SJ_AB på Twitter eller Gowalla vs. foursquare.

Jag är övertygad om att jag har de sociala medierna att tacka för att jag över huvud taget tog mig igenom våren så pass bra som jag gjorde. Tre månader efter min operation släppte jag kryckorna. Under dessa tre månader skrev jag klart mitt slutprojekt med gott betyg, genomförde min sista praktikperiod hos @annalindberg på @30minuter och bara en vecka senare än mina klasskamrater fick jag min examen som kommunikatör i nya medier. Hade det inte varit för den ständiga uppmuntran via Facebook och Twitter som höll mitt humör uppe och fick mig att kämpa, hade jag förmodligen inte klarat mig så bra.

Det är bland annat därför som jag älskar de sociala medierna och kärleken som finns hos dem. Och till alla er som skickade en uppmuntrande tweet eller två under våren. Min kärlek och tacksamhet till er är stor.

Maria Hägglöf

Blogg: maria.hagglof.info | Twitter: @mariahagglof

Texten finns publicerad på:

<http://maria.hagglof.info/den-sociala-historien-om-3brutnaben-mitt-bidrag-till-sswc-boken/>

http://korta.nu/sswc10_50

Bog om podcasting skrevet – tjek – endelig Tjärö!

Karin Høgh

@karinhoegh

Oj, hvor har jeg har glædet mig til at køre til Tjärö igen denne sommer. For 14. august betyder, at min fagbog om podcasting er sendt til trykkeriet. Jeg har siddet på min veranda i kolonihaven i København hele sommeren og skrevet på bogen ”Medier der holder – strategisk lyd- og videopodcasting”.

Lyd og endnu mere video på nettet er blevet enormt populært, men som podcasting-konsulent vil jeg gerne hjælpe virksomheder og organisationer i gang med at podcaste. Jeg har tømt min hjerne, mine arkiver og linksamling og skrevet 30.000 ord på en sommer om min passion og min profession: podcasting. Min bog er ikke en teknisk bog om hardware og software, redigering og konvertering – der kommer en e-bog lidt senere, som kan opdateres, for alting skifter.

Bogen, den trykte, er en hjælp til dem, som gerne vil vide helt præcist, hvad der skal til, før man kan planlægge og producere en podcast, som holder længere, som andre kan abonnere på OG som de kan få udbytte af på mobilen, iPoden, iPaden og ikke kun på hjemmesiden.

Mit råd til alle, som producerer medier er: følg podcasterne! De véd, hvad de nye, digitale medier kan gøre for os! Podcasterne ved bedre en mange andre, hvor vigtigt det er med samspillet med de sociale medier, med søgeoptimering, brugerinddragelse og mobilitet, for ellers var den ingen, der vidste, hvem vi var. Podcasterne har passionen, lysten til at lære og dele. Det er herligt at være en af dem – og nu med bog.

Karin Høgh, PodConsult, Danmark

Twitter: @karinhoegh | Firma: podconsult.dk | Podcast: podjournalen.
dk | Blogg: podblog.dk

Skolor: skolepod.dk

You Us and Them

Johan Höög & Tobias Karlsson

@jonneyhigh @TobiasKarlsson

Let the story begin.

Vi har förmodligen bara ett liv, och utan att sticka ut hakan och verka märkvärdig så har vi ingen aning om vad som kommer att hända med våra liv om ett par år. (Ska sluta vara djup nu.)

Vi har bara fem vardagar och två helgdagar per vecka. Att gå runt de där 5 dagarna och göra något som vi inte trivs med vore bortkastad tid. Vi säger dock inte att alla som har ett tråkigt jobb därmed också har ett tråkigt liv. De har förmodligen andra intressen som de kan lägga sin tid och kraft på efter jobbet. Vi har dock valt ett annat alternativ, nämligen att ha vårt vardagsliv som intresse. Vi har så klart andra intressen också men vi jobbar faktiskt med det som vi verkligen vill göra just nu.

Det är en av de absolut viktigaste drivkrafterna bakom You Us and Them (och möjligtvis kaffe).

Redan när vi startade You Us and Them så var vi ganska så överens om att det inte var ett företag vi startade, utan en plats för oss själva och andra personer att få göra just det som de gillar bäst. Att det sedan blev ett aktiebolag (finns även andra bra bolagsformer) är mer ett resultat av hur ”det måste vara” enligt lagstiftning etc. Att vi sedan kan livnära oss på det också (vilket för vissa vi möter fortfarande verkar svårt att förstå) är mest en bonus, men såklart nödvändigt. Även bilden av oss själva som företagare känns ibland lite obekvämt. Etiketten företagare hör till det gamla, och det är sällan det som är viktigt, utan det blir först intressant när man kan närma sig det som finns innanför. I vårt fall handlar det mycket om att vi är tre väldigt trevliga och lyhörda individer, som lägger stor vikt vid att vara

effektiva, tydliga, spontana och samtidigt ha kul med dem vi jobbar med. Vi är samtidigt inga superhjältar så visst gör vi snedsteg och misstag, men ofta löses dessa med ett skratt och eftertanke. Men vem gör inte det?

Även om vi verkar för att bryta ner de tydliga företags- och organisationsstrukturerna, så är det ändå så att det ofta krävs en beställare och en leverantör för att få ett jobb gjort. Glädjande för oss är att vi hittat en mängd människor (och vice versa) som sitter på olika stolar, i olika företag och organisationer, som vill jobba tillsammans med You Us and Them. Den gemensamma nämnaren för dessa (läs: våra kunder) är att vi väldigt ofta hamnar i en situation där organisationsbarriärerna suddas ut. Vi sitter i möten, pratar på telefon eller besöker varandras kontor och det känns som vi är kollegor, eller tillhör samma familj. Denna känsla är oerhört viktig för oss, och det är den som gör att vardagen blir så rolig, samt i slutändan att det bästa resultatet nås.

Givetvis är allt detta en något romantiserad bild av hur vår vardag ser ut. Trots allt så finns det basala behov vi måste uppfylla, både rent mänskliga och företagsmässiga. För att ta ett exempel så har vi just nu en 5 cm hög pappershög som ska sorteras och slängas in i pärmar. Vissa kallar det bokföring. Men vad vi alltid kommer tillbaka till är tanken kring hur jävla viktigt det är att känna att man gör något man gillar, trivs med och som gör att man kan studsas upp ur sängen sju dagar i veckan.

Detta var lite av våra tankar kring det här med att driva ett ”företag”. Vad vi verkligen gör får vi prata mer om en annan gång... när trycket blir för stort...

Texten finns publicerad på:

<http://www.bleuppind.se/lordagsbloggare-you-us-and-them/>

http://korta.nu/sswc10_51

Tobias och Johan är grundarna till You Us and Them, ett företag som arbetar med inspiration, kommunikation och upplevelser, med fysisk bas i Karlshamn. När de inte klurar på roliga idéer, så spelas det en

del fotboll, cyklas och utövas musik på olika sätt.

Sajt: youusandthem.com | Mejl: tobias/johan@youusandthem.com |

Twitter: [@jonneyhigh](https://twitter.com/jonneyhigh) [@TobiasKarlsson](https://twitter.com/TobiasKarlsson)

Attraktionen med sociala medier

Ulrika Ingemarsdotter

@ingemarsdotter

Sociala medier, digitala medier, sociala webben – kärt barn har många namn. Och egentligen spelar det ju ingen roll vad vi kallar det nya medielandskapet så länge det öppnar upp världen för nya spännande möten. De gränser och barrikader som tidigare har hindrat människor från att mötas suddas nu sakta men säkert ut. Detta är det korta svaret på frågan varför jag är förtjust i fenomenet sociala medier, som Mattias Östmar ställde till mig för över ett år sedan.

Frågan överrumplade mig ska villigt erkännas och jag började mumla något om dialog, och att alla nu har tillgång till kanaler för att sprida sina tankar och ord i. Det är delvis sant, men ännu viktigare är att avstånden mellan människor – såväl de geografiska som de mentala – krymper. Ur detta ”nya” skapas nätverk mellan constellationer av människor som aldrig hade råkat på varandra i den analoga världen. Nya vänskapsband knyts, nya arbetstillfällen ges, intressanta samtal förs och kärleksrelationer tar sin början bara för att nämna något.

Jag har lärt känna människor som jag, utan de nya kanalerna, inte hade haft en susning om att de finns därute. En av dessa är Niclas Strandh vars blogg jag upptäckte när jag själv började blogga 2005. Brit Stakston, Anton Johansson, Annika Lidne, Jerry Silfwer och nyss nämnda Mattias är människor som alla har korsat min väg på ett eller annat sätt.

Ofta leder kontakter på webben dessutom till att man träffas ”på riktigt”. Och det är just mötena i verkliga livet som gör de sociala

medierna så spännande och intressanta. Ju fler jag lär känna på nätet ju större blir mitt fysiska sociala nätverk. Avstånden krymper och jag träffar sköna människor på köpet.

Texten finns publicerad på:

<http://www.ulrikaingemarsdotter.se/2010/07/23/attraktionen-med-sociala-medier/>

http://korta.nu/sswc10_52

Ulrika Ingemarsdotter arbetar som ansvarig för sociala medier på Centerpartiet. Har studerat svenska, retorik och journalistik. Drömmer om att hitta den perfekta idén för Ingemarsdotter Kommunikation.

Blogg: ulrikaingemarsdotter.se | Twitter: @ingemarsdotter



Efter att ha letat på Prisjakt, Blocket, Pricerunner och Minhemmabio i åtta dagar beslutade sig Lena för att inte köpa någon ny platt-tv.

Det blev ett för svårt val.

Sweden Social Web Camp är som IRL-Twitter

Andreas Ivarsson

@andreasivarsson

Förra året var det första gången SSWC arrangerades, en helt sjuk idé egentligen, locka Sveriges ledande webbmänniskor mitt ut i ingens mitt i sommaren. Men det funkade ju alldeles utmärkt. Jag var väldigt lockad av att åka dit redan då, utanför-ramarna-tänket tilltalade mig samtidigt som jag skulle kunna möta personer med andra erfarenheter. Tyvärr kunde jag inte åka 2009.

Efter SSWC 2009 läste jag om den stora succén, såg en massa bilder på bland annat Flickr och redan då bestämde jag mig för att boka in SSWC 2010 (jag vore dum i huvudet om jag missar det igen, Tjärö ligger bara runt fyra mil från mitt hem i Karlskrona). Mina förutsättningar är lite annorlunda nu jämfört med för ett år sedan, då jobbade jag som journalist med fokus på it- och lokalnyheter, nu finns jag på andra sidan med jobbet som kommunikatör.

Jag har inga skyhöga förväntningar på SSWC egentligen, en vis man sa till mig en gång:

”Ha aldrig några höga förväntningar när du ska på en ’konferens’, om du bara lär dig en sak som du kan applicera i din verklighet så är det värt besväret.”

Nu är det mindre än en månad till jag beger mig till det stora webbkollot, biljett och tältplats fixad. Jag jämför SSWC lite med Twitter, en grupp av personer samlas på ett ställe (denna gång irl) och diskuterar saker som de är intresserade av (i detta fall sociala medier och webb). Förhoppningsvis så blir lägret lika förutsättningslöst som Twitter där man kan hoppa in i vilda diskussioner trots att man ald-

rig träffat personen tidigare.

Jag är förmodligen en av de mest anonyma deltagarna på årets läger. Kortfattat så är jag en nörd (vad originellt...), kommunikatör, journalist och fotograf med ett stort intresse för webb. Målet med SSWC för min del är att suga åt mig som en disktrasa över ett dignande smörgåsbord bestående av den kunskapsskatt som finns på ön en helg i mitten av augusti. Och tittar man bort från huvudaktiviteterna så ska det bli grymt kul att uppleva en del av min ”hemskaergård” som jag pinsamt nog aldrig besökt tidigare.

Vi ses på Tjärö och på nätet! Och tack Mattias Boström för att jag fick chansen att skriva några rader.

80-talisten Andreas Ivarsson bor i Karlskrona och han beskriver sig själv som en nörd med stort intresse för webb, elektronik, fotografering, och bröd. Vid bokens tryck jobbar han som kommunikatör på Statens Maritima Museer och som nyhetsredaktör på IDG-tidningarna M3 och Digitala Hemmet.

Mejl: ivarsson.andreas@gmail.com | Twitter: [andreasivarsson](https://twitter.com/andreasivarsson) | Flickr: [flickr.com/andreasivarsson](https://www.flickr.com/photos/andreasivarsson/)

Damer sover inte i tält

Sandra Jakob

@sandrina

Jag växte upp intill en stor sjö och med skogen inpå huskanten. Min barndom präglades av utflykter i naturen i bästa bullerbyanda. Trots det har jag alltid föredragit naturupplevelser under ordnade former med lagom mycket ansträngning. En dam kan i mina ögon gå i gummistövlar (om än i snygga, svarta sådana med svarta strumpbyxor, klänning och en trenchcoat till), äta utomhus (en vällagad picknickkorg med ciabattamackor i olika smaker, hemgjord saft och chokladmuffins) och ta en lång cykeltur längs med snirkliga vägar i strålande solsken med systemkameran över axeln (vid regn stannar man inomhus). Jag kan också tänka mig att åka båt i lugnt vatten men sedan får det vara nog.

Denna inställning till naturen skapar en del problem inför den kommande geekhelgen på Tjärö. En dam sover nämligen inte i tält.

Som barn sov jag endast i tält ute i naturen när jag tvingades till det och det har hänt vid mindre än fem tillfällen. Det övergår mitt förstånd varför man som människa frivilligt överger en skön säng med dunkudde för en varm, knölig och jobbig sovsäck och till det ett liggunderlag som inte ger någon som helst komfort. Det finns ingen garderob att hänga upp mina kläder i och vad gör jag om det regnar och allt blir blött? En annan fråga är hur jag ska kunna ladda min dator och telefon i ett tält? För att inte tala om bristen på handfat, toalett, spegel och annat som behövs för att en dam ska kunna upprätthålla sin stil.

Inför årets event gick jag länge och funderade på hur roligt det ska bli att få känna den stämning som alla i bubblan har talat sig så varmt om sedan augusti 2009. Jag har funderat på vad jag själv kan

tänkas bidra med och studerat gästlistan för att se vilka nya ansikten som dyker upp och som jag vill lära känna. Det där med reskamrat löste sig snabbt när min vapendragare Maja deklarerade att hon ville följa med till Tjärö.

Det som inte löste sig lika snabbt var boendet och i min dambe-tonade världsbild fanns det inga alternativ; det var vandrarhemmet eller ingenting. Jag kunde tänka mig att dela badrum – men inte mer än så.

På själva bokningsdagen var jag väl förberedd. Kortet låg framför mig, Maja var på tråden och trots att jag var så pass snabb att vi båda fick biljetter till SSWC, fick jag inte iväg mailet med logibokningen snabbt nog. Det insåg jag först efter några dagar när vänner på Twitter högt och tydligt förkunnade att de hade mottagit det som vi så hett efterlängtrade: ett bekräftelsemail med information om sängplats.

Vi satte vår tröst till väntelistan på Tjärö vandrarhem och ignorerade det faktum som till slut blev allt mer tydligt: det blir ingen säng. Tältet är vårt SSWC-öde.

Efter några veckor vågade jag mig på att fråga Tjäröfolket hur långt ner på väntelistan vi befann oss, och fick då lite klämkäckt höra att...

”Tyvärr måste jag meddela att du har helt rätt när det gäller placeringen i kön... bäst att ni bokar tält!”

Den dagen gick jag mest runt och svor åt mig själv i stil med att ”du kan publicera en tt-flash från Newspilot till Escenic och lägga på en just-nu vinjett på två blanka men du var inte snabb nog att boka en jäkla sängplats!”. Jag beklagade mig för mina kollegor på lunchen att ”en dam bor minsann inte i tält” och möttes inte av någon sympati utan fick snarare dumförklarande blickar (fråga: varför är de flesta journalister hurtiga naturmänniskor?!).

Sent den kvällen svalde jag min stolthet och betalade in avgiften för tältplats nummer 73. Dagen efter fick jag ett genomtrevligt bekräftelsemail från Tjärö.

Nu sitter vi där med, i skrivande stund, en varsin sovsäck och tillhörande liggunderlag men inget tält. För SSWC och gemenskapen

under helgen på Tjärö, ser det ut som att den här damen får rucka på sina principer.

Sova i tält.

Okej då... Bara för SSWC:s skull.

Men det stannar mellan oss! Capishe?!

För den här damen sover egentligen inte i tält.

Sandra Jakob är bördig från trakterna kring Tjärö och ser sig som en Blekingetös i exil. Hon är i dag journalist, webbredaktör samt sociala medier- och bloggansvarig på [hd.se/Helsingborgs Dagblad](http://hd.se/Helsingborgs_Dagblad) men började sin professionella bana som reporter på Blekinge Läns Tidning i Karlshamn.

Sandra twittrar varje dag som @sandrina och bloggar sporadiskt på sandrajakob.se och hd.se/taggat om sina upplevelser i jobbet med en stor portion teknisk nyfikenhet och ett passionerat intresse för den journalistiska utvecklingen på nätet.

En romans med fjärilar i magen och lyckligt slut!

Emil Jansson

@EmilJansson

Idag slutar jag mitt jobb. Från och med idag är jag inte läraren Emil Jansson längre utan bara Emil Jansson. Jag tänkte summera mina två år som lärare och dela med mig lite av tankar om hur min resa som lärare har varit.

Lärare 24h

Det finns ett uttryck som lyder ”sportsman 24h” som innebär att man satsar fullt ut, dygnet runt, till sin idrott och för mig har rollen som lärare varit så, både på gott och ont. Att vara lärare är så mycket mer än att bara stå i klassrummet och undervisa, förutom rättning, bedömning och att ge feedback till eleverna så är man även en förebild. Därför har jag nästan alltid på något sjukt sätt tänkt ”hur uppfattas jag nu?” Jag tycker det är viktigt som lärare att uppfattas som en seriös person men samtidigt inte vara för stel. Man ska skapa ett förtroende från eleverna och det gör man på olika sätt beroende på vem man är. Jag är 25 år och var 24 när jag började som lärare. Åldern har helt klart varit en fördel och en nackdel. Fördelen är att jag kan relatera till eleverna. Nackdelen är svårigheten att bygga upp respekt. Detta är något jag kämpat med under mina två år, och jag kan säga att jag idag är nöjd (dagen jag slutar) med den respekt jag får från eleverna. Jag kanske inte är den stränga läraren, utan snarare den läraren som byggt upp min trovärdighet med fokus på de mjuka värderingarna.

Är skolan modern?

Ja, jag vill påstå att den skola jag jobbat på är modern och har alltid som mål att vara i tiden. Men är skolan överlag i Sverige modern i den form som den är idag? Gymnasieskolan är till för att vilja lära sig och inte tvingas till att lära. Skolan är för eleverna och deras mål och inget annat. Tyvärr är det inte så, för när eleverna kommer till gymnasiet är det många som är skoltrötta efter ha haft nio år på grundskolan. Ordet skola är inte det ballaste ordet de vet. Om jag skulle filosofera lite hur jag skulle vilja att gymnasieskolan (vi pratar fortfarande generellt och inte om den skolan specifikt jag jobbat på) skulle se ut, så skulle jag basera den på vad eleven vill och vad de har för mål. Jag vet att det är svårt som 16-åring att sätta upp mål, men det är där vi som lärare/pedagoger/coacher ska hjälpa dem att formulera sina mål. En målfokuserad elev ser vart de är på väg och förstår sambandet i det de lär sig. Tänk er såhär, att istället för att läraren gör uppgifter baserade på kursplaner & kursmål, är det eleven själv som skapar projekt utifrån kursplaner & kursmål. Låter eleven själv bestämma hur deras skola ska se ut och då kanske den inte ens heter skola. Detta kanske är en utopi men jag vet att några kollegor har testat liknande modeller kring vissa kursmål och oftast med bra resultat. På sätt och vis jobbar den skola jag har jobbat på enligt denna princip, men jag skulle vilja att eleven själv kunde rikta sin utbildning mot det specifika mål den har satt upp.

Tiden räcker inte till! Jag räcker inte till!

Ett problem jag har haft under året är att jag vill så mycket men hinner inte med allt jag vill. Jag skulle helst vilja möta varje elev individuellt och ha styrkesamtal med var och en av dem. Peppa dem för att lyckas & ge dem verktyg utöver vad som står i kursplanerna. Men man hinner inte. Nästan hela detta år jobbade jag 62,5 % och kom i stort sett till jobbet och hade lektion och sen gick jag hem. Så detta stycke är egentligen riktat till de elever som läser detta. Jag ville verkligen, verkligen vara där för er men ibland hann jag inte med. Detta är något som jag grubblat över mycket och delvis skäms över. För jag tror att man behöver stärka eleven och lära känna eleven för att sen

kunna på en individnivå coacha eleven för att lyckas med studierna och utanför studierna.

Om jag lär dig så lär du mig! Är det en deal?!

Min syn på att lära ut handlar mycket om att vara prestigelös, ingenting är mitt och ingenting är ditt, vi gör detta tillsammans, lärare och elever. Detta är ett tankesätt jag har haft under min tid som lärare. Min inställning är att från och med när jag går in i klassrummet, eller snarare innanför skolans portar, att aldrig vara vare sig över eller under någon. För jag tror om jag lär en elev eller kollega någonting eller bjuder på mig själv som person så kommer jag få många upplevelser och kunskaper tillbaka. Därför är mitt motto: Jag lär dig, om du lär mig!

Tusen tack för upplevelsena och vänner för livet.

Som en summering av detta blogginlägg vill jag bara säga att den skola jag jobbade på har fått mig att ändra synen på gymnasieskolan som form för utbildning. De människor som jag har mött under de två åren bär på ett stort hjärta i alla led, från lokalvårdaren till rektorn, så tänker man på elevernas bästa både studieresultatsmässigt och även för dem som individer. Ni är så jävla grymma och jag vet att jag har sagt det flera gånger men detta är värt att upprepa. NI ÄR BÄST!!!

Tack för två helt underbara år.

/Emil Jansson, Örebro

(detta inlägg har automatiskt publicerats och när du läser detta så står jag säkert på en trottoar och hejar på alla studenter som åker i sina flak)

Texten finns publicerad på:

<http://www.emiljansson.se/2010/06/en-romans-med-fjarilar-i-magen-och-lyckligt-slut/>

http://korta.nu/sswc10_53

Emil Jansson, 26 år, bor i Örebro. Jobbat två år som lärare på ett IT-gymnasium. Bloggar/twittrar om intressena musik, sociala medier, design och teknik. Är online 24/7.

Blogg: emiljansson.se | Twitter: @EmilJansson

Precis som de gamla grekerna

Joakim Jardenberg

@jocke

En väsentlig del av mina somrar är numera vistelser till Almedalen på Gotland och SSWC på Tjärö. Två event, på två öar, som har otip-pade likheter med den gamla grekiska övärlden för över 2 000 år sedan. Man brukar skämta om att börja en berättelse med ”de gamla grekerna”, men jag tänker utmana ödet och göra just det.

Aristoteles föddes redan 384 f.Kr., så han kvalar absolut in som en gammal grek. Han var elev till Platon som i sin tur var elev till Sokrates – och om kunskap förväntas förädlas i processen mellan lärare och elev så förstår ni att det här var en smartskalle av rang. Han sökte förkovra sig i den tidens alla ämnen och enligt Wikipedia har det sagts att ”Aristoteles antagligen var den sista personen att veta allt som kunde vetas i sin egen tid”.

Idag är vi alla där, med en iphone i fickan. Hela tiden. Med Google och Wikipedia en fingertryckning bort har rå kunskap blivit allmän-gods. Det är inte längre någon stor bedrift att veta allt som kan vetas i vår egen tid.

Men vi behöver hjältar och förebilder. Vi behöver de som skiljer ut sig. Jag tror det är ett av skälen till att det pratas ofta och gärna om renässansmänniskan som ett ideal. Mångkunniga universalgenier som Benjamin Franklin, Leonardo da Vinci och vår egen Carl von Linné har länge fått representera ett slags målbild att sträva efter. I mycket handlade renässanshumanismen om bildning – man skulle vara så bildad så möjligt inom så många områden som möjligt. Utan hela internet i fickan var det där en bedrift. Och visst är det ett imponerande CV som gamle Leonardo kan uppvisa. Men är han en man av vår tid?

Jag tror att vi ska spola renässansen och söka inspirationen längre bak i tiden. Jag tror att det som hände runt 400-300 f.Kr. i det antika Grekland är mer intressant om vi ska förstå det som händer idag, och sätta det i ett sammanhang. Jag tror inte det viktiga är det vi kan. Mer intressant är vad vi gör, med vem vi gör det och hur. Renässansen var web 1.0, och det är vi väl överens om är passerat.

Gamle Aristoteles var en enastående författare och lärare. Inom filosofin är alla hans aspekter än idag föremål för studier, hans syn på fysik räckte in till 1600-talet och inom biologin bekräftades hans observationer så sent som på 1800-talet. Han lade grunden för metafysiken liksom talekonsten som begrepp, och med det retoriken. Han funderade ofta och mycket och lyckades grundlägga fler vetenskaper än någon annan. Men han gjorde det inte själv. Jag håller honom som främst bland de gamla grekerna i att föra dialogen. Han visste att det var först när fler deltog i processen som det började rocka. Han visste att det han kunde lära in var gårdagens kunskap – det som skapades för morgondagen krävde en kollaborativt insats.

Om jag ändå ska knyta samman renässansen och Aristoteles så får den fantastiska fresken ”Skolan i Aten” av Rafael göra tjänst. Färdigställd 1511 illustrerar den konstnärens bild av det gamla Grekland. Tolkningar gör gällande att snart sagt alla stora filosofer och tänkare från antiken är representerade, men klart är att det är Platon och Aristoteles som vandrar fram i centrum. De två vännerna diskuterar ivrigt och Platon pekar mot skyn medan Aristoteles håller sig på jorden. Deras diskussion följs av en aktivt lyssnande samling, men runt dem kokar det av aktivitet. Det lämnas inte utrymme för någon tvekan om att de är en del av ett sammanhang.

Målningen representerar för mig en tydlig bild av det som vi idag kallar sociala medier. Konversationer, i stort och smått. Samarbeten, bubblor, en helhet som är större än varje individ. Inte ett centrum utan flera centra. Överallt händer det saker, här kokar det. Ibland lättsamt och tillbakalutat, men oftare framåtlutat och deltagande.

När jag pratade om ”How to get followers, fans and friends” på TEDxAlmedalen använde jag den här bilden som illustration. Jag gjorde då också en koppling till Aristoteles tes om berättarkonstens



krav på ”Ethos, Logos och Pathos”.

Min tanke var att logos var det som gav oss followers. Genom att leverera något av värde skapar vi en nytta av att lyssna på oss. Vi får en publik. Ganska torrt, och i samma ögonblick som vi slutar leverera försvinner våra följare. Google analytics är obarmhärtigt, liksom knufftoppen och politometern.

Med ethos talar vi till de etiska värderingarna. Vi får något gemensamt att brinna för, det jag tidigare kallat för ”vårt kollektiva samvete”. För min del handlar det mycket om kampen för öppna data, demokratin och den personliga integriteten, det nya medielandskapet. Där är vi en crowd, en stor samling människor som brinner tillsammans. Där finns fansen, de som står upp och gör vägen när jag levererar något som de tycker är bra i linje med vår sak. Och jag gör det samma för de andra.

Till sist, pathos. Engagemanget. De starka och äkta känslorna. Här möter vi vännerna, de som ofta är för livet. Här finns en välvilja och en samhörighet som är större än de enskilda frågorna, och definitivt större än de fakta vi sprider kring oss.

Fresken från den imaginära skolan i Aten visar oss en samling människor som följer två vänner på vandring i ett rum som sjuder av aktivitet. För mig är det sociala mediernas alla aspekter i ett nötskal.

Men ännu mer än så är det för mig precis det jag upplevde på SSWC 2009, och hoppas få uppleva i många år framöver. Den generositet som jag upplever är ofta överväldigande. Vi delar med oss av vår kunskap och vi gör det utan tanke på egen vinning, mätt i pengar. Istället får vi belöning i form av en plats i ett sammanhang. Maslow är inte irrelevant...

Men med det här följer ett ansvar. I den här lyckofesten av nätkärlek och alldeles levande närhet på hackdays, på linchpin meetups, på geekgirlfester, på wordcamps, på sociala medier-luncher – och inte minst på öar i Blekinges skärgård - så måste vi ibland stanna upp och reflektera. Om vi inte vill vara renässans-egon utan samarbetare, om vi vill göra skillnad på riktigt, så måste vi nå utanför skolan i Aten. I en gammal text frågade jag: ”är du en enabler”. Det är fortfarande aktuellt, och det gäller absolut inte bara teknik. Fundera över vad SSWC betyder för de som inte är här. Fundera över vad du gör för att få fler att förstå mer.

Aristoteles startade Lyceum, som inte bara var en skola utan lika mycket en öppen mötesplats. Han var 2 400 år före oss med sociala medier. Som det står i Wikipedia: ”Aristotle’s main foci as a teacher were cooperative research” och skolan drevs av studenterna. Till sammans bygger vi samtidens Lyceum, och vi gör det på en självklar grund av logos, ethos och pathos. Precis som de gamla grekerna. Eller hur?

Texten finns publicerad på:

<http://jardenberg.se/b/precis-som-de-gamla-grekerna-sswc/>

http://korta.nu/sswc10_54

Joakim Jardenberg är en förändringsförespråkare, framtidskramare och debattör i allt som rör sig runt gamla, nya, digitala och sociala medier. Redan 1994 internetifierade Joakim mediesverige, bland annat genom att starta upp aftenbladet.se, fixa ut resultaten från

riksdagsvalet och ta plats redan på sidan 59 i boken "De som byggde internet". Med ett ben hos användaren, ett ben i tekniken och ett ben i affären har han alltid sökt förklara det komplicerade på ett enkelt sätt och skapa nytta och effekt ur alla de nya möjligheterna.

Idag arbetar han framför allt som rådgivare i internetfrågor med bland annat VD och ledningsgrupp för fem stora börsbolag på kundlistan. Han är också delägare i fem startups, håller presentationer, modererar och utbildar samt arbetar pro bono för ett bättre samhälle, bland annat som projektledare för "Makten och öppenheten" som drivs tillsammans med tidningen Fokus.

Blogg: jardenberg.se | Twitter: @jocke | Mejl: joakim@jardenberg.com

En personlig hälsning från statsministern...

Mary X Jensen

@MaryXJ

Förra sommaren var det full rulle på twitter. Alla var liksom där. Journalisterna, chefredaktörerna, bloggarna, Geek Girls, politikerna, IT-nördarna, PR-folket, alla nyfikna. Det var ett ständigt kvittrande. Plötsligt så befann vi oss i en tävling om titlar på Femböcker, vi delade recept, vi snackade teknik, tipsade om olika saker och platser, hjälpte varandra. Någon skickade bilder på varenda sekvens av semestern. Vi diskuterade debattprogram, lyssnade på presskonferenser och kommenterade dem tillsammans. En och annan rök ihop så att stickor och strån rök omkring dem. Andra försökte medla med mer eller mindre gott resultat. De allra flesta är vänliga och om en är dum så är tio snälla, så som det är i alla grupper. Twitter var spännande. Denna sommar är det på ett annat sätt. Många har lämnat Twitter och andra kör på och nya tillkommer. Men en sak är klar. Twitter pågår.

De flesta tyckte det var kul då. Mångfalden och bredden på samtalet stimulerade. Känslan av att vara del av något var stor. Det var enkelt att vara med även när man inte var personligen närvarande. En ganska häftig känsla. Så när alla åkte till Tjärö för att delta i SSWC, ja det kändes som om **alla** gjorde det så kunde man vara med ändå, via Twitter. En hisnande känsla, att vara med och kommentera ändå. Någon frågade, var är du Mary? Kan vi ses om en stund? Nja, jag är på Twitter, sa jag. Aha, är du inte här, sa någon annan. Nej, bara twittligen. Det var inte så illa det heller. Simon Sundén utnämnde mig till årets *twittrare fast ej på plats* i sin bloggpost efter förra SSWC. Kul på något sätt och säger en del om att det går att göra avtryck utan att vara på plats.

Hur som helst medan *alla* var på Tjärö så var jag med statsministern och följde på en båt som skulle till Vaxholm där han skulle hålla sitt årliga politiska tal, tradition i augusti. Som jag satt där och twittrade med Tjärö och lyssnade på sorlet ombord fick jag en idé. Tänkt, sagt och gjort, här vilar inga halta löss, så jag berättade för Fredrik Reinfeldt om mina twitterkompisar som satt på Tjärö och frågade om det var OK att skicka en personlig hälsning/tweet från honom. Det kunde vara lite kul. JA, gör det sa han.

Sen vet ni som var med på SSWC vad som hände. Hälsningen sändes och många undrade om det var sant om det verkligen var statsministern som hälsade. Visst var det så, det var en hälsning från honom personligen. Många blev överraskade och det var en kul grej och enbart menat som en sån också. De flesta tyckte att det var häftigt. Fick många reaktioner på det.

Andra hängde upp sig på att jag sen skrev att tweeten kunde ha nått fram till si och så många. Ett antal jag hade fått fram genom att räkna ihop de ”followers” som alla som reagerat på hälsningen hade. Med reservation då för att många lappade över varandra eftersom flera har samma följare. Jag var väldigt tydlig med hur jag hade tänkt. Allt är rätt – om man förklarar hur man gör, eller hur? Jag tänkte att om jag har 750 flygblad och delar ut dem så är det enda som är säkert är att jag delat ut 750 stycken, inte att alla har blivit lästa. Ungefär som med followers, de finns där men ingen vet vem som läser eller ser vad om de inte direkt reagerar. Eller hur?

Det skulle jag inte ha gjort, tänkt så, för det blev ett liv utan like – så kunde man inte räkna. Det förstörde trovärdigheten hos mig som politiker att använda siffror på det sättet. Det blev bloggposter och det ena och det andra som vände sig mot min personliga trovärdighet. Ofattbart. En skojig grej som byttes mot trista reaktioner och tappade proportionerna. Jag förstår inte riktigt varför. Nu har jag dock sett att det finns vissa sajter som räknar precis som jag hade gjort. Möjliga träffar, beräknat på de följare som finns hos var och en som nås av twittrarna. Så man ska nog mer ”go with the flow” på internet och försöka förstå vad den andre menar innan man går igång. Kanske att man ska vara mer accepterande också. Det känns onödigt

att behöva försvara sig för något som var väl menat.

Att vara tydlig på 140 tecken är inte enkelt. Om konflikt uppstår så är det en bra utgångspunkt att man själv kan ha en del i det hela när något blir fel. Bra frågor är då – Hur tänkte du nu? Tänkte du så här? Det är ett bra sätt att undvika missförstånd i onödan. Vi gör alla såna misstag, tror att vi förstår vad den andre menar och tänker på grund av de 140 tecken vi ser. Så är det inte, vi tolkar allt i vår omgivning utifrån vad vi själva vet om den. Och hur vi menar är inte alltid självklart eftersom vi ofta utgår ifrån att andra befinner sig i vårt eget sammanhang. Så är det väldigt sällan.

Jag försöker själv, men lyckas inte alltid leva efter Robert McCloskeys kloka ord nedan. Det kan underlätta förståelsen när man inte förstår. Frågorna – hur menar du nu? Var det så här du menade? Det är så lätt att dra lans på fel grunder. Vi har alla något att fundera över när det gäller den saken.

I know that you believe that you understood what you think I said, but I am not sure you realize that what you heard is not what I meant.
(Robert McCloskey)

Mary X Jensen: Fil.kand/beteendevetare som varit med i IT-branschen sedan 1980 kallt. Haft många jobb där. Kommunikation, Chef/Iedare, utbildning, strategisk affärsutveckling, HR och internetälskare av stora mått. Jag lever internet. Nu driver jag bloggen MinaModerataKarameller och satsar på en politisk karriär och kandiderar till Riksdagen och Kommunfullmäktige i Österåker. Tycker att humor är viktigt och distans och perspektiv på tillvaron. Tror de flesta om gott tills de övertygat mig om motsatsen.

Twitter: @MaryXJ | Mejl: mary@minamoderatakarameller.se

Kärlek vid första bloggutkastet

Anton Johansson

@agaton

När jag var liten började alltid pirret inför en flygresa redan vid packandet av väskorna. Vi packade alltid sista natten, allt, och fick ofta leta igenom hela huset efter såväl bilnycklar som pass, plånbok och flygbiljetter (vi är troligt den familj som gjort flest sistaminuten-pass på Arlanda genom tiderna). Sedan blev det olagligt fort bilåkt (pga rejäl försening) till Arlanda, incheckning som de sista passagerarna och vips så satt man där på planet – övertrött och full av förväntan.

Det var på nåt sätt den här inramningen av stress, hoppfullheten och kaos före resan som skapade den unika känslan av ”det” på resorna. En känsla av pirr och ”nu händer det” i någon konstig kombo av ”det här får inte ta slut” samt njutning.

Få evenemang har ”det”, i många fall för att den här kraftansträngningen före ofta uteblir. Jag har dock lyckats uppleva några stycken genom åren. När jag för några år sedan dansade abiturientbal i Linköping, övade på att dansa vals med alla mina roliga jämnåriga gymnasiekompisar och min kära danspartner Janni två gånger i veckan under ett halvår, blev baldagen en sådan eufori av ”det” att det fortfarande är svårt att beskriva. Underbart var bara förnamnet.

Även under årets Almedalsvecka i Visby fick jag en sådan här känsla, med klimax på TEDxAlmedalen som jag var med och anordnade. En sådan vecka blir inte till av sig självt och det hårda jobbandet i förväg med den roliga upptrappningen ända till succén var ett faktum blev som ett enda stort ”det”. Jag hade varit med om något som kändes genuint inspirerande, både för mig och andra. Och hittat *det*. Igen.

Det finns ett evenemang som jag visste hade ”det” redan innan jag åkte dit. Sweden Social Web Camp på Tjärö, med Kristin Heinonen och Tomas Wennström som organisatörer. En idé om ett litet evenemang som växte till något stort av en gemensam vilja, en gemensam kraftansträngning och många härliga skratt – av hundratals personer som inte ens träffat varandra tidigare.

Jag vet inte varför Sweden Social Web Camp utmärker sig som det evenemang som åtminstone för mig definierar ”det”-känslan. Det kanske är det unika i att få uttrycka sig med fler än 140 tecken med några av de personer jag pratar mest med dagligen, eller att få uppleva den underbara ön Tjärö med hundratals människor som bara vill varandra väl, danslogen där 15-åringar är lika självklara som 55-åringar eller den stora mängden nördskämt framför lägerelden.

Men antagligen är det så enkelt att vi bara gillar varandra så mycket att vi tillsammans blev tvungna att få tillfälle att kramas, umgås och ha det bra ihop. Det är trots allt så att kärlek är härligast offline. Även för vår lilla bubbla.

Kanske inte kärlek vid första ögonkastet, men kärlek vid första bloggkastet?

Texten finns publicerad på:

<http://fyranyanser.se/2010/07/14/karlek-vid-forsta-bloggkastet/>

http://korta.nu/sswc10_55

Anton Johansson: Pratglad entreprenör, föreläsare och bloggare (SuperAnton.se, Fyranyanser.se, @agaton) som jobbar på Twingly.

Interna system

Fredrik Johansson

@chronix

Så länge som jag har varit yrkesverksam så har jag bråkat med interna system som är så kassa att man får rysningar i kroppen och ibland kvaljningar. Ibland blir man bara så frustrerad att man vill skrika.

De vanligaste skräpsystemen är tid- och frånvarorapporterings-system. De är ofta byggda för att enbart fungera med en webbläsare och en specifik version av denna. Detta kan vara lite problematiskt då det oftast handlar om Internet Explorer och det är lite krångligt att fixa när man sitter på en Mac.

Mitt senaste hatobjekt är ett nytt hänvisningssystem för telefoni. Ni vet, jag är inte anträffbar under denna tid. Nu loggar jag inte in där speciellt ofta men varje gång jag gör det så måste jag läsa instruktionerna för hur man loggar in. Att användarnamn faktiskt betyder epostadress och att man inte ska fylla i lösenord men att man måste fylla i anknytning osv. När man sedan är inne så finns det fritextfält men utan någon text till eller title. Det finns symboler som man förväntas förstå vad de betyder men ingen har någon hjälptext. Det måste man läsa om i manualen. Listan kan göras väldigt lång.

Jag undrar vem som bygger dessa system, man måste väl ändå ha någon yrkes stolthet eller är det bara så att man saknar kompetensen? Den andra frågan jag ställer mig är vem det är som köper in dessa system. Det kanske är en kombination av de båda, den som köper in systemen kan inte ha det minsta intresse av hur användarvänliga de är och det kanske de som bygger dessa system vet om och helt sonika skiter i att lägga tid på det.

Texten finns publicerad på:

<http://fredrik.kink.se/interna-system-1197/>

http://korta.nu/sswc10_56

Fredrik Johansson/@chronix är en korvgalen webbutvecklare som tycker det är kul med fiske och friluftsliv, det är därför han väljer att bo i tält även detta år på SSWC.

Bloggar: fredrik.kink.se och skvalp.se

Social CRM – ett nytt begrepp

Kinna Jonsson

@kinnajonsson

Artikeln som Jacob Morgan¹ skrivit handlar om hur PR passar in i sociala medier och begreppet Social CRM. Att berätta och ”sälja in” en idé eller något handlar mycket om att förstå motpartens vardag i ännu större grad än tidigare. Kunden kommer inte direkt och frågar dig utan du måste vara trovärdigt engagerad för att bli vald som en samtalspart, en part att samarbeta med. Eller som i det här sammanhanget, någon att skriva om. Samma sak gäller en säljprocess. Kunden köper inte en produkt. Kunden köper dig som person och då även den vara/tjänst du vill sälja in. Alltså måste du även här börja lyssna och samtala med kunden. Lära känna kunden och hans/hennes frågor som behöver lösas för att kunna komma ifråga i ett affärs-sammanhang. Med sociala medier har du stora möjligheter att lyssna och förstå din kund på ett helt annat sätt än tidigare. Det är det som är Social CRM.

Fotnot:

1. <http://www.jmorganmarketing.com/where-pr-fits-within-social-crm/> (http://korta.nu/sswc10_57)

Sedan 10 år tillbaka arbetar Kinna Jonsson med digitala lösningar för webben och mailkommunikation. Hon är certifierad Social Media Konsult, på Social Media Academy. Fiduser Communication grundade Kinna 2009 och arbetar med Sociala medie strategier, säljstrategi samt produktlanseringar. Vidare håller hon föredrag kring hur man marknadsför sig med sociala medier. På sin fritid bloggar Kinna om mat på Mormors mat och Kinnas blogg. Hon har tillsammans med

Märtha Jonsson givit ut två kokböcker på familjeägda Klefstad förlag.

LinkedIn: [linkedin.com/in/kinnajonsson](https://www.linkedin.com/in/kinnajonsson) | Sajt: fiduser.se | Bloggar:
mormorsmat.taffel.se och kinnasblogg.blogspot.com |

Twitter: [@kinnajonsson](https://twitter.com/kinnajonsson)



Trubaduren Mats blev så ledsen när han insåg att han
glömt sitt inlogg till Myspace att han inte ville spela mer.

Jag är arbetslös, inte mellan två jobb

Malin Jonsson

@animalinse

Jag blev uppsagd förra våren, som så många andra svenskar, på grund av arbetsbrist. Även om konjunkturen pekade allt annat än uppåt så kom mötet med min chef ändå som en chock. Det var dåliga tider och företaget hade haft det kämpigt innan jul, men det värsta hade löst sig...

På vägen till jobbet, första dagen efter en två veckors snowboardsemester i Alperna, ploppade tanken ”undrar vad jag skulle göra om jag blev utan jobb?” upp i huvudet på mig. Varför jag tänkte så vet jag inte – jag hade inte den blekaste aning om att flera av mina arbetskompisar hade blivit uppsagda/varslade(?) under tiden jag var på semester. Dock började jag ana att något var fel när jag såg semesterplaneringen för den kommande sommaren, det var nämligen flera namn som saknades. Ingen sa ett pip om det och mitt namn var med på listan så jag lät det vara så länge. På eftermiddagen blev jag kallad till möte med min chef och en timme senare gick jag från jobbet med rödgråta ögon.

Jag blev arbetslös, men absolut inte sysslös, i början på juli. Jag hade massvis med saker att göra, träffade fler människor och skapade fler kontakter än jag hade gjort någonsin tidigare. Jag sprang mellan möten, fikor, träffar, mingel och nördläger under hela sommaren.

Under den tiden lärde jag mig många viktiga saker. Man vet aldrig vilka kontakter människor som du träffar har. Ibland kan man känna sig omotiverad till att gå och ta en fika med gammal jobbarkompis, eller sin gamla tråkiga morbror. Är man är tydlig med vad man

behöver och önskar så ska du se att den mest oväntade människan gräver fram en ovärderlig kontakt ur sin plånbok, mobil eller twitterflöde.

En annan sak jag lärde mig snabbt under min arbetslöshet var att många kände sig rätt obekväma om man använde sig av just uttrycket arbetslös. Till och med på #SSWC, världens mest vänliga, öppenhjärtliga och underbara nördläger, fick jag starka reaktioner på mitt sätt att presentera mig. En av gångerna var när ett gäng tjejer träffades för att prata om Geek Girl Meetup. Vi körde en kort presentationsrunda och när det var min tur sa jag ”Hej, jag heter Malin. Jag är arbetslös. Jag v...” Och där blev jag avbruten med en högljud protest. ”Du ska inte säga arbetslös! Du är mellan två jobb!”

Det var varken första eller sista gången jag presenterade mig så eller fick den responsen och ibland kändes det verkligen surrealistiskt. Det påminde om Harry Potter där folk inte vågar uttala namnet på den onde Lord Voldemort och alla ryggar tillbaka om man gör det.

Jag har aldrig varit arbetslös tidigare och för mig kändes det inte konstigt att bara säga som det var. Jag var ju arbetslös, men det var tydligen för obekvämt för folk att höra. Många rådde mig istället till att säga att jag var ”mellan två jobb” – det har väl en mer positiv klang. Men jag ansåg inte att jag var mellan två jobb, då jag inte visste vilket nästa jobb var. Dessutom var det inte tydligt nog. Genom att vara tydlig och säga rakt ut att jag var arbetslös hajade folk till och jag kunde därefter fortsätta prata när jag hade folks uppmärksamhet.

Jag höll kvar vid min presentation av en annan anledning också. Jag tycker att det är så urbotat dumt att det i Sverige ska slätas till och göras fint. Nej, den brutala sanningen ska du hålla för dig själv och den bild du ger utåt ska vara så normal, och helst positiv, som möjligt för att skona dina medmänniskor.

Var brutal.

Säg som det är.

Säg inte ”det är bra” fast du sitter utan mat eller är för sjuk för att orka gå ut med hunden.

Säg som det är så är chansen stor att någon kan hjälpa dig på ett eller annat sätt. Våga säga att du är arbetslös så folk vet att du inte är

på väg till nästa jobb utan att du istället är i behov av ett.

Malin Jonsson: Inte alls arbetslös, animatör och wordpresshackare som jobbar med Odd Alice, Spelbloggen, WordCamp, #wpbar och GameGirls.

Twitter: @animalinse | Sajt: Animalin.se

En hyllning

Anna Järnebeck

@annajarnebeck

Jag var 16 år när jag för första gången såg storheten i internet och dess sociala nätverk. Jag var gravid med min son och i rollen som blivande ung mamma hade jag ett enormt behov av att träffa människor i samma situation som jag. Som tonåring och gravid i en småstad finns inte andra likasinnade runt hörnet och jag vände mig därför till internet. Med hjälp av vilja och sökmotorer fann jag till slut forum där jag hörde hemma. På dessa forum hittade jag inte bara bollplank och stöd utan även två av mina idag allra närmaste vänner. Båda utspridda i landets olika hörn på sätt som gör att jag inte hade hittat dem i det som då kallades det verkliga livet.

Idag är situationen annorlunda. Inte bara är jag snart mamma till en tonåring som flitigt använder nätet som ett redskap för nätverkande, internet är också en del av min värld på ett sätt som jag som tonåring inte kunde ana. Det som tidigare benämndes *det verkliga livet* inkluderar idag i allra högsta grad mina nätbaserade gemenskaper och träffpunkter. Än idag förundras jag över hur jag ibland hittar hem i de sociala nätverken och hur lätt det är att hitta likasinnade oavsett om jag söker någon inom min bransch, någon som delar mina hobbies, min humor eller besitter kunskap som jag söker. I nätverken hittar jag inspiration, kunskap och glädje – aldrig längre än en knapptryckning bort.

Som relativt nystartad twittrare fascinerar jag av den oerhörda närheten till resten av medlemmarna i den gigantiska twitterfamiljen. Jag kan föra en dialog med de större företagen från mitt vardagsrum eller nattsudda med mina nyfunna twänner från mitt köksbord en sömlös natt. Jag kan ställa en fråga och omedelbart få kloka svar

eller nås av information och nyheter som slipper värderas på tidningsredaktioner innan den når mig från olika håll. Jag ser hur företag som förstått storheten i detta nya redskap för att skapa en dialog med sina kunder också får ett försprång i detta nya möjligheternas sätt att kommunicera.

För mig är det nya digitala samhället en värld där dörrarna står öppna och där möjligheterna är gränslösa. Som kommunikationsstudent i detta nya landskap ser jag fram emot många nya lärdomar såväl som oändliga möjligheter och det är med spänning jag blickar framåt mot vad som komma skall.

Som förstagångsbesökare på SSWC ser jag fram emot att många av mina källor till inspiration, kunskap och glädje förflyttar sig till Tjärö för en helg. Jag räknar med intressanta presentationer och utbyte av erfarenheter men givetvis också att få ansikten på alla dessa kloka internetgurus som förgyller mina dagar. Överallt nås jag av tidigare besökares lovord efter förra årets lyckade arrangemang och jag glädjer mig mycket åt att få vara en del av årets upplaga av Sweden social web camp!

Anna Järnebeck: Driver Morsan och Farsan på Nätet som är en hemsida för unga som ska/har flyttat hemifrån. Lanseras i oktober 2010. Studerar kommunikation Nya Medier på Medieinstitutet.

Twitter: @annajarnebeck

Reflektioner från en sponsor

Tina Kaikkonen

@TinaKaikkonen

Min resa till SSWC började med att jag ringde till Tomas Wennström efter att ha läst på hans blogg att han ville samla ett gäng runt lägereldar på en camping med tema runt sociala medier. Jag ställde den raka frågan: Hur kan jag sponsra? Vid den här tiden arbetade jag som Office Manager/HR på TAT och hade insett snabbt att vi ville vara med och synas i just det här segmentet – det vill säga innovativa, visionära och kreativa människor. Efter att Tomas informerat mig att det fanns absolut plats kvar att sponsra var det en enkel sak att boka in ”rätt” sorts sponsordeal vilket blev en väl behövlig fikapaus mitt på dagen. Ett viktigt krav från min sida var att det absolut inte skulle vara några Dole-produkter i och med dokumentären Bananas som var ett hett ämne i medierna. Att synas i rätt sammanhang är en sak, men att synas med rätt värderingar är viktigare, speciellt idag och speciellt när det är i ett sammanhang som handlar om sociala medier. Det är nog det som egentligen tilltalar mig med just sociala medier. De grundläggande värderingar, skaparlust och kreativitet som du som individ besitter kan du enkelt och gratis publicera via sociala medier. Det gör (nästan) alla till makthavare och vår mediebild behöver därför omvärderas varje dag. Det är en spännande tid vi lever i.

Många frågar mig om mina reflektioner över själva eventet SSWC och talarna. Många talare var fantastiska men det som jag upplevde som unikt var närheten till talarna i och med att de stannade kvar på ön tillsammans med oss andra. Det i sig skapade många intressanta och ibland hetsiga diskussioner. En annan reflektion är den återkommande kommentaren: Ahaaaa – det är så du ser ut!! För många var det första gången som de träffades ”in real life”. Det är alltid intres-

sant att betrakta människor som endast har relaterat till varandra på nätet men inte sett varandra i verkligheten.

Efteråt slog det mig att jag troligtvis var den enda som arbetade med HR-frågor som var på ön vilket förvånade mig lite. Om jag ser till vilka kontakter jag skapade så var det med entreprenörer, visionärer men främst människor som ville arbeta inom innovation. Ska-parlusten var något av en röd tråd genom alla individer jag träffade.

Idag arbetar jag med klusterverksamhet på Mobile Heights. Något som går hand i hand med vad SSWC kanske egentligen är? För vad är ett kluster egentligen? Kan det inte vara lite som ett kreativt gäng ute på en camping på en ö i Blekinges skärgård – dock med lite mer eluttag och med en wireless uppkoppling?

Ett stort plus med SSWC var prisbilden. Det i sig öppnade upp för studenter, fattiga entreprenörer och nyfikna människor som kanske inte hade hittat dit om priset för deltagandet hade varit för högt. Att Tomas lyckades locka till sig så många kända namn i mediasfären till en liten ö som Tjärö skapade en fantastisk dynamik och jag tror att alla kände att det var något speciellt att befinna sig där, just då.

Ett litet minus var att det minglades för lite med personer som inte kom från samma stad. I alla fall för min egen del. Kanske något för mig att tänka på inför nästa år... för det blir väl ett SSWC nästa år och nästa år igen?

Vi ses i år och nästa år... och nästa år igen.

Tina Kaikkonen: Media- och Kommunikationsvetare som idag arbetar som Senior External Relationship and Communication Officer på klusterinitiativet Mobile Heights. Är en del av Thought Made, Geek Girl Meetup Öresund och Creative Clash. Styrelsepost i Media Evolution, Doc Lounge och ledamot i ledningsgruppen för Game Assembly. Stöttar Hungerprojektet och Aluma. Brinner för "cross pollinering" av olika branscher. Tror framförallt på att Öresundsregionen kommer att växa med entreprenörskap, innovation och rätt värderingar.

Twitter: @TinaKaikkonen | Blogg: tinabloggar.blogspot.com

Nu tar vi håll på myten en gång för alla

Leif Kajrup

@liffeman

Om man tar 400 sociala webb-nördar och sätter dem på en ö i Blekinge skärgård över en helg. Kommer de att prata med varandra eller kommer de bara att twittra och faceboka till varandra via iPad eller mobil? När jag berättar för kollegor, vänner och familj att jag ska åka på hajk med 400 sociala webb-nördar tittar de lite konstigt på mig och frågar: ”Varför det?”

För att förstå får jag nog berätta lite om mig själv först: jag är en teknikfreak och framför allt ett Apple-fan. Jag har förmodligen haft, eller har någon av alla Apple produkterna från Mac+ till iPad. Jag vet hur man gör en hemsida och kan knacka lite html och css, men där går gränsen. Så epitetet nörd är jag van vid. Däremot så är mitt jobb att guida företag och organisationer rätt i den digitala mediadjungeln, hur man kommunicerar på nätet, med vem, varför och hur. Det är vad jag jobbar med, alltså reklam, eller marknadsföring, eller kommunikation i ett nytt medialandskap med nya konsumtionsbeteenden.

Så, en som arbetar med kommunikation, varför ska jag på en webb-nörd camp? Jo, just därför! För det är där vi kommunicerar idag. Både medvetet och framför allt omedvetet. Allt vi gör i dag lämnar spår, från när vi skickar en kul bild via mailen till våra bankärenden i internetbanken. I alla våra aktiviteter som vi gör på nätet, och det kan vara på datorn, mobilen eller någon annan mobil enhet (läs iPad) är vi sociala. Vi ger och tar och vi byter information, intryck och känslor mellan oss. Vi tar det för givet att när vi sms:ar någon

så läses det så som vi vill att det ska uppfattas för att när vi sms:ar så gör vi det till någon vi vet vem mottagaren är. Men vad händer när vi inte känner mottagaren? Hur uppfattas våra intentioner med kommunikationen då? Var går gränsen för vad som är ok och vad som är fel, och kanske direkt kränkande. Hur kan vi genom en enkel kommentar påverka en hel målgrupp att byta varumärke inom en viss produktgrupp? Det är sådana frågor jag arbetar med och det är på event som Sweden Social Web Camp som man kan få svar och insikt i dessa frågor. Det är inte 400 webb-nördar som träffas en helg, jag skulle vilja påstå att det är de vassaste hjärnorna i mänskligt beteende som träffas. 400 människor som vet att allt vi gör på nätet påverkar.

För att ytterligare förstärka och en gång för alla ta håll på myten om att sociala webben-nördar är en samling människor som bara kan kommunicera med mobilen eller via twitter och facebook. Så här ligger det egentligen till:

Jag var på Sweden Social Web Camp 2009 på liten ö i blekinge skärgård som heter Tjärö (känner ni igen det). Vi var 280 sociala webben-nördar som samlades en hel helg. De flesta av oss hade aldrig träffat varandra tidigare mer än via twitter, facebook och jaiku. Vad hände? Var man än vände sig började man prata med någon som man "kände". Jag kunde direkt prata avslappnat med nästan alla jag såg därför att vi "kände" varandra. Vi följer varandra i olika sociala nätverk därför att vi delar värderingar, och därigenom har man fått en ganska klar bild av personerna bakom de konstiga namnen som t.ex. @moonhouse, @mymlan, @dojan, @jonkpiratboy, @mamilldo, @agaton, @doktorspinn. Vi hade lärt känna varandra innan, så även om vi aldrig hade träffats så visste vi precis vilka vi var, vilket gjorde att samtalen blev mer avslappnade, och framför allt konkreta när det behövdes. Jag har aldrig tidigare upplevt något liknande och jag tycker det belyser vad den sociala webben egentligen handlar om, att riva murar och skapa gemenskap och delaktighet.

Och det är därför jag åker till Sweden Social Web Camp i år igen, och om det arrangeras fler gånger efter det, förmodligen då också. Känslan av att vara en del av en gemenskap som gör skillnad och som kan påverka. Det är häftigt. Gör det mig till en sociala webben-nörd? Då är jag stolt över det!

Texten finns publicerad på:

<http://www.reklam2.se/2010/07/nu-tar-vi-hal-pa-mytten-en-gang-for-alla/>

http://korta.nu/sswc10_58

Leif Kajrup: Har arbetat med reklam och kommunikation i snart 20 år och har stort fokus på digital kommunikation. Föreläser och utbildar inom sociala medier i det egna företaget Kajrup communication (www.kajrup.se), men arbetar även som projektledare för digital kommunikation på The Concept Factory i Malmö (www.tcf.se). Förutom det så driver jag även bloggen Reklam 2 (www.reklam2.se) om den nya generation reklam och marknadsföring samt arrangerar Social Media Club Skåne (www.facebook.com/smcskane)

Finns på twitter och de flesta andra sociala plattformar som @liffeman

Oj så många jag aldrig hört talas om, de måste bo i ett annat kluster

Béatrice Karjalainen

@Beastankar

Jag bloggar då och då om hur det är att känna sig lite utanför, att inte alltid passa in i sammanhanget, att stå vid sidan av på exempelvis ett mingel och först tänkte jag skriva en ny text till boken en som handlade om min klump i magen för att åka hit på SSWC. Tänk om det skulle bli tre dagar av ett ständigt stå utanför att titta på människor i olika grupper och inte våga ta steget in. Men medan jag skrev den texten bestämde jag mig för att nä så skall det ta mig attans inte bli, någonstans bland alla de där 400 personerna finns de som hör till mitt lilla kluster, de som jag faktiskt dagligen samspråkar med via tangentbordet om det så är i bloggkommentarer via twitter eller att vi länkar till varandra/retweetar varandras saker. Och då kom jag att tänka på den här texten jag skrivit så den får bli mitt bidrag till den här boken istället för 18 sidor om hur det är att hitta igen sig själv vilse på ett berg, 54 sidor om att vandra 10 mil i sträck för att utmana sig själv, hur man bäst bakar en kaka eller hur roligt och jobbigt det är att vara förälder. De texterna får ni leta upp själva.

Deepedition delade ut en artikel från HD.se¹ om att bloggofären är död men att bloggkluster uppstår. Bloggofär anses vara elitistiskt och inneslutande och antyder en enda stor gemenskap enligt artikel-författaren. Men han undrar vad skillnaden skulle bli om man pratar kluster.

Deeped skriver² att det enda vi bloggare har gemensamt är att vi är bloggare. Och det håller jag med om. På rabeffak edlos (Solde kaffebar) kan man läsa³ att nästa års ord borde vara kluster. Och efter att ha skrivit en uppsats om just klusterbildningar i min MBA-utbildning så är jag kanske beredd att hålla med. Ett kluster är en sammanslutning av individer/företag/organisationer med gemensamma intressen, strävan mot gemensamma mål. Man är konkurrenter men hjälper varandra ändå för målets skull. Jämför med oss bloggare, vi konkurrerar till viss del om samma läsare men för att få läsare, för att kunna väcka debatt och tankar är vi beroende av varandra. Vi måste länka till andra som skriver om samma sak (både de som håller med och är emot). Vi utbyter idéer, tankar, vinklingar, peppande, dissande m.m. i egna blogginlägg men även i kommentarer hos de andra.

Vi kan ingå i flera kluster som i sin tur kan ha flera medlemmar från andra kluster eller så är vi isolerade från övriga individer när vi deltar i ett kluster. Jag skrev en kommentar till en post jag delade ut för ett tag sedan: *”Lustigt. Jag satt igår och funderade på hur bloggar hänger ihop. Hur vissa bloggare bildar små tigha gäng som läser och länkar till varandra. Hur man ibland hittar en ny blogg och den i sin tur hänger ihop i ett annat moln av tigha bloggare. Och mellan molnen går ett par fåtal länkar där någon råkar ha uppmärksammat båda.”*

Dessa moln jag pratar om skulle kunna kallas kluster. Undra hur den kartan skulle se ut.

Varför babblar jag om detta nu då, jo jag kollade nämligen på listan över vilka som sitter i panelen för stora Bloggpriset. Det finns med en hel del bloggar jag känner igen namnen på, bloggar jag läser dagligen och har i min GR, en del känner jag bara till via namnet, kanske läst någon gång för att de hamnat på Knuff eller att någon av bloggarna jag läser har länkat. Men det fanns också en hel del bloggar jag aldrig hört talas om. Om man skulle ta den där listan och försöka gruppera den så tror jag man skulle finna att de bildar kluster/moln. Vi har mode/fest/glamour-bloggarna som läser varandra men kanske inte länkar så där jätteofta till varandra och så har de sina hangarounds som ofta länkar till dem. Politik/samhälle-bloggarna håller

ihop rätt tight och där länkas det, det finns ett antal blandbloggar som ofta länkar till dessa och inte allt för sällan får en länk tillbaka eftersom de är bra på att kommentera och ge en samlad bild. Osv...

Många små bloggar kommenterar ofta hos andra, länkar in till ett visst kluster men får sällan länkar tillbaka. Ofta kan de nog vara ganska spridda i vad de skriver om, som jag. Ingen tydlig profil alls. Skriver mest för att det är roligt att skriva och då och då få återkoppling. Utan profil är det svårare att bli en kärnmedlem i ett/flera kluster. En kärnmedlem är någon som många läser/länkar till, som ofta väcker nya frågor/ämnen som andra hakar på.

Bloggosfären är inte elitistisk och uteslutande, där kan vem som helst vara med och flyta omkring i bubblan. Att få respekt och dras in närmare ett klusters kärna är desto svårare. Att bli hangaround och bara länka in i klustret är lätt och är man enveten och trägen (och har något eget att säga) blir man snart läst och då kommer även länkarna ut från kärnan. Och andra i ytterkanten kommer också länka eftersom kärnan har tyckt att det var intressant.

En viss verksamhet i ett kluster klarar sig inte utan stödverksamheter, Trolleywood är beroende av cateringfirmor, boenden, få låna lokaler mm. Många små är beredda att stödja filmindustrin med detta och slår sig samman för att erbjuda tjänsterna, har jag fullt på mitt hotell rekommenderar jag grannhotellet istället för att bara säga att det är fullt. På så sätt kan man behålla filmverksamheten i närområdet. Genom att länka till andra intressanta bloggare kan man behålla sina egna läsare och sakfrågan får en bredare debatt. Sen finns det ju undantag, det finns bloggar som är jättestora, bloggar som man näst intill aldrig ser länka ut till någon annan, bloggar som inte direkt innehåller någon substans att diskutera kring. Så varför de har så otroligt många inlänkar förstår jag inte men jag är inte heller målgruppen. Någon gång skall jag ta och kika närmare på exakt vad det är andra länkar till hos dessa bloggare.

Men bloggosfären är som vilket annat samhälle som helst, det finns sociala nätverk som man nyttjar för olika saker och alla har sin egen ställning i de olika nätverken.

Fotnoter:

1. <https://hd.se/kultur/2008/12/19/ett-aar-aer-snart-till-aenda-har-i/> (http://korta.nu/sswc10_59)
2. <http://deepedition.com/2008/12/14/priser-for-bloggar-och-annat/> (http://korta.nu/sswc10_60)
3. http://soldekaffebar.blogspot.com/2008/12/veckans-mns_12.html (http://korta.nu/sswc10_61)

Texten finns publicerad på:

<http://beastankar.blogspot.com/2008/12/oj-s-mnga-jag-aldrig-hrt-talas-om-de.html>

http://korta.nu/sswc10_62

Béatrice Karjalainen: vandrande, läsande, filmtittande, internetberoende och med lite för många gadgets som går dåligt ihop med lättviktspackandet.

Twitter: @Beastankar | Blogg: beastankar.blogspot.com | Bloggar även på: pocketblogg.se och filmblogg.pricerunner.se | Epost/Gtalk: beatrice.karjalainen@gmail.com | MSN: bea@ludd.luth.se | ICQ: 2466272 | Mobil: +46 (0)70-3255382

Tillsammans gör vi Twitter till vad det är

Mattias Karlsson

@jetuma

Det tog ett tag innan jag insåg vad Twitter kunde tillföra och bidra med för mig, och det var just det som var problemet. Twitter är bara en plattform för att kommunicera och är i sig själv innehållslöst. Det är du och jag som använder tjänsten som gör det till vad det är, och du är själv ansvarig för att din användning och upplevelse blir bra.

Allt handlar om kommunikation, oavsett om det är ur ett privat eller affärsmässigt perspektiv. Det är öppet och tillgängligt för alla och du knyter själv kontakter och nätverk. Användandet bygger på korta meddelanden och vanligtvis länkar till andra källor så som webbplatser, bloggar och bilder (max 140 tecken). Du betalar genom ditt engagemang och att själv dela med dig av din kunskap, kompetens, erfarenhet och intressen.

Många av mina vänner och kontakter på Twitter flyter ihop både affärsmässigt och privat, vilket är mer naturligt än konstigt och för min del bidrar just den kombinationen till en större och rikare upplevelse.

Om jag ser till min egen nytta och nöje så bidrar människorna på Twitter till ett mervärde som jag har svårt att hitta på ett annat sätt, varken på nätet eller irl.

Kommunikation, Internet och digitala medier har i över 10 år varit centralt i mitt yrkesverksamma liv. Det finns inga eller mycket få utbildningar eller kurser där jag verkligen kan lära mig något nytt, då det ofta är ”gammal skåpmat”. Vidareutvecklingen för mig handlar

helt enkelt om att möta människor som jobbar med kommunikation och digitala medier på olika sätt.

Twitter är idag navet i min kunskapsutveckling. Här finns människor med precis den kompetens och kunskap som jag har nytta och nöje av att kommunicera och nätverka med. En kunskapskälla som är outtömlig och som jag själv bidrar till och fyller på.

Varje vecka får jag konkret hjälp och stöd i form av svar på frågor och problem, nya kontakter, tips, omvärldsbevakning, nyheter, utvecklande dialoger. Ja, listan kan göras lång och den växer hela tiden.

Mina stora intressen utanför jobbet förutom familjen, är foto och löpning. Här har jag också hittat vänskap och nätverk som bidrar till ett roligare och mer socialt liv.

Konkreta exempel är löpargänget i Götegor #gbgrun som varje vecka samlas, umgås och tränar tillsammans. De har inspirerat stort och vi håller nu på att starta upp en löpargrupp i Karlstad #solaspring. För fotointresserade finns nätverken #fotosondag och #fototriss, som med olika uppdrag och teman varje vecka knyter samman människor med olika ambitionsnivå, kunskap och utrustning. I alla de här nätverken och grupperna är det gemenskapen som är central, inte att vara bäst, snyggast eller snabbast.

Min fasta övertygelse är att det snart är det lika vanligt och naturligt att använda realtidsnätverk för att kommunicera, som det är att skicka e-post och att ringa med telefon eller mobiltelefonen.

Jag är ödmjuk och har all respekt för personer som inte gillar den här typen av kommunikation, och jag tror att de här personerna själva måste hitta nyttan och nöjet med sitt användande.

Personligen är jag sedan länge övertygad.

Tack alla mina vänner, affärskontakter och nätverk som gör Twitter till vad det är.

Texten finns publicerad på:

<http://jetuma.se/2010/07/tillsammans-gor-vi-twitter-till-vad-det-ar/>

http://korta.nu/sswc10_63

Jag heter Mattias Karlsson och kallar mig på nätet för Jetuma. Sedan 1999 har jag jobbat med kommunikation och affärsnytta på Internet. Efter 10 år i bank- och finansbranschen gjorde jag ett rejält miljöombyte för två år sedan till offentliga sektorn och landstinget. En ny värld med massor av möjligheter att utveckla den digitala kommunikationen och medborgardialogen inom hälso- och sjukvård. Förutom mitt jobb och min familj, är mina två stora intressen; foto och löpning. Jetuma hittar du på Twitter som @jetuma och bloggarna www.jetuma.se och www.bildligtlat.se. Mattias Karlsson i sin yrkesroll hittar du på Landstinget i Värmland mattias.karlsson@liv.se

Om sociala medier och hajpen

Emanuel Karlsten

@emanuelkarlsten

Vi kan väl börja med att vara öppna och ärliga med varandra? ”**Sociala medier**” är ett modeord. En hajp. Något företag, kändisar, tidningar ofta använder som ett alibi för att visa att man hänger med, förstår sin samtid.

Lika ofta används det på motsatt sätt. Att, trött och oförstående för hajpen, säga ”jaha, men så gör något i sociala medier”?

Men låt oss slå fast: Sociala medier är det internet som vi använder i dag. Att vi kallar det ”sociala medier” handlar mest om att fokusera på hur internet utvecklats. Hur vi gått från digitala anslagstavlor där vi bara tagit emot information, till att själva bidra. Vi började med att sia om ”det nya internet”, säga webb 2.0 om den tid där sajterna blev sociala. Sedan började det allt tydligare hända. Vi skapade gemensamma kunskapsbanker. Vi startade bloggar, en slags ofärdiga texter som formades öppet och tillsammans med läsarna. Vi började använda video, bilder och utifrån de plattformar där vi publicerade våra alster skapades ett slags digitala samhällen. Allt bättre plattformar skapades, med allt bättre verktyg för att berätta för våra vänner om våra liv.

Skillnaderna på livet med eller utan tangentbord suddades långsamt ut.

Allt medan mediernas utveckling stod ganska still. Visst, vi försökte överföra den pappersbaserade journalistik vi kunde till de nya, digitala, plattformarna. Det hade ju fungerat bra med både radio och tv. Men på internet blev det allt svårare. Det hade en annorlunda grundstruktur.

Det är först nu 2010 som vi, på riktigt, börjar se effekter och

konsekvenser av det.

Plötsligt är tonåriga bloggaren Kenza, som uppdaterar några gånger om dagen om frukostar och strumpbyxor, lika stor som tidningsgiganten Sydsvenskans sajt.

Plötsligt har vår gemensamma videoklippskatalog Youtube lika många besökare på en dag, som DN.se har på en vecka.

Plötsligt är det inte längre någon tidningssajt som är Sveriges största, utan den som lyckats förvalta det sociala, samtalen, bäst: Facebook.

Mitt i allt det här blir det viktigt – av största vikt – att förstå den sociala delen av nätet. Hur vi kan göra journalistik där. Hur vi är relevanta där. Hur vi överlever där.

På så sätt blev sociala medier ett modeord. Men också ett av de viktigaste orden att förstå för mediehusens överlevnad.

Texten finns publicerad på:

<http://blogg.expressen.se/tabloism/entry.jsp?messid=587056>

http://korta.nu/sswc10_64

Emanuel Karlsten: Snubblade in på webbredaktörskap när jag sökte en reportertjänst. Upptäckt hur mycket mer spännande och nytta journalistik i nära samverkan med läsarna. Arbetar nu som sociala medier-redaktör på Expressen.

Twitter: @emanuelkarlsten | Telefon: 0702772030 | Mejl: emanuelkarlsten@gmail.com

Sökordspoesi

Micke Kazarnowicz

@kazarnowicz

En dikt klippt och klistrad av autentiska, oförändrade sökfraser som folk använt för att hitta till min blogg under maj månad. Det är betydligt bättre än något jag medvetet skulle kunnat skriva. Jag suger på poesi.

vad betyder bög?

kate beckinsale / wentworth miller
kolla in mig
jag är inte bög jag bara knullar
nakna värnpliktiga

italienare är bögar

manliga illusioner
gör det bekvämt för musen
bögar suger kuk
jag är en scientologi kille

jag vill knulla

dekadent betyder
att knulla en man och ändå vara hetero
is the shit betyder
känslan av att titta någon i ögonen

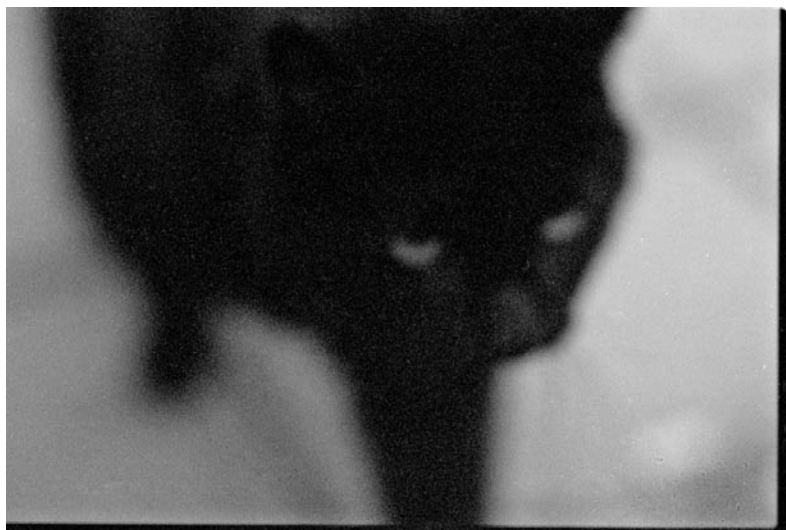
är jag bög?

Texten finns publicerad på:

<http://www.asiktstorped.se/bloggande-bloggar-och-bloggliv/sokordspoesi/>

http://korta.nu/sswc10_65

Micke Kazarnowicz, medellång tevespelsfantast med radioröst. Har en liberal grundinställning till livet, gillar samhällsdebatt med fokus på frågor som rör HBT och jämställdhet och är instruktör i Bodypump, Bodycombat och Bodyjam på World Class i Stockholm. Nås på 073 207 87 00, @kazarnowicz eller kazarnowicz@gmail.com



I väntan på darknet så laddar Katarina endast ner torrent-filer från traktors med https-protokoll.

My new mantra

Jonas Klevhag

@JonasKlevhag

I often tend to exhaust myself when developing new ideas. I really want to give the idea its fair chance to become something and there's usually no lack of energy either. Creating new concepts and ideas really make me tick. The problem is that more and more effort goes into each new prototype. And every time I succeed the bar is raised for the next time. It's not a completely sustainable approach.

When I came up with the idea for Minc/On (an idea generation concept where an entrepreneurial dreamteam solve a problem specified by a celebrity guest) it was one of those magic moments. When you put two and two and two together and it turns into the greatest idea since sliced bread. I was thrilled to say the least. A win-win-win concept for the guest, the incubator and the startups.

As the event came closer details fell into place. Celebrity chef Tina Nordström booked as guest, a dreamteam of entrepreneurs lined up to participate and Idélaboratoriet involved in the process design. We all felt this was a potential hit.

Expectations were building up too of course. On the week before the first event all spare time was consumed by making sure everything would work. On the very day I was so focused I actually had to remind myself to enjoy doing it and not just focus on all the things that could go wrong. I desperately wanted to avoid messing up the idea so bad we wouldn't get to do it again. Although, frankly, that wasn't very likely.

It went well. And again I was exhausted afterwards. So I took the opportunity to turn this experience into a new mantra: *To do new things good enough to get to do them again, and bad enough to make it*

fun improving them.

Texten finns publicerad på:

<http://jklev.wordpress.com/2010/07/21/my-new-mantra/>

http://korta.nu/sswc10_66

Jonas Klevhag är affärsrådgivare för Teknopol och Minc i Malmö/Lund med bakgrund inom mjukvara och media och särskilt fokus på storytelling, försäljning och kundfinansierade startups. Hittills sämsta idén var att bygga ett par digitala steppskor innan den trådlösa tekniken var fullt utvecklad.

Mejl: jonas.klevhag@teknopol.se | www.teknopol.se

Mejl: jonas@minc.se | www.minc.se

Blogg: jklev.wordpress.com | Twitter: @JonasKlevhag

Svåra saker... flörteriet

Karin Kling

@KarinmedK

26 augusti 2007

Det ska bli typ 10 grader nästa vecka, definitivt en hint om att sommaren faktiskt börjar ta slut. Även om jag inte är helt okej med det, så finns det inte så mycket att göra.

Det gäller att börja nåt nytt innan det är för sent. Alla börjar röra sig nu, eller lägga sig till rätta. Dricker en o annan drink o tittar upp under luggen, i jakt på någon som kan tillfredställa ens tilltagande höstmysbehov. Någon som de skulle kunna stå med utanför porten och se de första löven gulna... o fundera på om man kanske ska va två som går in i porten. Men innan man kommer dit är det en hel del flörteri som ska till.

Där är vi ett gäng som faller bort. Eller hamnar fel.

Antingen för att vi inte blir flörtade med, eller för att vi inte flörtar med någon, eller för att flörteri är en vetenskap som man inte alltid behärskar. Som jag ser det, är det stora problemet inom flörteriet att folk egentligen inte är intresserade av den de flörtar med. Utan man är mer intresserad av att den de flörtar med ska bli intresserad av dem. Det är också det som är så besvärligt med flörteri. Ibland blir ju folk faktiskt seriöst intresserade av den personen som en människa utgav sig för att vara när han eller hon flörtade... det är då inte underligt att besvikelse är en naturlig konsekvens. Det är inte alltid trevliga överraskningar. Framförallt gör detta att folk kan se ganska roliga ut när dom flörtar med varandra. Lite lätt ansträngt.

För egentligen skulle man kunna säga att de i första kontakttagieriet egentligen har högre tankar om sitt eget navelludd, än om

den de börjar flörta med. Och det måste de ju ha. För hur skulle man kunna tänka sig att någon skulle bli intresserad av en om man inte själv tyckte att man är lite sådär omåttligt intressant?

Det är inte så konstigt att det är vid ganska få tillfällen som man faktiskt känner sig kapabel att flörta. Och problemet med att man behöver ganska mycket egenkärlek för att faktiskt våga flörta med någon, är att om man hyser så mycket egenkärlek för sig själv, så söker man egentligen inte alls någon som kan bli ens livs kärlek. Den är man liksom redan själv, vilket förmodligen anses vara ganska sunt. Även om det kanske finns en gräns där det inte är så attraktivt längre.

Hur som helst, dessa bubblande, skuttiga pilskänslor som kommer gör att jag med alla andra blir lite till oss. Att det faktiskt bitvis kan vakna intresse igen efter att man förlorat förmågan att känna nåt alls. Men det kan leda till väldigt olika resultat... Något man fått erfara en och annan gång för mycket.

En god vän pratar om någon som jag inte vet vem det är, o hon föreslår att vi går via affären medan vi pratar. Hon fortsätter prata om honom... o så ser jag det, det där blänket i hennes ögon.

– Men du, gumman... du e ju förälskad!

– Va!?! svarar hon.

– Ja!?

– Nääee... eller jo. Men du, jag behöver råd, asså, jag vill ju att han o jag ska träffas igen. Men jag vill inte vara för på o jag vet inte hur man liksom, ååh... hjälp mig! *Hur gör man?*

– Men, söta du, råd... av *mig?* Om hur man gör i inledningsstadiet av en förälskelse?

– Ja, hjälp mig!

– Kärleksråd?

– Ja?

– Okej... Mina bästa kärleksråd *ever*, det är att vad du än gör: lyssna aldrig på mina råd, gör inget som jag hade gjort... o typ...

– köp hem choklad!

Texten finns publicerad på:

<http://levasomkarin.blogspot.com/2007/08/svra-saker.html>

http://korta.nu/sswc10_67

Karin Kling: Min blogg är min dagbok, min ventil. Vi är tajta och har hängt ihop i flera år nu. Kanske kan man lära känna mig genom bloggen, eller kanske inte. Somliga dagar tror jag inte riktigt att jag är den personen som målas upp där. Men i stora drag stämmer det väl, jag är frågor, funderingar, tv-serier, ångest, hästar, relationer, kärlek, vänner, plugg och fullständigt förälskad i internet.

Twitter: @KarinmedK | Blogg: levasomkarin.wordpress.com

Internet: trygghet, frihet och gemenskap

Magnus Kolsjö

@MagnusKolsjo

Tisdag morgon flygplatsen i Krakow. Anlande för en timme sedan och har hunnit få i mig en kopp kaffe och läsa Svenska Dagbladet. Sitter nu och väntar på en god vän som ska komma in från Edinburgh.

Trots att tidningen följde med på flyget och Almedalsveckan bara är några dagar bort, känns det politiska livet och den stundande valrörelsen avlägsen.

Skönt. En veckas uppkopplad avkoppling i Polen är nog precis vad jag behöver.

Men vänta nu. Uppkopplad? Då får man väl ingen avkoppling?

Kanske kommer någon att anse att jag blottar en diagnostiserbar åkomma när jag berättar att för mig gäller en mycket enkel regel: utan uppkoppling – ingen avkoppling. Men det handlar inte om teknikstress, kontrollbehov eller storhetsvansinne, tror jag.

Det handlar om att ta med många fler vänner på resan. Att dela med mig av mina upplevelser. Och att kunna hålla kontakten och föra ett samtal även om tid och rum skiljer oss åt.

För mig beskriver detta vad den samhällsförändrande kraften i internet handlar om – trygghet, frihet och gemenskap. Visst är telemetri, fjärrstyrning och molntjänster stort och spännande. Men inget är nog fullt lika stort som att ha en tryckpress, en tv-studio och tillgång till hela världen i sitt eget knä. Att fritt sprida sitt budskap, att ta del av ny kunskap och att vara en del av en större dialog är nu mer än någonsin tidigare inom räckhåll för var och en. Allteftersom

fler och fler tar vara på den möjligheten kommer det ställa krav på att det sätt myndigheterna möter medborgarna förändras. Ja, till och med politikens former kommer behöva nya spelregler.

Vad vi hitintills har sett av internet kan tyckas vara som en uppfinning i stil med rotationspressen – en förfinad och snabbare tryckteknik men egentligen inget nytt om man jämför med själva boktryckarkonsten i sig. Men jag vill hävda att internet, med de möjligheter till kunskapsspridning och dialog som det sociala nätet innebär, är en uppfinning som kan få lika stor inverkan på samhället som jordbruket, boktryckarkonsten eller ångmaskinen.

Jag måste gå nu men återkommer till det senare.

Torsdag eftermiddag. Har ägnat tisdagen och onsdagen åt att se mig om i Krakow och dagen idag åt att besöka Auschwitz och Birkenau. Jag lyckades redan igår vid lunch slå i taket för hur mycket data-roaming Telia tillåter. Det är bra att det finns en kostnadskontroll men det är vansinne att det ska kosta över 30 kronor per megabyte att fortsätta hålla kontakten med omvärlden bara för att man reser utanför Sverige. Till telekombolagen verkar varken den europeiska integrationen eller globaliseringen nått ännu. Nu har jag bett Telia att ta bort spärren på mitt abonnemang.

De senaste dagarnas diskussioner på nätet har för min del mest handlat om platser jag besökt eller platser som mina vänner rekommenderat mig att se under min resa. Idag har det dock handlat en del om politik.

Det började redan igår när Tobias Brandel på Svenska Dagbladet ringde upp mig för att prata om Kristdemokraternas medverkan på Stockholm Pride. Artikeln som publicerades idag föranledde mig att först skriva en kommentar på Facebook och sedan ett inlägg på min blogg. Ett inlägg som Tobias svarade på bland kommentarerna. Jag ska senare skriva ett svar till honom för att göra vad jag kan för att han ska ta tag i sina tankar om att skriva en uppföljande artikel.

För mig är detta en av de möjligheter som internet erbjuder. Svenskan kunde få tag på en av våra pressekreterare som har tillgång till mitt privata nummer och därför kunde nå mig i Polen. Tack vare

att artikeln publicerades på svd.se kunde jag läsa den här. Jag kunde väcka en diskussion om den på Facebook och jag kunde skriva ett blogginlägg och via Twitter uppmärksamma Svenskans journalist att jag kommenterat hans artikel.

Intervjun hade självklart kunnat genomföras även om inte internet fanns. Men uppföljningen på artikeln och dialogen med den skrivande journalisten skulle inte kunnat hända lika snabbt, lika öppet och lika jämlikt utan de möjligheter som internet ger.

Så, är detta den revolution som jag menar internet kan innebära – att föra en dialog med en journalist?

Nej, det är det inte. Även om sådana dialoger kan bidra till att förändra journalistiken så är det bara att skrapa på ytan till de möjligheter till samhällsförändring som internet innebär.

Tänk er ett scenario där allt fler politiska makthavare engagerar sig i en direkt dialog med sina väljare. De tar intryck av vad de hör och formulerar sina personliga valplattformar utifrån den övertygelse som växer fram genom de många samtalen. Tänk er att de tack vare det breda förtroende de vinner genom att välja den sociala dialogen blir invalda i en beslutande församling. Tänk er nu att en allt större del av våra förtroendevalda blir invalda på denna typ av mer personliga mandat.

Hur hanterar man maktpolitiska frågor som partidisciplin och koalitionsuppdrag i ett sådant läge? Vad blir viktigast för den enskilde politikern, partiet som nominerade en och kan erbjuda intressanta förtroendeuppdrag eller de väljare som valde en och utan vilkas stöd frågan om förtroendeuppdrag blir irrelevant?

Med små marginaler mellan de politiska blocken och koalitionsregeringar bestående av många partier klarar det svenska systemet bara en knapp handfull personvalda politiker, än färre om de skulle göra allvar av att driva en personlig agenda i olika frågor.

I längden innebär detta att vi har två alternativ i Sverige. Antingen rullar vi tillbaks utvecklingen och avskaffar personvalet helt och hållet, något som också skulle minska politikernas incitament att delta i dialogen på nätet, eller så hittar vi ett sätt att ta vara på det växande engagemang som finns hos medborgarna och låter våra folkvalda ta

med sig det de får med sig från nätet in i de beslutande församlingarna. Men detta alternativ kräver att vi besvarar en rad andra viktiga frågor: Vad händer med partierna om de enskilda politikerna får en starkare ställning? Hur skapar vi ett starkt parlamentariskt underlag för en regering om man har 349 ledamöter att förhandla med istället för sju olika partier? Och i vilken mån är det önskvärt att ge ett mer direkt inflytande i en representativ demokrati, kommer kanske en av grundprinciperna i vårt demokratiska system att behöva förändras?

Det är inga enkla frågor och vem som helst som tror sig ha någon form av svar får gärna räcka upp en hand.

På grund av frågornas komplexitet och på grund av att partierna i dem kan ana sin egen död i den form vi känner dem idag tror jag att det kommer ta lång tid innan vi får se den potential som finns i det sociala nätet förverkligad. Men i längden tror jag det blir omöjligt att stå emot den kraft till förändring som finns.

Med vetskap om jordbrukets fördelar ville alla dra nytta av de möjligheter som jordbruket erbjöd och människornas organisering i större bygemenskaper samlade kring marknadsplatser blev en naturlig följd. När väl boktryckarkonsten var ett faktum var upplysningen och folkskolan bara en fråga om tid. Och i och med ångmaskinen, mekaniseringen av jordbruket och urbaniseringen var folkrörelserna, frikyrkan, facken och de moderna politiska partierna inte långt borta.

För Sveriges del ledde jordbruket i längden fram till att staten Sverige kunde bildas. Boktryckarkonsten gav oss först reformationen och ett system med tronarvingar och i förlängningen 1809 års regeringsform. Ångmaskinen skapade den utveckling som stegvis förändrade regeringsformens tillämpning för att till slut leda fram till 1974-års regeringsform.

Bakom dessa tre avgörande steg i historiens utveckling finns tre av människans kanske starkaste drivkrafter: trygghet, frihet och gemenskap. Tryggheten i att kunna tämja naturen och bli mindre beroende av dess nycker för att få mat för dagen. Friheten i att kunna bilda sig en egen uppfattning och leva sitt liv efter sina egna önskningar.

Gemenskapen i de större byarna och i de olika folkrörelserna som växte fram i urbaniseringens spår.

Med hjälp av internet kan människor i än större utsträckning vara med i samhällsdebatten utifrån en egen välgrundad uppfattning. Tekniken skapar en möjlighet för det antika Greklands agora att återuppstå i ny form. Fler beslut kan lämnas till mindre gemenskaper och enskilda medborgare vilket gör att färre vardagsnära beslut blir beroende av politikens nycker. Direkt demokrati kan åter bli möjligt och nya gemenskaper kan byggas upp över gränser i både tid och rum.

Jag kan inte dra mig till minnes något tillfälle i historien då människor frivilligt tackat nej till mer frihet, bättre trygghet eller starkare gemenskap. Om vi som människor kan få detta och det inte sker på bekostnad av andra, finns det inget som i längden kan stoppa oss från att nå fram till det. Och detta är vad som övertygar mig om att det sociala nätet i förlängningen kommer få avgörande konsekvenser för vårt samhälle.

Magnus Kolsjö är andre vice distriktsordförande för Kristdemokraterna i Stockholms län. Till vardags arbetar han som biträdande kanslichef på Kristdemokraternas riksdagskansli och som politiskt sakkunnig åt kommun- och finansmarknadsminister Mats Odell och är där bland annat ansvarig för e-förvaltningsfrågor. Han är @MagnusKolsjo på Twitter och bloggar från och till på <http://magnuskolsjo.se>

Routar nätet om politik till meritokrati?

Sergej Kotliar

@ziggamon

Internet är en fullt decentraliserad maskin. Det är uppbyggt som ett nätverk av routrar som alla har i uppgift att att få meddelanden att hitta en väg. Om en väg är blockerad hittar nätet en annan väg, sådan är dess natur, det är vad det byggdes för – om halva jordklotet försvann i en kärnvapenattack skulle internet säkert fungera hyfsat på återstående hälft.

Problemen som nätet routar runt är ju inte bara tekniska hinder. Systemet fungerar lika bra för att routa runt hinder ditsatta av människor. Internet har redan routat runt upphovsrättslagstiftning, människors integritet, och nu senast militär sekretess. Det har alltså inga större problem med att routa runt befintliga maktstrukturer – både militära, ekonomiska, juridiska och politiska.

Och därigenom skapas en ny maktstruktur, som enligt bl.a. Alexander Bard har en annan valuta än pengar – uppmärksamhet. Pengar kan fortfarande köpa uppmärksamhet – en process som kallas för reklam, men som börjar bli allt mindre effektivt som metod. Maktstrukturen uppmärksamhet fördelas på ett helt annat sätt än makt tidigare distribuerats – det är inga folkomröstningar där alla har lika röst, utan likt Twitters följaranalogi sprids rekursivt – de som fått mest uppmärksamhet får mer att säga till om vem som närmast ska få uppmärksamhet, osv.

Maktstrukturen som uppkommer är alltså en meritokrati – där den som gjort mest får mest makt över vad som ska göras.

Vilket sammanträffandevis är så de flesta Open source-projekt

organiseras. Open source-projekt som byggde upp just det internet som routade runt maktstrukturerna i vår värld.

Nördarna såg det först.

Med referenser och ursäkter till Kevin Kelly och Alexander Bard.

Mångsysslare och filosofisk filur som hållit på med webb i någon form i 13 av mina 25 år.

Blogg: ziggamon.wordpress.com | Twitter: [@ziggamon](https://twitter.com/ziggamon) | Facebook: facebook.com/ziggamon

Folket kräver mer data!

Andreas Krohn

@andreakrohn

50 miljoner kronor är allt det skulle kosta staten att släppa rådata från SMHI, Sjöfarsverket och Lantmäteriet enligt en artikel i Computer Sweden¹. Tidigare har jag skrivit om hur norska Meteorologisk Institutt har släppt väderdata fritt på yr.no, vilket har lett till en explosion av nya vädertjänster också i Sverige. Logiken bakom norrmännens fria väderdata är att det är skattebetalarna som finansierar insamlandet av datan, alltså ska skattebetalarna dra nytta av den. Samma logik gäller tyvärr inte på denna sida gränsen.

Många svenska myndigheter säljer sin data dyrt, det är t ex inte gratis att använda data från SMHI. Stora delar av denna försäljning är till andra myndigheter, och om man tar bort denna del av försäljningen så finns det inte mycket kvar. Räknar man dessutom med skattintäkter från de nya tjänster som kan skapas baserat på rådatan från myndigheterna så blir kostnaden ännu mindre. Peter Kranz på opengov.se säger att *”Det strömmar ju ut människor från it-utbildningarna varje år som inte vill något annat än att programmera och utveckla nya och intressanta tjänster. Det enda som saknas i dag är tillgång på rådata.”*

Om ni är intresserade av att få tillgång till data från myndigheter så rekommenderar jag att ni följer vad som händer inom det området på opengov.se. Det händer också intressanta saker på hackamakten.se.

Fotnot:

1. <http://www.idg.se/2.1085/1.290620/lag-kostnad-for-frislappt-radata> (http://korta.nu/sswc10_68)

Texten finns publicerad på:

<http://www.mashup.se/blogg/folket-kraver-mer-data>

http://korta.nu/sswc10_69

Webbutvecklare som fokuserar på öppna APIer. Jag bloggar om dem på mashup.se, använder och utvecklar dem för diverse kunder och i mina egna projekt (t ex twittoppen.se). Bor i Helsingborg det mesta av året, men försöker spendera minst några månader om året i min andra hemstad Mexico City. SSWC 2010 är mitt första, missade 2009 eftersom jag då var upptagen med att bli pappa (ja, jag prioriterade min dotter över twittrande får).

Twitter: @andreaskrohn | Blogg: mashup.se och digitalistic.com | Mail: andreas.krohn@digitalistic.com

En picklad text

Erik Laakso

@uppstuds

Allt är redan skrivet, allt är redan sagt och det genialiskt tänkta är redan tänkt av någon annan. Intet är nytt under solen som predikaren sa och det sa han för flera tusen år sedan. Vad du än föreställer dig så kommer inget unikt ut ur din penna eller ditt tangentbord. Någon har redan manuset till din världsomvälvande roman i sin byrålåda eller i fåfängt hopp inskickat till något förlag. Vad jag än väljer att skriva har någon annan redan skrivit det och förmodligen med snitsigare formuleringar och bättre kommatering. Det enda som återstår är att bli en jävligt bra bibliotekarie som kan gräva rätt på alla briljanta formuleringar och placera in dem i snygga kategorier för andra att bläddra i.

När den tanken slagit framgångsrik rot och börjat gro med ihärdighet kan man lägga alla ambitioner på hyllan. Eller så kan man gödsla sitt högmod och söka sträva efter att formulera det där som ingen annan klarat och helst heller inte kunnat tänka. Min självkänsla är det inget större fel på så jag försöker fortsätta formulera det dunkelt tänkta och ännu icke upptäckta även om jag förstår att det är fåfängligt arbete men som samme predikare, som citerades inledningsvis, så är allt fåfänglighet och den ena fåfängligheten är väl inte sämre än den andra fåfängligheten, så säg?

Det här visar också att tanken på upphovsrätt egentligen är sjukt och något underligt, ett extremt utslag av högmod helt enkelt. ”Just det här har bara jag lyckats formulera, komponera och strukturera och därför får ingen annan formulera det på samma sätt.” Vilken megalomanisk, framvällande personlighet vågar sig på att tro att man själv var först med en tanke, en slinga, en text?

I den här boken skrivs en oändlig rad fantastiska tankar, många på temat att vi delar med oss av det bästa vi har. Vi delar med oss för att väcka tankar, få ett fortsatt arbete att växa utan gränser och utan begränsningar. Du som får fatt på en tanke och tar den vidare kan fritt och ohämmat göra vad du vill med den och om du sedan tycker dig ha blivit inspirerad till nytänk och stordåd så är vi alla glada tillsammans med dig.

Och för den som undrar, det nyss skrivna är snott, stulet, kopierat, tjuvat, nallat, ”lånat”, samplat, snattat och sjoksat från både kända och okända tänkare och jag tänker inte kredda dem idag. Så stäm mig då! Jag torde fortsätta formulerade lånade texter.

Texten finns publicerad på:
<http://www.eriklaakso.nu/?p=2523>

Erik Laakso, politisk debattör och sedan 2005, bloggare med egna bloggen ”på Uppstuds”. Erik är frihetlig socialdemokrat och utbildar inom sociala medier samt inom ämnen som ligger arbetarrörelsen nära. Dessutom skriver Erik reportage, gör analyser och utredningar på uppdrag av olika organisationer. Han börjar under hösten 2010 att blogga på onlinemagasinet Voltair.se samt som skribent i kulturmagasinet Voltaire.

Telefon: 0730-786489 | Twitter: @Uppstuds | Facebook: Erik Laakso
| Blogg: eriklaakso.nu och voltaire.se

Hur sociala media växte upp, klippte sig och fick fast arbete

Johan Lange

@JohanLange

Hur länge har de funnits? Det är lätt att bli fartblind! För min del tog det verklig fart med två communities – Sysslingarna och Shortcut. Genom dessa två kunde jag studera vad som fungerade – och inte. I den ena var förutsättningarna strålande – i den andra fanns det aldrig resurser. Det som skilde i mina ögon var dels inställningen – ”sharing is caring” på ett tidigt stadium – vi talar 1999. Dessutom kom ”co-creating” eller ”crowd-effekten” tidigt. Shortcut.nu gjorde det geniala – att öppna för egna tribes – genom att öppna för grupper. Här lärde vi oss alla massor. Jag startade och drev som mest sju grupper. Det kan låta som en efterhandskonstruktion men jag tänkte rätt tidigt att ”detta måste man kunna dels göra stort – dels ta med in i det vanliga arbetet”. Att det skulle bli SÅ HÄR BRA kunde jag däremot inte drömma om! Jag tror många känner igen sig i ytterligare några händelser, aktiviteter och inverkan av nyckelpersoner:

Jaiku – att sy ihop mobilen med applikationer, terminaler som vi ville på Sendit

Twitter – när jag såg första pratbubblan på en karta som rörde sig för varje tweet – då ändrades min värld. Varje individ är spännande, unik och – har ett forum!

Våra Shortcut.nu-träffar i Caféliv, Trädgårdsliv, och allt. Se flödet av info i möten och efterföljande diskussioner. Erfarenheten av när jag som gruppleddare skulle driva – och släppa

FreelanceSweden och 2Lance.net – nätverk för frilansare. Vad driver folk att dela med sig? Jag tror fortfarande att framtiden tillhör

frilansaren!

Sociala medieluncherna – lunchträffarna på Elverket med realtidsspaningar och nätverkande – oj vad vi har mycket att tacka Annika Lidne för! Via denna inleddes samarbete med Vladimir Koller som kom från webbstrategi/bygga – kompletterade min företagsstrategi och ledarskap. Resten är historia!

Reboot – en un-conference som hittills arrangerats 11 gånger i Köpenhamn med primus motor Thomas Madsen. Jag gick som på moln, förstummad och grymt imponerad och influerad. Hann knappt landa före...

Almedalen – ja, faktiskt. Hur kommer DET in i sociala medier? Jo, två personer var centrala här. 2009 var det Brit Stakston, JMW och Maria Gustafsson, MIKU. Alla minns Brits kakelträff när hon nådde 150 tweets i timmen. Så kommer...

SSWC! – un-conferencernas un-conference! Den oerhört involverande känslan. Känd eller okänd, kom med här! Hur väl ett ”un-conference”-koncept fungerar, inte helt olikt krafterna bakom en wiki. Hur fort denna första tillställning blev legendarisk!

Jobbet – hur ska vi få in allt detta fina i jobbet? Ja, så sakteliga visade det sig!

Framväxten av LUCK®

Nå, under dessa år har det hänt rätt mycket. Och sociala medier har en viktig roll att fylla. Jag kommer med några påståenden – och förslag till åtgärder. Dessa åtgärder har jag för enkelhetens skull paketerat under namnet LUCK.

Påstående: Användandet av sociala medier och mobila terminaler kommer driva på processutvecklingen

När allt fler använder sociala medier med dessas effekt på öppenheten kommer de tydliggöra de interna processerna och funktionerna på ett helt nytt sätt. Se till exempel SJ som haft problem på tågen under den gångna vintern. De säger sig trimma och förbättra men

nu måste de snart visa VAD de gör och HUR. Annars försvinner förtrondet. Lägg till detta användande av mobila terminaler. Det finns en balans som innebär att om det tar kort tid för mig att agera eller rapportera, då ska det också ta rimligt lång tid att åtgärda det jag kommunicerat om. Vi vet alla att dessa processer ofta är allt för långsamma idag. Det må handla om att du rapporterar ett hål i gatan till att du ansöker om miljöbilscertifikat hos kommunen. Vi kommer kräva mer, snabbare och bättre. Utan att jobba hårdare.



Av Johan Lange, LEK Verksamhetsutveckling

Så – allt är klart – bara att justera processerna då?

Nähä – så enkelt är det inte! Nu har jag bara beskrivit detta utifrån, ur kundens perspektiv. För när vi kommer IN i organisationerna ser det ju inte alltid så muntert ut. Vi har processer som inte hakar i varandra, revirpinkerier som hindrar god kommunikation, stuprörstänk som hindrar kommunikation mellan de enheter som borde samarbeta för kundens bästa. Lägg därtill oklara mål, oklara mandat, oklara drivkrafter, håglösa medarbetare som inte får feedback. Chefer som inte vet hur man får med sig personal utan att kontrollera fram. Ja,

listan blir lång. Och det spelar till slut ingen roll hur bra personal vi rekryterar – de har inte verktygen för att göra ett bra arbete!

Change will come! – men hur?

Så kommer insikten – ofta på grund av dålig ekonomi, ibland genom ett chefsbyte. Någon kommer in med insikten att *något behöver göras*. Ibland har de koll – och lyckas. Ofta har de koll – men det är som att ropa in i en lovikkavante: inget händer. Det jag ser nu är att många försöker. I sin iver att förbättra så förändrar man – men blir det bättre? Jag är faktiskt snudd på livrädd för vad de halvhjärtade satsningarna på bland annat Lean kan leda till. Det vi brukar kalla ”mean lean”. Vill vi ta till härskarteknik (se Elaine Bergqvists utmärkta bok ”Härskarteknik”) kan vi ju dra till med ”Det funkar ju på Toyota – varför inte här???” med klar adress: medarbetarna, som ju måste vara korkade.

Så kommer satsningarna på coachande ledarskap. Ja, man sätter chefer i träning. Coacha är bra – det funkar ju i idrotten. Men bara ett tag – sen återgår det till det vanliga. Ingen vet egentligen inte vad som händer, men dåligt blev det och efter det kan vi alla fnysa åt ”alla som kallar sig coacher”. För VI VET minsann!

Sociala Medier någon? Ja, ”klart vi ska ha det på jobbet!” Chefen börjar glatt blogga. Varför? Nah, inte så viktigt, viktigare att visa att man hänger med. I vad verkar inte heller vara så viktigt. Några facebookar litet i överkant och det skapar diskussion. Andra verkar chatta alldeles för mycket – och vad chattar de om? Chefen? Vi stänger tillgången till Facebook. Lika bra att göra detsamma med chatten – låt dem köra mail så lär de sig nog. Och var det inte litet för mycket negativa kommentarer till VDns blogg? Äh, vi lägger ned. Locket på. Skönt. Vad tyst och praktiskt det blev...

Och under ytan pyr det... (*hoppas jag!*)

En tänkbar väg framåt som tar fasta på alla de goda egenskaperna

Nå, vad göra? Jag tror att dessa tre områden som var för sig har svårt

att överleva i vardagens krävande dagsljus tillsammans kan bli oerhört starka. Men det krävs att vi blir fler som tror på detta! Processer som ägs av dem som arbetar i dem, ledda av chefer som verkligen i grunden förstått coaching – förstärkta i smidig kommunikation med smarta verktyg. Där tror jag vi har några av de viktigaste ingredienserna för framtidens ledarskap i framgångsrika organisationer. Varför? Därför att vi förtjänar det – vi som arbetar, våra kunder, världen! Den som arbetar med ansvar för sin process och medarbetare och ser kunden har svårt att slita ut folk och miljö!

Paketering is da shit!

Då jag vet att paketering och begrepp ökar chansen till förståelse och därigenom en av grunderna för dialog så har jag valt att lägga dessa tre kardeler (de tre delarna av en rejäl tamp på ett skepp) för att symbolisera deras samlade styrka. På en modern båt optimerar man detta vidare genom att välja kardeler som har styrkan och en mantel om dessa som har beständigheten mot nötning, solens ultravioletta strålar, väder och vind. I detta fall har jag valt att ta med Kognition – eller ”kommunikation på hjärnans villkor”. Rön från senaste hjärnforskningen kan vi också kalla den. Eller neuropsykologi för den medicinskt bevandrade. Läger vi samman dessa får vi LUCK:

Lean – att skapa smidiga processer (dock inte svälta dem magra som ibland sägs)

Unified communications – eller underlättande internetverktyg, SM + mobiler

Cochande förhållningssätt – att arbeta med medpartens perspektiv, mål, resultat

Kognitiv förståelse – att förstå hur vår hjärna faktiskt fungerar i olika situationer

I min mission sedan tidigare har jag haft att ”för varje chef jag kan få trygg – skapas trygghet (och resultat!) för 10 – 20 till direkt – och kanske 1000 under dennes karriär”. Nu tror jag mig vara på spåret till något stort – att få några bra tankar och filosofier att sätta sig rejält. Jag

hoppas detta koncept passar in i Victor Hugos tanke ”Inget är så starkt som en idé vars tid har kommit”. Jag tror vi är redo. Vad tror du?

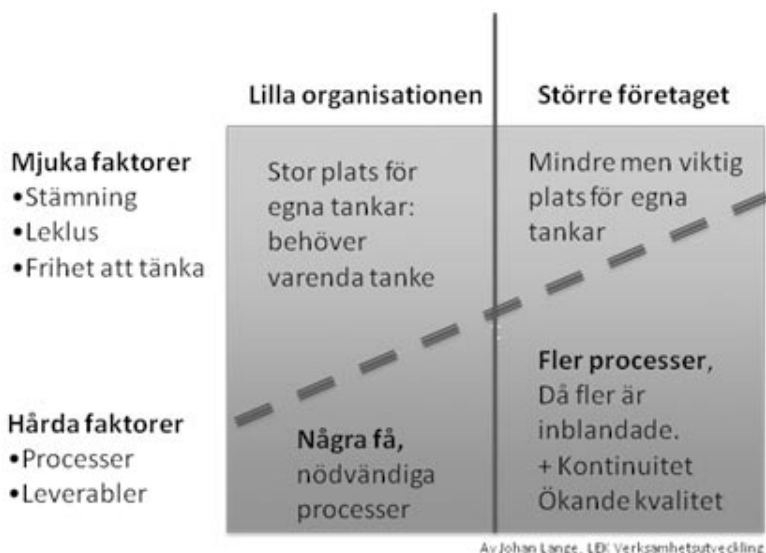


Bild: När en organisation växer så krävs mer ordning och reda. Men ska det ske på bekostnad av inflytande och kreativitet?

Att faktiskt göra det – till handling!

Jag upplever att många organisationer vill börja i process-ändan, i detta koncept i L:et. ”Får vi bara processerna på plats blir det bra” tänker många. ”Checklistor!” säger någon annan. ”Mallar” lägger en tredje till. Men då jag tar upp frågorna om ”hur tror ni att folk fungerar då?” så väcks ett intresse – och vi börjar i K:et istället. För om vi ska nå mål tillsammans kan det ju vara smart att fundera på hur de där människorna som tillsammans ska nå målet – hur de faktiskt fungerar.

Kognitionsdelen

Här arbetar vi med mentala funktioner. Vad vi faktiskt idag vet om hjärnans funktioner: motivationsfaktorer, inlärnings- och kommu-

nikationsstilar. Perceptiva filter och grunden för val av attityd och beteenden. Grupp beteenden; normering, teambyggande och samarbete.

Coachingdelen

När vi väl har koll på några av våra viktigaste funktioner ligger Coaching runt hörnan. Hur kan jag leda andra på ett sätt som är bra för dem och mig – och resultatet? Coaching har beskrivits på många sätt. Jag väljer här beskrivningen delvis ur organisationens påverkan:

Coachingen syftar till att nå resultat och mål, mål som uppfattas som viktiga för den som blir coachad. Coachingen sker till största delen i den coachades perspektiv. Det är där drivkraften måste fästa. Insikter och kunskaper ska vävas ihop med den enskildes erfarenheter och kompetenser. Hur mödosamt det än kan låta – det är värt tiden! Vidare är ansvar ett självklart element i coaching. Under den följande processen får de allt mer utmanande uppgifter och närmar sig förvånansvärt fort ett coachande förhållningssätt.

Vi genar nu till Lean-delen (och tar Unified Kommunikation sist, men det GÅR att köra innan ordning – allt efter kundens behov!)

Lean-delen

Vissa är nästan religiösa, andra hatar det, några suckar. Vad är det – Lean? Risken är att vi tröttnar innan vi fått kunskap nog. Jag föll för Lean då jag arbetat så mycket med processer men sett dem fallera allt för ofta. Vad är det som får vissa företag att lyckas minska fel och öka välbefinnande på arbetsplatsen – och andra att klara ett tag, för att sedan åter falla ned i gamla hjulspår?

1. Visualisera – hur ser en enkel process ut? (den ska vara lätt att förbättra)
2. Nulägesanalys (gärna med SWOT) – och hur ser processen ut – var ärliga
3. Vad tillför värde för kunden/brukaren/nästa steg?
4. Framtida – önskat – läge: varför vill din kund ha det så?
5. 5S – som är en metod för ökad ordning och struktur

Underlättande internetverktyg/Sociala medier

Detta är väl fel forum att tala om vad som är bäst. Som i hela LUCK-konceptet så gäller anpassning. Vilken är ambitionsnivån och vilka resultat förväntas? En hel del kan hanteras i vanliga mail – men annat förtjänar att spridas mer –

- chatt avlastar ett ofta tyngt mailsystem – bidrar även med realtidskänsla
- en blogg kan tydliggöra tankar och huvudriktningar vi väljer – och kommentarerna kan komma när som helst. Spec. bra vid flerskift
- video för att dra slutsatser – och sprida visualiseringen på tavlorna
- delicious använder vi för delning av länkar/minskar mailbelastningen
- dropbox/google docs kör vi ofta för delning/samskapande av dokument
- en wiki för att samla erfarenheter

Tecken på att det går bra?

Det är vanligt att de som lyckas väl med sina förbättringsprojekt brukar nämna några eller alla nedanstående:

- det är bra närvaro på genomgångarna vid tavlorna
- de som uppdaterar tavlorna är själv involverade i processerna
- cheferna lyssnar men är inte så aktiva i mötet – de lämnar det ansvaret till de drivande
- arbetet kring tavlorna blir allt mer intensiva – det lönar sig ju!
- De avgörande besluten väntar oftast till visualiseringsmötena – det tar litet tid men värdet av gemensamma beslut överväger
- Medarbetarna i processerna ser effekten av ansvar – och vårdar det väl
- Man pratar MED varandra – inte OM. Det gäller även stegen före och efter det egna i processen



Av Johan Lange, LEK Verksamhetsutveckling

Bild: När det fungerar så utvecklar teamet/delprocessen sina egna rutiner. I synk med andra – och bara vid överenskomna tidpunkter. Effekt: Samarbete, förbättring, ansvar

Några andra effekter

- No blame-kulturen sprider sig – det är inte så farligt att ha fel – utan vi styr mot målen, lösningen blir mer intressant än vem som har rätt
- sjukfrånvaron sjunker ofta dramatiskt – ibland till noll. ”Jag vill vara på jobbet för jag kan påverka varje dag!” är ett vanligt uttalande
- övriga mötesrum blir allt mer lediga – ett tecken på att mängden möten minskar – det mesta löses i tavelmötena
- andra enheter kommer på besök för att få info – och att lära och utbyta erfarenheter. Det som varit så svårt i andra projekt – kunskapsöverföringen – sker nu av sig självt

När det inte går bra...

När jag nämner lean får jag idag ofta höra om projekt där det INTE

går så bra. DÅ är jag idel öra – här finns säkert att lära! Några av de saker som brukar komma upp är:

- vi uppdaterar inte tavlan så bra längre
- många deltar inte så mycket i mötena – antingen är man inte där alls (kundmöten mm går före) eller så är man där men pratar inte så mycket
- det är inte längre vi som jobbar med tavlan – chefen löser en massa som vi slipper
- någon är där och ändrar under tiden MELLAN mötena

OM det INTE går bra – hur korrigerar vi?

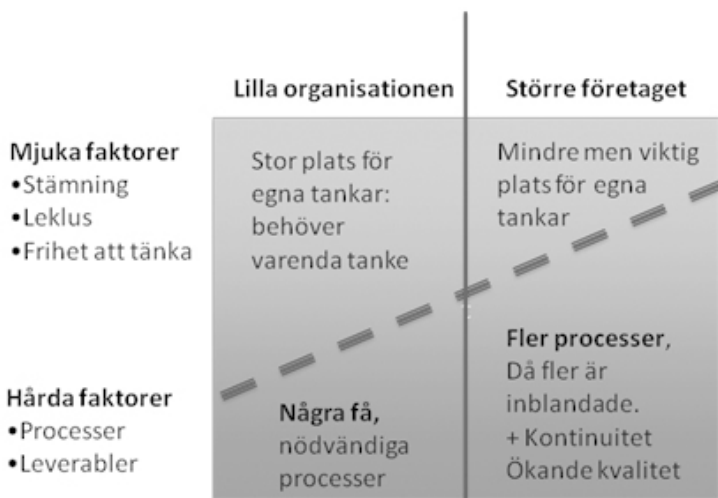
Det FINNS sätt – enkla och litet mer komplicerade. När något inte fungerar är det busenkelt att ta till styrande metoder – och många GÖR just det! Då faller hela systemet. Vi skulle ju leda coachande!!! Så hur gör vi det? Jo, genom nyfikenhet och sokratiska frågor:

- Hur blev det så här? Beskriv arbetsgången
- Vilka var de första tecknen på att det gick illa?
- Vad kan ni trimma på för att de felen ska försvinna?
- Osv...

Hur passar nu allt detta så väl med SSWC? Jo, denna process, med alla som finns i processen som deltagare – inte en föreläsare som driver – utan co-creation – att vi skapar tillsammans, och tillsammans driver mot målet – det är framtiden!

Till sist: Dödar processer kreativiteten?

Det kan de säkert! Men det beror väldigt mycket på HUR vi skapar våra processer – är de VÅRA processer – eller enbart chefernas? HUR utvecklas processerna? NÄR utvecklas de? Vill vi så kan vi ju se processerna som stöd för det kreativa – och processerna som effekter av det kreativa. Processerna kan ju liknas vid sedimenten i våra hav, bestående av skalen av sedan länge döda plankton ger de upphov till nytt liv. Det är min förhoppning att ett lyckat processarbete skapar just detta – en kreativ miljö som föder sunda processer – och processer som skapar plats för mycket kreativitet!



Av Johan Lange, LEK Verksamhetsutveckling

Bild: *Processerna ska vara så anpassade att de föder och stöttar kreativitet, och kreativiteten ska få påverka processerna*



Texten finns publicerad på:

<http://lange.com.wordpress.com/2010/07/17/hur-sociala-media-vaxte-upp-klippte-sig-och-fick-fast-arbete/>

http://korta.nu/sswc10_70

Johan är ingenjören från KTH som förbluffades av ledarskapet och nu arbetar med de till buds stående medlen för att verkligen få det att fungera väl: De traditionella metoderna och Lean Management – kompletterade med Sociala Medier och coachande förhållningssätt. Stor utvecklingsoptimist, glad att få leva nu när internet ger så många möjligheter lokalt och globalt. Förutom ledarskap är naturen, segling och fotografi viktiga intressen. Du hittar min blogg på lange.com.wordpress.com och följer mig på @JohanLange

Hållbar webbutveckling

Pär Lannerö

@plannero

Hej webbcampare!

Förra gången jag var ute i naturen med en massa IT-folk var när KTH på 1990-talet införde obligatorisk miljökunskap för alla studenter. Hundra bleka datanördar tvingades göra studiebesök IRL för att studera mossiga granar. Bokstavligt talat. Inte många av oss trodde att det var yrkesmässigt relevant för blivande systemutvecklare. Nog för att man kan spara några miljarder processorcykler (och därmed energi) med smart kod, men några räddade skogar skulle det knappast räcka till. Datorerna står ju ändå och tuggar hela tiden. Nej, vi trodde att miljökunskapen bara var meningsfull AFK (och där var vi nästan aldrig).

Så fel vi hade!

Lyckligtvis var vissa andra mer klarsynta än jag och förstod att även vår bransch kan ha betydelse för miljön. Man började tala om *Grön IT*¹ och kom på t.ex. att ”molnet” faktiskt kan reducera antalet idisslande servrar.

Själv gillar jag begreppet *hållbarhet* bättre, eftersom det inkluderar hushållning med alla typer av resurser, alltså inte bara de mossgröna. Med ”hållbar utveckling” (eng. sustainable development) menas²

**resursanvändande som möter behoven här och nu
samtidigt som förutsättningar bevaras för framtidens behov**

Webben har en enorm potential att bidra till ett hållbart samhälle! Framförallt genom att webben underlättar välinformerade beslut. Den gör att vi kan köpa rätt varor, vid rätt tillfälle och av rätt leverantör. Likaså hittar vi rätt väg med kartor vi hämtat med HTTP GET,

och många onödiga resor kan undvikas helt. Felaktiga köp och vägval är ren resursförstöring. Den sociala webben ger dessutom företag och andra makthavare nya skäl att sköta sig – även på miljöområdet – för att skydda sina varumärken. Och så vidare...

Kort och gott: Webben är Facebook-kompis med Hållbarhet!

Samtidigt är webben inblandad i en oändlig härva av ohållbart resurs-slöseri! Här är några exempel:

- Värdefull information ligger inlåst i API-lösa system
- Värdefull information ligger ohittad eftersom den inte blir indexerad
- Högklassigt material återanvänds inte av rädsla för upphovsrättsproblem
- Användningsvillkor som ingen kan/hinner läsa skapar osäkerhet och hämningar
- Dåliga användargränssnitt förstör arbetsmiljöer och leder till stress och förlorad tid
- Dåligt dokumenterad kod gör att hjulet måste uppfinnas gång på gång på gång
- Väl dokumenterad kod görs svårtillgänglig av patent och licenser

Som synes är det inte slöseri med klassiskt *gröna* resurser jag räknar upp. Snarare handlar det om mänskliga resurser. Främst tid. Men i mina ögon spelar det mindre roll. Kan människor och organisationer spara mycket tid så kan den tiden växlas in i både pengar och miljö.

Guld och gröna skogar, jag lovar!

Men hur kan slöseriet bytas mot hållbarhet? Ja, det som behövs, enligt min uppfattning, är inga nyheter. Det kryllar av initiativ och metoder som syftar till att öka återanvändning, öppenhet, hittbarhet, användbarhet, tillgänglighet, integritet och kvalitet. För att inte tala om säkerhet. Jag tänker på PSI-direktiv, Creative Commons, Linked Data, 24-timmarswebben, WAI, OpenID, Scrum och så vidare...

Tyvärr är det svårt att ta hänsyn till alla perspektiv samtidigt.

Open Source-folket är ofta jätteduktiga på återanvändning, men

inte alltid på dokumentation och användbarhet. Användbarhetsfolket å andra sidan kan förstås sin grej, men har (bortsett från Steve Jobs) ofta svårt att sälja in den, och struntar ibland helt i öppenhet. Öppenhetsivrarna behövs verkligen, men kan i sin iver glömma nytto- och affärsperspektiven. Utan lite affärstänk och SEO kan många webbprojektet lägga ner direkt, men respekterar de sofistikerade annons- och analysverktygen användarnas integritet? Socialmedieexperterna har fått många att se nya möjligheter, men vem har koll på riskerna? Semantic Web-folket har visioner och idéer som kan disrupt:a hela världen, men ingen förstår dem. Och så vidare...

Kanske är lösningen att samla alla som utvecklar webben någon gång om året, ute på en ö, så att vi får dela varandras perspektiv, bära varandras bördor, och basta på en flotte? Hundra nördar i skogen...

Har du andra recept på *hållbar webbutveckling*? Skicka med flaskpost till @plannero.

Fotnoter:

1. <http://www.anvandgronit.se>
2. http://en.wikipedia.org/wiki/Sustainable_development (fri översättning)

Det tog 17 år för mig att bli civilingenjör på KTH. Under tiden hann jag bl.a. grunda konsultföretaget Metamatrix (1999), webbmuseet dejavu.org (1997) forska om Semantic Web (2006-8) samt bilda familj. Kvar på Metamatrix. Just nu mest med uppdrag åt Post- och Telestyrelsen.

Mejl: par.lannero@metamatrix.se | Twitter: @plannero



I lägenhet 13885 på åttonde våningen bor Kim Yong.

Där driver han Ebaybutiken greatsales999.

Missunnsamhet och återhållsamhet dödar kreativiteten

Maja Larsson

@Maja_Larsson

Jag har gått och tänkt på en sak under den senaste tiden och ju mer jag tänkt på det, ju mer uppretad och irriterad har jag blivit. På samma gång ledsn. **Missunnsamhet och återhållsamhet. Det dödar kreativiteten.** Det hindrar utvecklingen och det hindrar människor från att ta för sig av livet. Och finns det något sorgligare än att inte få leva sitt liv, fullt ut? **Att få kasta sig ut, chansa och – ta för sig!**

Man säger att det är i sorg och svåra tider som man ser vilka som verkligen är ens vänner. Det kan nog stämma. Men. Jag skulle vilja vända på det och hävdar att det också är **när det går riktigt bra och när man är riktigt lycklig som man ser vilka som är ens sanna vänner.** Jag talar av egen erfarenhet men jag ser det också runt omkring mig. Missunnsamheten. Att inte glädja sig åt när det går riktigt bra för någon. Är det kulturellt? Ja, kanske. Är det vanligare bland kvinnor? Jag vet inte, men jag tror det.

Är det inte dags att istället vända det här? **Att glädja sig åt varandras framgångar. Och istället för att känna sig mindre värd när det går bra för någon annan – känna sig peppad att ta nya kliv själv!** Är inte vår tid på jorden lite, lite för kort för detta ständiga titta-snett-på och fördömande? Jag vill iallafall lägga min tid på annat än det.

Det här jävla landet lagom. Det gör mig mer förbannad än mycket annat. Varför denna missunnsamhet? En negativ spiral där mått-

fullhet, återhållsamhet och ”det räcker” tar på tok för mycket plats. Tar för mycket energi.

Inte skratta för mycket. Inte säga att man är bra. Inte ta för sig för mycket. Inte vara för positiv. Dämpa dig!

Nej. Jag vill omge mig med människor som ger mig energi och kraft. Som jag kan glädjas med och som kan glädjas med mig. Och det finns många i min omgivning som ger mig precis det. Som jag vet är mina riktiga och sanna vänner. **Som stöttar mig när livet inte är så lätt – men som också med hela sitt hjärta gläds med mig när det går bra.** Och de vet att det är ömsesidigt.

Maria ”Maja” Larsson, Uppsala: Tidigare gymnasielärare i estetisk verksamhet, foto och webbdesign. Studerar nu Kommunikation Nya Medier vid Medieinstitutet i Stockholm. Driver ”Fotosöndag” med temapostningar, samt ”Morsan och Farsan på Nätet”, en sajt för unga som flyttar hemifrån som lanseras i oktober 2010.

Twitter: @Maja_Larsson | <http://bildblogg.mine.nu>

Twitter: @fotosondag | <http://fotosondag.se>

Riskerar din sociala mediainvestering att själv dö? Botemedlet är passion, nödvändighet eller beslutsamhet

Annika Lidne

@annika

SUCCÉ ELLER SOTDÖD? Det senaste året har allt fler företag börjat engagera sig i sociala medier – och än fler har börjat nosa på möjligheterna och sätta sig in i området. Kanske har man börjat skapa strategier eller konkret börjat testa olika tjänster och nya sätt att skapa relationer med omvärlden. Jag tror tyvärr att många företag får uppleva att deras insatser i sociala medier kommer att själv dö.

Det finns många exempel på företag som mycket framgångsrikt har använt sociala medier för att göra sitt varumärke och sina produkter kända, skapa relationer med sina kunder, hjälpa kunderna med problem, skapa ambassadörer, skapa opinion eller driva ren försäljning. Det finns dock något som skiljer dessa företag från många av de svenska företag som idag börjar titta på sociala medier. Passion, nödvändighet eller beslutsamhet.

Passion

Många företag underskattar tiden det tar att effektivt engagera sig i sociala medier. Det handlar inte om att skriva en bloggpost eller

en Facebookpost ungefär som ett pressmeddelande, publicera och sedan luta sig tillbaka. Sociala medier kräver aktivt engagemang inte bara i att publicera information, utan också att följa upp och svara på reaktioner, att aktivt skapa fans och följare och inte minst genom att aktivt följa sitt eget område i blogosfären.

De företag som varit mest framgångsrika i sociala medier drivs av passion. Man älskar helt enkelt att skapa nära relationer med sina kunder och sin omvärld. Man lever själv i mediet vilket gör att sociala medier är lika naturligt som att andas. Det är en självklarhet att publicera allt man gör, att dela nyheter och tips, bilder och videos och testa nya tjänster. Amazon, Google, Threadless och Zappos är utmärkta exempel på det.

Nödvändighet

Andra framgångsrika företag kan ha valt sociala medier därför att det helt enkelt är nödvändigt.

De kanske inte har pengar nog till traditionella medieaktiviteter, eller har en så geografiskt spridd målgrupp att traditionella medier helt enkelt inte funkar. Det kan också vara så att målgruppen är svår att påverka genom traditionell reklam, vilket exempelvis är fallet för många konsulter som idag bloggar för att visa på sin kompetens.

Många konsultbyråer, men också företag som Benz är bra exempel.

Beslutsamhet

Den sista gruppen är stora företag där vd eller någon annan i högsta ledningen satt topprioritet på sociala medier. Tre kända exempel är Dell, Comcast och amerikanska delen av GM. De lyckas därför att de kan sätta in mycket stora resurser och ta in de bästa rådgivarna utan att det märks särskilt mycket i budgeten.

För ett vanligt svenskt företag är däremot bilden väldigt annorlunda. Sociala medier är sällan förankrat i företagsledningen och har därmed inte fått den uppmärksamhet eller resurser som krävs.

Sociala medier läggs oftast till de befintliga arbetsuppgifterna för en befintlig kommunikatör, som i bästa fall tycker det är roligt att

privat vara på Facebook. Hon (för det är nästan alltid en hon) känner sig ofta vilse i internetkommunikation överhuvudtaget, aldrig har fått någon utbildning i att skapa relationer och kan känna sig väldigt rädd att lämna ut sig själv, göra saker som skadar företaget eller som upprör hennes chef.

Utöver den extra arbetsbördan är hon inte särskilt passionerad och tycker att arbete ska skötas på arbetstid. Att förkovra sig i bloggsfären, att hänga med i utvecklingen eller att underhålla relationer med kunder efter klockan fem är hon inte road av. Det är dock nödvändigt för en framgångsrik närvaro i sociala medier.

Lösningen är givetvis inte att kräva att anställda plötsligt ska jobba 12-14 timmar om dagen som de flesta som är framgångsrika i sociala medier. Lösningen är att mer resurser måste dedikeras till närvaron i sociala medier och den närvaron måste mätas och värderas kontinuerligt för att säkerställa en positiv ROI.

Svenska företag har genom våra höga skatter på arbete, uppfostrats till att med alla medel undvika att anställa. Men sociala medier kräver personal. Jämfört med vad media kostar att köpa för enstaka införanden i större tidningar och magasin, kan samma kostnad läggas på en kontinuerlig närvaro i sociala medier – och ge betydligt bättre resultat.

Låter du din investering i sociala medier självdo, eller prioriterar du om?

Texten finns publicerad på:

http://www.dfkompetens.se/trendspaning/veckans-sociala-mediespaning/2010-06-10_investering/index.xml

<http://korta.nu/a788>

Annika Lidne är välkänd konsult och talare inom sociala medier med egna företaget Disruptive Media, arrangör av Disruptive Media-konferenserna samt Disruptive Code-konferensen. Annika grundade Stockholm Social Media Club med månatliga luncher och klubben har fått efterföljare i hela landet. Innan Annika började jobba med sociala medier har hon varit popstylist, journalist, VD, badplatsvakt, hästtränare och copywriter.

Twitter: @annika | disruptivemedia.com | annikalidne.com

Reversed cultural engineering for Mr Lind | Shanghai revisited

Joakim Lind

@jold

De första två veckorna i juni reste jag till Hongkong och Shanghai på en kombinerad affärs- och turistresa. Det var mitt första besök i Kina. I Shanghai fick jag under tio dagar förmånen att bo som ”utbytesstudent” hos en kinesisk familj.

Shanghai unplugged

Från början hade jag tänkt göra en digital resa i Kina. Att rapportera på webben i realtid från landet som filtrerar Google. Landet som blockerar Facebook och Twitter.

Det hade inte varit några större problem att vara uppkopplad. De flesta plattformar fungerar, utom de nämnda. Men när jag väl befann mig på plats var mötet så överväldigande och intensivt att det hade känts fel att lägga tid på att kommunicera mer eller mindre i realtid via webben. Idag är jag tacksam att det blev en, i stort sett, *unplugged* resa. Jag tror inte att det är möjligt att vara fullt närvarande i mötet om du samtidigt ska dokumentera vad du ser och upplever. Var sak har sin tid.

Gula febern

Visst finns det stora utmaningar när man närmar sig Kina. En hierarkisk, patriarkal diktatur där mänskliga rättigheter kränks. Utbredd korruption och stora sociala och ekonomiska klyftor. Klyftor som

behöver överbryggas om landet ska få den utveckling som många hoppas på. Andra problem handlar om miljöbelastningen som följer med ökad industrialisering, urbanisering och konsumtion. Detta är jag medveten om.

Det hindrar mig inte från att ha blivit överförtjust och förälskad i mycket av det jag såg och trodde mig se i Hongkong och framförallt Shanghai. Något som jag menar vi i vår del av världen har mycket att lära från.

Tyst farväl till barnen

Inför resan kände jag både oro och nyfikenhet för vad mitt möte skulle innebära. Det var också en lång flygres, och eftersom jag alltid räknar med det värsta när jag flyger, tog jag som vanligt ett tyst farväl till barnen, familjen, vännerna och försökte uttrycka någon slags tacksamhet för det som blev mitt liv.

Men jag tog mig till Peking, Hongkong, Shanghai och tillbaka, dessutom med rikare erfarenheter, vilka jag är tacksamma att jag har fått med mig hem.

Skog är värdefullare än guld

Det är förvånansvärt få kineser som förstår engelska även i metropoler som Hongkong och Shanghai. Jag tyckte det var generande att försöka närma mig en främmande kultur utan att kunna mer än *Ni hao*. För att kompensera min språkliga brist hade jag skaffat ett kinesiskt namn, 林优金 (lin you jin) eller Mr. Lin[d] (Herr Skog). Ett vackert namn tyckte jag. *Lin you jin* betyder ungefär *skog är värdefullare än guld*. En kompis på stora banken blev så förtjust i namnet att han kastade om orden och gjorde det till sitt: jin you lin. Det var bra för honom.

Ett kinesiskt namn uppskattas många gånger av kineser. Har du ett kinesiskt namn och kan grundläggande fraser kan du komma ganska långt i dina kinesiska relationer.

Vardagsgudar

Religiositeten var betydligt mer närvarande än vad jag föreställt mig.

Även om det inte är en i alla lägen artikulerad religion, så tror jag att religionen är av stor betydelse för många kineser. Kanske är det inte annorlunda än hur kristendomen har påverkat vår kultur och våra traditioner, men jag tror att religionen är betydligt mer närvarande i kinesernas vardag, hur de fattar sina beslut och gör sina vägval, än vad kristendomen är för oss.

I de buddhistiska tempel jag besökte bad många kineser till gudarna. Det finns gott om buddhistiska gudar, alla med sina attribut. En favorit är Guang Gong som var general och levde 160-219. Sedan några hundra år räknas han till gudarna. Även jag brände rökelse för att hedra gudarna. Ett av templet var nybyggt. Det gamla templet som var flera hundra år hade rivits ner. Barbari kanske vi säger. Men inte buddhisterna. För dem var det gamla templet förbrukat. Gudarna, munkarna och besökarna är värda något nytt – fyllt med ny energi.

Resan gav många goda möten och sammanträffanden som vi ofta förklarar med slumpen, men som kineser jag talade med förklarade med att jag hade besökt och visat vördnad vid tempel och pagoder.

Den andra religionen som påverkar vardagslivet är konfucianismen. Många kineser organiserar sina liv efter konfucianismens tradition. Det innebär, förenklat, att man strävar efter balans i livets olika skeden. Strävan efter balans går igen i hur kinesen tar hand om sin kropp. Kroppen betraktas som ett ekosystem (min tolkning) i ett större system.

Varje ålder har sina utmaningar

Det brukar sägas att inom konfucianismen visar man vördnad för de äldre. Inom konfucianismen organiseras livet i olika faser. Det betyder att varje ålder har sina utmaningar och sina kvaliteter. Det kan vara att ungdomen kännetecknas av utbildning och av att upptäcka kärleken. Därefter en fas för att göra karriär, få en position, gift sig och få barn. När man blir äldre får konsterna större utrymme. Jag mötte äldre människor som hade börjat måla, fotografera eller fördjupa sig ett instrument. Samtidigt såg jag många äldre, inte minst män, som färgade håret.

Baklängesgång och Tai chi på solstickigt The Bund

Jag besökte *The Bund* en tidig morgon vid sex, när kineser i olika åldrar samlades för gemensamma tai chi-övningar. Barn och ungdomar flög med drakar. Solen gick upp bakom skyskraporna i Pudong. Äldre gick baklänges och klappade taktfast med kupade händer. Att gå baklänges sägs vara bra för att träna balansen och att klappa händerna samtidigt är bra för simultankapaciteten. Även dagtid kunde man se äldre gå baklänges och klappa – ibland till och med iklädda pyjamas. Det var magiskt att se stora grupper som rör sig synkroniserat genom solstickigt morgondis på kajpromenaden The Bund.

Vårda din kropp

Jag ville få en tatuering gjord i Shanghai. En kinesisk drake som slingrade sig upp från underarmen mot axeln. Shanghai var en stad jag associerade med pirater och sjömän, och således tatueringar. Jag fick veta att det visst finns tatueringar i Shanghai, men att många kineser är negativa till tatueringar. Du har fått din kropp, ditt tempel. Då ska du på alla sätt vårda kroppen. Även huden. Låta den vara så som du blev född med den.

Att kroppsvård är centralt i den kinesiska kulturen är massagen ett tecken på. Det finns massageinrättningar i så gott som varje kvarter. Du kan välja mellan åtskilliga massageformer med eller utan oljor. En fotmassage i Shanghai kostar från 30-40 yen (motsvarande i svenska). Fotmassage är för övrigt en förbisedd och betraktas ofta som något tveksam massage i Sverige. Varför? Det finns inget bättre än en fotmassage efter en tuff arbetsdag eller lång promenad, eller för att kurera bakfyllan. Fötterna sägs ha kontakt med kroppens olika organ och fotmassage kan påverka långt mer än bara fötterna.

Maneter och grishjärna

Shanghai-köket påminner om det som min farmor stod för. Det är mycket långkokt mat och grönsaker. Maten i Shanghai känns hälsosam även om det finns en del friterat. Kineser verkar ha en tradition för att ta hand om djurens alla delar i matlagningen. I Shanghai kokas det buljong på ben och märg. I köket tar man hand om inälvorna

och djurets olika beståndsdelar. Jag fick själv möjligheten att prova *annorlunda rätter såsom* grishjärna, anktungor (ett helt fat med anktungor inklusive svalg), marinerade maneter och de obligatoriska friterade kycklingfötterna.

Jag tycker det är tilltalande hur kineserna tar tillvara på hela djuret och tror att det skapar ökad förståelse och förhoppningsvis vördnad för djuret. I vårt svenska kök blir det mer och mer benfritt och malt, och jag har träffat personer i min egen ålder i här som står handfallna när de blir ombedda att tillaga en hel kyckling. Tänk sen att plocka den, rensa den, tillaga den, och sen ta hand om det som många betraktar som skrov och rester.

Kalla drycker dåligt för systemet

Kalla drycker är det bara turister och expats som dricker. Drycker serveras ljumma eller varma. Även vid affärsmöten blir man serverad vatten som är rumstempererat eller varmare. Till måltider serveras te. Kalla drycker anses påverka matsmältning och kropp negativt.

Den sociala hot potten

Måltiden är utpräglad social och bokstavligen talat en gemensam angelägenhet. Man sitter ofta runt en stor gryta med en eller flera buljongavdelningar (hot pot). Man bereder eller beställer de ingredienser och rätter man vill äta. Under måltiden sker ett ständigt utbyte av rätter mellan gästerna. Rätt vad det är har någon lagt en matbit i din risskål.

Naturmedicin vardagsmat

Vi var också inne i butiker där man kunde köpa naturmediciner. De ser ut som vilket svenskt apotek som helst och kunde ligga på fina gatan granne med exklusiva varumärken. Naturläkemedel används sannolikt mer än den västerländska medicinen. Det är det mer eller mindre identifierbara växter och djur som utgör medicinerna. Det finns många medicinalörter som vi känner igen och som är accepterade även i vår del av världen, men även en hel del märkliga kurer såsom torkade moderkakor och ödlor. En kvinna berättade att om

man besöker en läkare och behöver behandling får man i första hand goda råd och naturmedicin. I andra hand läkemedel som vi känner dem som komplement eller senare i behandlingen.

Världsbilden förändras

Jag tycker det är intressant att när jag, även innan min Kinareisa kom på tal, frågar dottern Ellen, åtta år, vart i världen hon helst vill åka så svar svarar hon: ”Till Kina eller Japan”. När jag frågar varför, svarar hon att de har så fina figurer och bilder i Kina och Japan. ”Anime”. När jag var liten på 1970-1980-talet svarade jag som default USA. Det berodde till stor del på filmer och i synnerhet Disney. Idag ritas kartan om.

I Kina såg jag en historieskrivning och kultur som är tusentals år äldre än vår, med traditioner och världsuppfattningar som lever vidare, som står emot och överlever krig och konflikter, varierande statskick och kulturrevolutioner. Jag tror att det är livet i balans som kommer att segra i det långa loppet, och här menar jag att vi i vår del av världen har åtskilligt att lära av kinesernas kultur och livshållning.

Jag längtar redan tillbaka och har satt mig för att lära mig mer kinesiska i höst. Även Ellen vill lära sig kinesiska, så det kan bli att vi går tillsammans.

Jag vill rikta stor tacksamhet till Yiting, Anders och Kasper för er gästfrihet och att ni tog mig med in i er kinesiska värld.

/ Joakim, 林优金

Texten finns publicerad på:

<http://www.symposia.se/2010/07/shanghai-revisited-reversed-cultural-engineering-for-mr-lind/>

http://korta.nu/sswc10_71

Joakim Lind är idag kommunikationsstrateg och medieanalytiker på pr-byrån Cloudberry Communications. Han har tidigare arbetat med omvärldsanalys, som frilansskribent och gymnasielärare i samhälls-

kunskap och psykologi. När han inte är på jobbet tycker han om att vara med vänner, familjen och barnen Tove och Ellen. På sin fritid vill han helst springa, dyka eller skriva på det där manuset.

Twitter: @jold | Mejl: joakim@symposia.se | LinkedIn:
[linkedin.com/in/joakimlind](https://www.linkedin.com/in/joakimlind)

Mina jag och webben

Anna Lindberg

@annalindberg

Jag tänker på det här med jaget. Identiteten.

Vi pratar om den ibland, att den blir så komplicerad nu när man lever sitt liv på nätet också. Eller snarare så att många av mina kollegor i mediehuset (både journalister och säljare) tycker att det blir för krångligt att hålla på med sociala medier. För hur ska man veta vem man är? Och när man ska vara vilken del av sig själv?

Och när jobbar man, när är man ledig? Och vad ska koncernledningen säga? Hur ska de kunna kontrollera, liksom, att vi är de vi har betalt för att vara? Och hu. Vad ska facket säga? 30 års kamp för vettiga löner och arbetstider bara poff förstört av realtidswebben, nätverkswebben, transparenswebben.

Det har blivit så viktigt att hålla isär dem. Det offentliga jobbajaget och det privata. Jag vet faktiskt inte när det blev så, för gamla tidens murvlar var murvlar jämt, har jag hört. Men det sorgliga är att många inte vågar syssla med sociala medier för de vet inte vem de ska vara, och när.

Missförstå mig rätt nu. Jag tycker också att integritet är viktigt. Och ett privatliv har alla rätt till. Men tänk om man vänder på steken och ser det som en möjlighet? Jag ska försöka förklara vad jag menar.

Jag är journalist. Jag har jobbat med webb, med utveckling, med nöjesjournalistik och med tv. I mitt jobb har jag ett stort nätverk av kollegor och människor jag har intervjuat. De ser en del av mig, en ganska stor – men inte hela pusslet.

För jag är också entreprenör. Jag har aldrig startat egna företag, men ägnat hela mitt yrkesliv åt att driva igenom nya projekt, nya

produkter, nya format inom företagen där jag har jobbat. Entreprenören är en stor del av mig.

Jag är också mamma till tre barn. Det är såklart en viktig del av min identitet. En av mina söner har en extremt ovanlig, livslång endokrinologisk sjukdom. Där finns erfarenheter jag delar med vissa människor. Och det är också en del av pusslet.

Och så är jag gift. Maken är min bästa vän, min älskare och min vattendragare. Min identitet finns såklart också i relation till honom.

Jag har bott stora delar av mitt liv i Afrika. Identiteten som rotlös utlandssvensk sitter djupt. Jag känner en stark samhörighet med kosmopoliter, vinddrivna typer som kan flera språk och där den globala snedfördelningen har ristat sår rakt i själen. Jag har ett komplicerat hatkärlekförhållande till hela multikultigrejen. Älskar den och avskyr det naivt romantiserande.

Jag är missionärsbarn. Mina föräldrar har vikt sina liv åt att hjälpa fattiga och utsatta människor. Vad det gör med mig – ja, den upplevelsen delar jag med många andra.

Jag är uppvuxen inom Pingströrelsen. Jag lämnade den för ganska länge sen nu. Identiteten som före detta pingstvän finns också. Jag har djup insyn i den typen av subkulturer och vet vad det innebär att bryta upp från en stark grupp och gå vidare.

Jag är kristen och medlem i en församling. Den komplexa teologin, det djupa tvivlet och den enkla tron finns i mig varje dag.

Jag är musiker. Började spela piano vid tre års ålder. I många år spelade jag egenskriven eftertänksam vispop på svenska i olika bandkonstellationer. Tills jag en dag fick för mycket och helt tappade lusten. Den kom tillbaka när jag började spela hård svängig rock'n'roll med puckade texter. Förr lirade jag i kyrkor, nu spelar jag bara på små stökiga nattklubbar.

Jag är feminist. Genusfrågor engagerar mig varje dag. Queer har en magnetisk dragningskraft på mig.

Jag är fåfång och lägger mycket tid på kläder och make-up.

Jag har haft – och har fortfarande ibland – problem med maten. Jag vet vad det innebär att göra resor fram och tillbaka ur anorexi-helvetet. Sedär, en pusselbit till.

Och så här kan man ju hålla på. Det finns massor kvar att berätta. Och utan den sociala webben är de här olika delarna av min identitet separata från varandra. Nära vänner ser de olika delarna, men inte andra.

Förrän nu. Alla delar finns med när jag interagerar genom den sociala webben och dessutom spelar upp det inför öppen ridå. Mitt jobb jag och mina andra pusselbitar flyter ihop.

Och frågan är ju såklart vad det gör med jobbjaget. Gör det jobbjaget mindre trovärdigt? Mindre professionellt? Eller är det rent av så att det gör mig mer trovärdig som journalist, mer komplex, mer mänsklig?

Mina kollegor och chefer inom medieindustrin reagerar instinktivt med skepticism. Jag kan förstå det. Men jag tror att den sociala webben är här för att stanna och att den omformar sociologin, rollerna och identiteten. Och istället för att irra runt i labyrinter av policies och förhållningsregler vill jag se det öppna jaget och de flytande identiteterna som en tillgång.

Vad tror du?

Anna Lindberg är allt det som står här ovan. Till vardags jobbar hon som programledare och programchef på NTM (som äger bl a Östgöta Correspondenten, Norrköpings tidningar och Uppsala nya tidning) och gör det lokala tv-programmet 30Minuter, som är helt integrerat med sociala medier.

Twitter: @annalindberg | Webb: www.30minuter.nu | Facebook: facebook.com/30minuter

Information is not intelligence

Thomas Lindqvist

@thomaslindqvist

One of the ways that I earn my keep is by gathering and processing information. Basically I try to keep an eye out for information that can be of value for my employer. I do this through the usual channels. I have my RSS feeds, I follow interesting people on Twitter, I read relevant publications and books online or offline. Sometimes I pursue threads that lead me to research papers, and sometimes I end up reading fashion blogs. I follow topics, conversations and people.

Information is currency, but almost all the information I get my hands on is out there for everyone and anyone to find. I guess it does take some skill and experience finding, filtering and evaluating information, but it's hardly rocket surgery.

The hard part comes later when you try to make sense of it all. But surprisingly, it is not uncommon for the whole process to grind to a halt after the information has been gathered. Now that, I don't get. Serving people with information without aiding them in ways such as putting the info in perspective, in context and then stepping up and proposing strategies and directions, is really a half ass effort. It's luke warm.

To me this is obvious since I'm always interested in generated value – the end game of things. Not everyone feel that they can afford the luxury of applying a whole system approach to information and intelligence. But this is because we only value the outcome of the every day grind, and we only value this because we have found a way to measure it. That which we measure, we choose to think of as

extremely important.

But by making your Competitive Intelligence process more lucid, you can measure it, and when you do you begin to see that the process of turning information into intelligence is at the very core of your business. You make your most important decisions based on the outcome of this process. How can you not want to get this right?

The whole chain of Competitive Intelligence is really a six step process:

1. Gather – What’s going on?
2. Analyze – But what ever does it mean?
3. Focus – What does this mean for us?
4. Suggest – Based on the above I suggest we do this: X, Y and Z.
5. Act – Do X, Y and Z.
6. Evaluate - In what way did doing X, Y and Z bring us any closer to our goal?

The chain of events – Information becomes Intelligence becomes Action. And then we evaluate and loop.

Consider this: Information not processed and acted upon is only of value for those who buy and sell information, i.e for those whose end game is the info in itself.

Doesn’t that make you think of shady characters in old movies, you know, those creepy fellows with a cigarette but in the corner of their mouths? And they say to the cop that they’ve got a hot tip that will move the investigation along. A hard boiled dialogue always follows, and it ends with:

- But it’s gonna cost you another five bucks Mr...
- You filthy swine!

The cop reluctantly pulls out his wallet, and the information creep grins and grabs the fiver with his dirty paw. And then he says something along the lines of “go ask big daddy kingpin”, and then he scur-

ries into the night, not giving a hoot for the rest of the story.

Now that's no way to run a business.

Getting this process right has never been more important than today. New information is generated at such back breaking speed that it can easily freak you out and make you lose your way. If you allow this process to float around in an ad hoc manner, which is not unusual, I suggest you think again.

Competitive Intelligence needs to be a prioritized process. It needs to be deliberate. And it needs to be embedded as an integral part of your day to day operations.

Texten finns publicerad på:

<http://www.thomaslindqvist.com/blogg/uncategorized/back-to-work>

http://korta.nu/sswc10_72

Thomas works as a manager of all sorts of things at Menyou Tech Dev in Stockholm Sweden.

Web: www.thomaslindqvist.com | Mail: thomas@thomaslindqvist.com
| Twitter: [@thomaslindqvist](https://twitter.com/thomaslindqvist)

IT med mervärde

Anne-Lie Lokko

@lokkomotion

Det senaste året ser jag dagligen lösningar som förenklar, är intelligenta och fyller ett behov. IT-lösningar som även gör livet enklare, lyfter och socialiserar mitt företagande och många andras vardag.

Informationsflödet ökar både i omfattning och hastighet på våra digitala medier och en sanning som blir mer och mer aktuell är att ”syns du så finns du”. Med så många intressenter som rör sig i den digitala världen är det av yttersta vikt att vara aktiv och dra nytta av de möjligheter detta media ger. Kraven på resurser för att synas och se är betydligt mindre nu än jämfört med de äldre traditionella kanalerna. Detta skapar oerhörda möjligheter för alla företagare och i synnerhet nu för de mindre aktörerna på marknaden. Alla företagare behöver inte en egen Facebooksida, inte heller ett twitterkonto. Men för en hel del passar det säkert bra och då är det synd att inte ta sig den tiden att fundera på hur det kan ge ett mervärde för just mitt företag. Det behöver inte vara företaget i sig utan kanske en intressant tjänst, produkt som kan skapa ett intresse och en dialog som kan vara betydelsefull.

Som företagare är det viktigaste att ”sälja” och många behöver marknadsföra sina produkter och/tjänster. Traditionellt har det alltid varit broschyrer som skulle tryckas, adressregister köpas och postverket som skulle bära ut budskapet. Kommunikationen var enkelriktad. Idag finns möjligheter till en dialog med kunder, kommunikationen är inte längre enkelriktad! För det behöver jag som företagare verktyg och de senaste åren har möjligheterna ökat och kräver inte längre någon större investering. För företag som har produkter som kan säljas i en webbshop så finns det också prisvärda lösningar

jämfört med hur det såg ut för 10 år sedan.

Telefonkatalogen var tidigare en viktig kanal för företagare, idag är det inte telefonkatalogen utan företagets hemsida som informerar om öppettider, adress, telefonnummer mm. Så långt tror jag alla är med och det finns egentligen inga ursäkter för ett företag att inte ha en hemsida idag. Idag finns det så många prisvärda alternativ och för mig, och flertalet småföretagare, räcker det långt med de färdiga mallar som erbjuds.

Förutom själva säljet som företagare så finns det några saker som jag själv tycker förenklar företagandet. Det är bland annat apparna till min smartphone samt olika tjänster i ”molnet”. Jag har äntligen åtkomst till min e-post, kalender och dokument i mobilen och jag kan läsa mina mail när det passar mig! Nästa gång jag sätter mig vid min dator på kontoret är kalendern och kontakterna redan uppdaterade utan behov av någon krånglig synkning.

Ju mer jag är ute på dessa media desto mer smarta lösningar använder, ser och upptäcker jag. Möjligheterna finns där, de är användbara, de är smarta och oerhört matnyttiga för oss allihop. Frågan är om de inte rent av är livsnödvändiga för några av oss. Kunskapsutbytet på nätet är enormt. Äntligen kan vi säga att IT har fått ett mervärde för oss allihop.

Anne-Lie Lokko: Generalist och egen företagare som sätter användbarhet och affärsnytta i fokus.

Nyckelord: affärsnytta, användbarhet, bank, blogg, dataingenjör, DNN, e-handel, egenföretagare, EPiServer, event management, Facebook, hotell, informationssäkerhet, innovationsprocess, intranet, konsult, maka, mamma, marknadsekonom, matte, Mentor Eget Företag, projektledning, Scrum, smålänning, SME, strategi, test, twitter, webbplats, wp

Twitter: @lokkomotion | Sajt: lokkomotion.se | Telefon: 0708 37 13 23

Internet för småföretagare

Johan Lundberg

@johlun

Enligt min ödmjuka åsikt så borde ALLA småföretagare finnas på internet, youtube och sociala medier.

Man läser allt oftare om stora företag som lägger allt mer av sina marknadsföringspengar på sociala medier och de satsar mer och mer på internetreklam och vill ha mer och mer närvaro på internet. Jag är dock övertygad om att små företag har mer att vinna på en internetnärvaro än stora företag. Stora företag måste oftast ta fram riktlinjer för att få en enad och ”rätt” bild ut mot kund och de måste betala alla som sitter och jobbar med sociala medier. Små företag eller enmansföretag behöver bara öppna datorn och vara sig själv och prata med folk, i princip. Så egentligen är min affärsidé att vända mig till små och medelstora företag och hjälpa dem med sin satsning på internet, sociala medier och information i stort, en rätt dum idé, det är ju egentligen så lätt.

Människan är en social varelse

Men låt oss börja från början så ska jag berätta varför jag tror Sociala Medier är framtiden! Människan är människor tack vare kommunikation, att vi utvecklade ett språk och kan överföra kunskap och information på ett detaljerat sätt mellan generationer. Att vara social och umgås är det som definierat människan och gett oss världsherravälde över andra djur. Så det sociala i sociala medier är knappast något nytt, det är samma sak vi gjort sedan vi satt runt lägerelden i grottorna, det är bara medierna som är nya.

Men även efter grottorna och innan rinnande vatten, tv och radio var vi sociala. Då möttes vi i vårt dagliga arbete vid bybrunnen, där

skvallrades det, umgicks, knöts kontakter och utvecklades relationer. Det var på torget och runt brunnen som alla nyheter spreds innan tryckkonsten, och i vissa småstäder som Lidköping lever traditionen kvar i en blomstrande torghandel. Men i samhället i stort finns det oftast ingen naturlig fysisk mötesplats i vår vardag. Vi träffar arbetskamraterna på jobbet, men dessa har man oftast ingen annan relation till än att man just jobbar ihop.

Och när både eld och vatten hade flyttat in direkt i våra hem så kom massmedia. Tv och radio uppfanns och kunde fylla ett behov den mänsklig kontakt med omvärlden som vi är genetiskt konstruerade att ta till oss. Så istället för att föra en dialog med omvärlden började vi lyssna på en monolog från omvärlden. Vi gick från en kommunikation där vi alltid kunnat ifrågasätta uppgifterna direkt i en dialog, till att bara ta emot information som serveras oss utan att vi kan lägga oss i. Och nyheterna och skvallret som serverades i tv, radio och tidningar rörde inte oss och våra nära och kära, för att få de nyheterna gick vi fortfarande till torget.

Sociala medier, en ny bybrunn

Och så kom internet, inte en fluga, utan den största revolutionen i kommunikationshistorien. Nu har man med enbart tillgång till en billig dator, möjlighet att kommunicera med hela världen. Och idag har tekniken gått så mycket framåt att den har hunnit ifatt och stödjer våra normala sociala beteenden. Internet är inte längre ytterligare en envägskommunikation, internet har slagit sig fri från den monolog som härskat sedan tryckkonsten uppfanns och har blivit en dialog i och med sociala medier.

Så tänk dig att du var företagare på 1700-talet, och att du fick tillgång till allt skvaller och alla rykten som skedde runt bybrunnen, hade du valt att lyssna då? Idag är det internet och sociala medier som är vår dagliga mötesplats, vi jobbar och lever på internet och det är på sociala medier som vi träffas när vi jobbar, sociala medier är vår nya bybrunn och du har tillgång till skvallret runt dagens bybrunn, i realtid, gratis.

Att komma igång på internet

Jag brukar alltid försöka rekommendera för mina kunder att ta steget ifrån snygga-visitkortets-sidan och bli aktiv på internet. Gå ut till den nya byrunden och tala om att du finns, lyssna på vad folk säger om dig eller om din bransch. Svara på tilltal och lägg dig i diskussioner där du har något att säga och kan något. Om du har en byggfirma så tipsa om vad ni kan när folk ska bygga nya hus, om du har ett fik kan du tipsa om dina nygräddade kakor när folk pratar om att gå och fika någonstans. Umgås, mingla, träffa kunder och nya vänner.

Ett bra sätt att komma igång med sociala medier tycker jag är att börja blogga. De stora fördelarna med bloggen är att det till mycket liknar ett invariant sätt att kommunicera, där du själv väljer ämne och drar upp ramarna för vad man ska skriva om. Det har också det positiva med sig att hemsidan blir uppdaterad regelbundet och att du får bättre möjligheter att hittas på Google.

Så lätt är det egentligen att komma igång, starta en blogg eller ett twitterkonto. Börja följa personer i branschen och börja bevaka ord man är intresserad av, bete dig som du skulle göra i korridoren på jobbet eller på branschmässan så har du riktlinjerna för sociala medier klara också. Använd sen Google Reader för att hålla ordning på de bloggar som du läser, Echofon för att twittra, Ping.fm för att publicera texter tvärs över alla medium, Youtube för att publicera film, Flickr för att sprida bilder och Facebook för att nå många nya kunder. Och så knyter du ihop allt på hemsidan.

Blev det komplicerat nu? Jag hoppas det, för då fungerar ju fortfarande min affärsidé, ring mig så ska jag göra det enkelt igen:
0510 – 590 095

Texten finns publicerad på:

<http://www.johlun.se/internet-for-smaforetagare>

http://korta.nu/sswc10_73

Johan Lundberg arbetar som egenföretagare, frilansande informatör, föreläsare, webbutvecklare, projektledare och blivande entreprenör i den lilla trevliga staden Lidköping vid Vänern. Har arbetat med in-

formation och internet sedan slutet på 90-talet och är sedan hösten 2009 verksam som egenföretagare och erbjuder ett brett spektrum av informationstjänster.

Telefon: 0510 - 590 095 | Mejl: johan@johlun.se | Webb: johlun.se
| Twitter: [@JohLun](https://twitter.com/JohLun) | MSN: johan@johlun.se

Förenkla!

Anna Lundbergh

@alundbergh

Den här texten spinner vidare på det som Waldemar tog upp i sin post ”Kan man få lite service?”¹, som i sin tur var respons på Eriks skiftespost² om anti-skiften och när ny teknik krockar med gammal kultur. Det är en intressant frågeställning med många trådar att nys-ta i. Det finns fortfarande många avseenden där vårt gamla tänkande begränsar internettjänsterna mer än vad tekniken gör.

Waldemar nämner att den nya tekniken har inneburit att mycket administrativt arbete lagts på kunden och att servicenivån sjunkit. Samtidigt, skulle jag vilja tillägga, ser vi många initiativ till att öka servicen på nätet med kundchatter, digitala kundservicefigurer, facebookgrupper, twittrande kundservice mm.

Just nu befinner jag mig i Kalifornien och när jag på turistbyrån i Santa Cruz frågade om Monterey (50 minuters bilväg bort) fick jag till svar att det ligger i ett annat county så det hade de ingen information om. På internet finns det fortfarande alltför många liknande begränsningar. När jag ska åka till Eindhoven måste jag först ta reda på om det finns någon flygplats där, och isåfall om det finns direktförbindelse dit eller vilken flygplats man annars bör åka till. Somliga säger Amsterdam; faktum är att Bryssel är närmre, men det ligger i ett annat land bevars! Tänk om jag på res sajten skrev in Malmö-Eindhoven och fick upp resalternativen Skavsta-Eindhoven, Köpenhamn-Bryssel, Köpenhamn-Amsterdam med kostnadsuppgifter för respektive flygresa samt uppgifter om beräknad tid/kostnad för anslutningar. Det skulle bespara många resenärer en del tid och möda. Ytterligare ett exempel på samma tema: Jag sökte på internet efter en resa från Malmö till Hamburg (35 mil). Hade tåg i tankarna men

hamnade på en sida som jämförde flygpriser och som kom upp med 18 500 kronor för det billigaste alternativet. Den föreslagna resrutten var Malmö-Stockholm-Köpenhamn-Hamburg, alla delsträckor med flyg. Återigen, lägg till en databas med uppgiften att det är 1,6 mil mellan Malmö och Köpenhamn och att således Kastrup kan räknas som en alternativ startpunkt.

Jag tror att det finns många barriärer och stuprör att bryta, att många företag behöver tänka i större helheter och arbeta med processer för att möta kunderna där de befinner sig. Ofta sätts effektivitet i motsatsförhållande till god service. Man kan också se dem som komplementära. Effektivitet handlar om att hantera resurser och att göra det vi är till för på bästa sätt. Ett företag som sköter sin verksamhet effektivt har goda förutsättningar att också ge bra service. Det handlar inte om att gå *från* rationaliseringar *till* att vara ”social” och serviceminded – det är snarare en fruktbar kombination av de båda som ger framgång. Dels att tänka större och arbeta bredare, och där är samverkan med affärspartners minst lika viktig som den med kunderna. Dels att gräva där man står, att använda den information man har tillgång till på bästa sätt och säkerställa att kuggarna jackar i varandra. Många företag sitter på en massa information som de inte använder sig av. Det är onödigt, nästan genant, att få brev från en bankman om hans semester etc när man upphörde att vara kund i banken för ett halvår sedan. Det är givetvis viktigt att de olika kommunikationskanalerna innehåller samstämmiga uppgifter samt att input från kunderna förs vidare in i företaget. Tom Davenport tog upp det i sin bloggpost Web 2.0 versus service 1.0 där han avslöjade att han tar med sig citronklyftor hemifrån till teet på Starbucks, ett företag som har lanserat en idésjajt där 70 personer dittills uttryckt önskemål om just citron till teet...

”Stop trying to delight your customers” säger en artikelrubrik i senaste numret av Harvard Business Review.

”Delighting customers doesn’t build loyalty; reducing their effort – the work they must do to get their problem solved – does.”

Det som gör att kunder är lojala är när företag lyckas göra livet enklare för sina kunder. Dålig service kan medföra att kunder överger ett företag/varumärke men extra god service gör inte kunder mer lojala, enligt en undersökning bland 75 000 kunder (B2B och B2C) som presenteras i artikeln. Det framgår också att 57% av telefonsamtalen till företagets kundtjänst kommer från kunder som redan varit inne på hemsidan men inte lyckats göra det som de avsåg att göra.

Jag tror att det som behövs är en syn av det rationellt effektiva och den sociala samverkan för att skapa värde. Och det är värdeskapande för kund som är nyckeln. Vi kommer ett steg längre genom att företag vidgar perspektivet och samverkar utifrån kundens synvinkel, samtidigt som de arbetar mer genomgripande i alla led för att säkerställa en stabil grund för leveransen av tjänsten/produkten.

1. <http://skiften.se/2010/05/03/kan-man-fa-lite-service/>

(http://korta.nu/sswc10_74)

2. <http://skiften.se/2010/04/27/ultraljud-lycka-eller-dodsdom-nar-ny-teknik-krockar-med-gammal-kultur/>

(http://korta.nu/sswc10_75)

Texten finns publicerad på:

<http://skiften.se/2010/07/23/forenkla/>

http://korta.nu/sswc10_76

Skiften.se är en konversationsblogg om framtiden och om frågor som finns men inte syns i debatten, ännu. Skribenterna turas om att starta en tråd och att svara på varandras inlägg.

Anna Lundbergh (alundbergh på Gmail och på Twitter) arbetar som verksamhetsanalytiker och har drygt 10 års erfarenhet av analys och strategi när det gäller it-baserad verksamhetsutveckling. Hon har arbetat såväl i privat som offentlig verksamhet samt internationellt. Fröt till intresset för vad vi kan göra på internet såddes då hon började jobba för Leander Malmsten Universe som strax därpå lanserade Bokus.com.

Gemensamt lärande är socialt!

Åse Lundblad

@aselundblad

Digitala verktyg och sociala medier
eller

Sociala verktyg och digitala medier
eller...

helt enkelt att vi i dialog, genom samtal kan:

vara – påverka – upptäcka – informera – ändra – växa – lära – och
mycket mera!

(nedan en ”textifierad” bild, tänk in pilar mellan alla ord i alla riktningar :-)

Sökande

Stöd

**Gemensamt
lärande**

Växande

Vägledning

*En bild om hur jag tänker kring vad sociala medier
ger och betyder för gemensamt lärande*

Ingen eller inget är en isolerad ö

Allt påverkas av allt

Allt hänger ihop

Allt förändras ständigt

Vill påstå, med stolthet, att jag är helt insnöad (nu på sommaren) eller brinner (vintertid) för det livslånga lärande för *alla – alltid – överallt*. För övrigt är jag en nyfiken, pratglad, lösningsfokuserad, liberal kvinna. Jag ser fram emot att utveckla 2S2V ”bilden” ovan, lärande-dialoger, brobyggande och annat intressant på Tjärö.

Åse Lundblad
@aselundblad



Andreas levde i en typisk "one lizard pond".

Vattnet verkade alltid klarare på andra sidan bryggan.

Han förstod inte hur det hängde ihop men han hade en känsla att det fanns en större gemenskap, helt utan fysiska gränser.

Jag når 1000...

Alexander Lundborg

@AlexLundborg

23 december 2009

Jag når 1000...

Imorgon ska jag twittra min 1000e tweet, detta firar vi med julklappar och julmat där hemma. Det är något speciellt med att twittra. Jag vet inte varför det är kul att följa okända människors vardag men det är väldigt beroendeframkallande! I början (augusti) twittrade jag 35 tweets i månaden men nu är det nog närmare 35 dagligen... Vet inte varför man slösar koncentration o tid på denna verksamhet men det är helt enkelt något livsnödvändigt...

@AlexLundborg, eller Alexander Lundborg är en passionerad webbdesigner utan erfarenhet. Han fyller 15 i augusti och jobbar för tillfället för resebyrån Nonkis som just webbdesigner. Han är lat och överambitiös, en revolutionerande kombination.

Om han vann på Triss skulle han starta ett företag som förändrar världen.

Typsnittsgeek.

Kontakta mig på twitter: <http://twitter.com/AlexLundborg>

Sent from My iPhone.

Framgångsrik kommunikation – en fråga om attityd

Fredrik Lyreskog

@freddegradde

Långvariga kundrelationer skapas med rätt attityd. När du inte är entusiastisk över vad du gör, kommer ingen annan vara det heller. Vår passion för vad vi gör i verksamheten förmedlas genom vår attityd.

Här är 10 idéer till en vassare och vänligare approach. Den 11:e, oskrivna punkten lyder förstås: Gör alltid ett bra jobb.

1. Du är vad du talar

De ord vi använder säger allt om vilka vi är och vad vi vill. Våra ord är ju förmodligen ett av de mest uppenbara sätten att kommunicera vår attityd till andra. Tänk på vad du säger innan du talar. Kommer det att fungera att bygga en kontakt, gemenskap eller relation med andra? Om inte, överväg att säga något annat eller till och med ingenting. Det finns mycket visdom i orden: ”Att tala är silver, men tiga är guld”.

2. Klä dig för framgång

Hur du klär dig och de färger du bär kommunicerar mycket om vem du är. Hitta kläder som förstärker dina bästa egenskaper. Se till att dina kläder har en bra passform, sitter snyggt och är skrynkefria. Tänk på hur olika färger ser ut på dig och hur de får dig att känna dig. Använd kläder som du gillar så att du känner dig bekväm i när

du träffar potentiella kunder eller klienter. Även om kläderna inte gör mannen eller kvinnan så talar de om vad vi tycker om oss själva.

3. Var punktlig

Thomas C. Haliburton sa att ”Punktlighet är själen i företagande”. Kom i tid till kundmöten, talaruppdrag, när du har presentationer med leverantörer, eller något annat du gör i din verksamhet. Det är att visa respekt för andra. Respekt är grunden för att skapa bra och långsiktiga relationer med dina kunder. Att dyka upp i tid är ett av de bästa sätten att visa någon att du bryr dig om dem. Genom att hålla dina åtaganden för andra, och att du erkänner dem och deras behov. Bry sig om sina kunder måste vara din högsta prioritet eftersom det är genom dina relationer du bygger din verksamhet.

4. Svara på mejl flera gånger varje dag

Idag är mejl den mest använda metoden för kommunikation. Gör det som ett mål att besvara mejl inom 4 timmar. Om du inte kan besvara det under den tidsramen, så skickar du tillbaka ett svar att du har fått personens mejl och att du kommer att svara före ett visst datum och tid. Låt aldrig folk få undra över om du har fått mejlen eller inte. Om du inte svarar snabbt, riskerar du att uppfattas som att du inte är tillgänglig, eller värre – att du inte bryr dig om dina kunder. Tveka inte när det gäller kommunikation. Ta dig tid minst 2-3 gånger per dag där du enbart koncentrerar dig på att läsa och svara på dina mejl.

5. Ring upp inom några timmar

Tid är av avgörande betydelse när det gäller att göra affärer. Skillnaden mellan att få en ny kund eller inte kan hänga på ett telefonsamtal. Du vet aldrig när du kan missa en tidskritisk möjlighet. Ett snabbt svar kommunicerar en inställning där du värdesätter andra och att du respekterar deras tid och deras deadlines. I dagens konkurrensutsatta miljö, om människor inte får så snabb uppmärksamhet de önskar, är det lätt för dem att söka efter din konkurrent. Undvik att missa möjligheter att till att expandera ditt företag; planera in minst

4 gånger varje dag för att ringa upp missade samtal.

6. Ta ansvar

Vi kommunicerar vår attityd genom det ansvar vi tar på oss. Människor kan känna när vi tar fullt ansvar för våra handlingar och dess konsekvenser. Vi kommunicerar en aura av styrka, förtroende och ledarskap, vilket gör oss ännu mer attraktiva för de människor som vi gör affärer med. Tänk på hur du kan kliva upp ett steg och ta större ansvar för din verksamhet och de resultat du uppnår.

7. Få saker att hända

Framgångsrika företagare är människor i arbete. De behöver inte vänta på att livet ska fyllas med händelser, de ser till att händelserna inträffar. Att få saker att hända kommunicerar en inställning av spänning och prestation och som andra kan känna är tilldragande. Att få saker att hända berättar för andra att du är en ledare, att du går framåt, och det viktigaste, att du är säker på vad som måste göras.

8. Tänk på ditt kroppsspråk

Tillsammans med de ord vi talar; våra kroppar är förmodligen det näst mest uppenbara sättet att kommunicera till andra. Det är som om vi är vandrande skyltar. När du sitter, står och går; hur du rör dina armar och ben kommunicerar en del om vem du är och din inställning till andra. Observera människor som uppvisar positiva, öppna och välkomnande kroppsspråk och försöka efterlikna dem. Läs om kroppsspråk och skapa ett nytt sätt att vara som representerar det du mest vill förmedla.

9. Ändra dina tankar, ändra din attityd

Vi vet alla att tankar påverkar hur vi mår. De påverkar också de ord vi talar, liksom vårt kroppsspråk. Våra tankar blir de filter genom vilka vi uppfattar världen. Genom att ändra våra tankar, ändrar vi automatiskt vår attityd. Vi bär våra tankar överallt. Se till att du visar din bästa sida hela tiden.

10. Öva upp ditt leende

Ett leende är det universella tecknet för vänskap och att känna sig välkommen. Inget värmer i hjärtat hos en annan eller lossar på spänningen i en situation än att leverera ett leende med uppriktighet. Öva ditt leende på allt och alla. Gör det till en vana. Ett leende påverkar inte bara den du pratar med för stunden, utan det har en effekt på hur du uppfattar allt omkring dig. Personer är intresserade av människor som får dem att må bra. Börja locka människor till dig och ditt företag genom att bära ett leende.

Texten finns publicerad på:

<http://wolber.se/kommunikation-attityd-11-ideer-starkare-varumärke/>

http://korta.nu/sswc10_77

Fredrik Lyreskog är en mångsysslare med hjärta för kommunikation, webb och snygg design. Till vardags jobbar Fredrik på den redaktionella kommunikationsbyrån Uppdragsmedia, www.uppdragsmedia.se. Om du vågar kan du besöka Fredriks nystartade, personliga, bloggprojekt Wolber, www.wolber.se.

Fredrik hittar du självklart på Twitter under @freddegradde

Du ger mig fiber

Stellan Löfving

@stellan

Nä.

”Give” är verkligen helt fel verb att använda i sammanhanget. Men i skrivande stund har jag faktiskt fått in Telias fiberLAN i min villa. Jag har beställt det fetaste bredbandet, två nya digital-TV-abonnemang och bredbandstelefonti. Grejerna kommer inom 10-15 arbetsdagar.

Jag kan vänta.

För vad är väl 10-15 arbetsdagar, när man spenderat två år med att få in den förbaskade kabeln genom väggen? Och efter alla frågor jag fått, tänkte jag dela med mig av några erfarenheter som kan gagna alla andra som är sugna på att skaffa fiber till sitt hus.

För att lyckas få fram fiber till sin privata villa krävs egentligen bara två tur. Envishet och bonntur, och just i detta fall har jag lyckats pricka in båda.

Turen består i tillfälligheter. Som att HSB precis byggt ett helt nytt område intill vårt, där alla lägenheter har fiber. Och att jag som motpart fick en ganska orutinerad säljare. Vi kan kalla henne Miss Värmland. Hon var supergullig och trevlig på alla sätt, men kunde nästan inte besvara en enda av alla frågor jag bombarderade henne med.

Sedan gav hon oss en offert på ett sjusiffrigt belopp. Vi hade valt ut ett för stort område. Modet sjönk, men jag gav inte upp. Istället hamnade jag i en bisarr karusell på jakt efter information om var Telias kabelkanaler ligger – information som sedan visade sig vara classified – affärshemlighet. Istället fick jag försöka gissa vilket område vi skulle kunna satsa på och få ett pris som mina grannar skulle kunna nappa på. Sedan var jag dessutom tvungen att försöka gissa

ungefär hur många grannar som skulle nappa, för att Telia skulle få en siffra att räkna på.

Som att kasta pil med ögonbindel, ungefär.

Vi hade tillfälligheterna på vår sida och fick en offert med ett riktigt vrakpris. När vi tagit in de riktiga beställningarna från grannarna och kunde begära en ny offert, hade priset nästan dubblats.

Halvful manöver

Nu var det dags för en halvful manöver mot stackars Miss Värmland. Offerten med vrakpriset gällde 56 anslutningar. Jag hade fått in 53 anmälningar från mina grannar.

”Men om jag skriver på din förra offert istället? Och beställer 56 anslutningar? Jag är rätt säker på att jag kan övertala tre grannar till att hänga på i så fall.”

Den föregående offerten var fortfarande giltig. Miss Värmland satt i rävsaxen, och svarade ungefär samma sak som hon alltid gjort på mina frågor:

”Det måste jag kolla med min chef.”

Ganska snart damp det ned en ny offert, nu med det gamla vrakpriset. Jag skrev på, skickade in och inbillade mig att jag kunde glömma fiberprojektet i 24 veckor – det var nämligen den aviserade leveranstiden.

Det var ett felaktigt antagande. Det dröjde nämligen inte länge innan den första efterslänraren hörde av sig. Han hade glömt att lämna in lappen, och undrade om det fanns nån chans att hänga på i efterhand.

Jag skickade ett mejl till Miss Värmland. Och fick ett autosvar tillbaka som meddelade att hon slutat på Telia. Istället blev jag hänvisad till en betydligt mindre samarbetsvillig herre, Mister Stockholm. Han var inte ett dugg intresserad av fler kunder och sa blankt nej till förfrågan. Så var det med den saken.

Vargavinter

Sommaren gick, de 24 veckorna passerade och plötsligt fick jag ett telefonsamtal från projektledaren på Telia. Det var dags att köra igång!

Då blev det vinter.

En riktig vargavinter, som satte tvärstopp för alltihop. I flera månader låg hela villaområdet djupfryst under ett tjockt snötäcke. Jag fick andra problem att fundera över, som frusna expansionskärl och VM i snöskottning.

Till slut blev det vår. Då fick jag beskedet att vi måste vänta lite till, för det kunde vara is i slangarna, och då gick det inte att blåsa ut fibern så som man tänkt.

Att blåsa ut fibern gick för övrigt inte ändå, visade det sig sedan. I princip alla slangar visade sig vara hoptryckta, och omöjliga att dra fiberkablar i. Det var bara att kalla in grävmaskinerna och gräva ned nya slangar. Som tur var hade vi vår offert – den med vrakpriset...

Samtidigt började en otrolig cirkus i grannskapet. Plötsligt ville alla ha fiber. Nu lyckades jag få kontakt med Mister Göteborg, en säljare som var en aning mer tillmötesgående än kollegan i Stockholm. Han godkände en efterbeställning av sju nya hushåll. Och sedan några till. Och sen en till, men nu tyckte han nog att det kunde räcka.

Då uppenbarade sig Lady England. Hon plingade på min dörr en kväll, och krävde att få vara med hon också. Jag frågade varför hon inte anmält sig, och då svarade hon att hon minsann inte fått nån lapp i sin brevlåda.

”Men jag har själv varit där och lagt i lapp. Två gånger”, svarade jag.

”Ja, jag har minsann blivit av med post förr!” blev svaret.

Dagen efter ringde Lady England till Telias huvudkontor i Stockholm, och sen till Mister Göteborg. När jag ringde honom en stund senare, skrattade han bara uppgivet.

Lady England har också fått sin fiberanslutning. Hon var envis. Och hade tur.

Om du fortfarande är sugen på att försöka skaffa fiber till din villa, kan jag bara ge dig ett råd: ge inte upp. Du kommer säkert att slå huvudet i väggen. Flera gånger.

Jag vet från säker källa att vår leverantör Telia aldrig hade genomfört projektet om man vetat vad man vet idag. Allt hänger på de där slangarna nere i marken.

Så om det av någon anledning grävs i ditt område, vare sig det är för fjärrvärme, avlopp eller något annat – se då till att det läggs ned slangar för fiberkablar. Betala själv om det är så, för det är slangarna som är nyckeln till framgång.

Texten finns publicerad på:

<http://www.blogtrain.se/du-ger-mig-fiber/>

http://korta.nu/sswc10_78

Stellan Löfving är Internetföretagare, skribent och föreläsare. Han driver nätnyhetstjänsten Foodwire och mobilutvecklingsbolaget Appisfaction samt bloggarna salt.se, blogtrain.se och stellen.me. Tillsammans med David Stark driver han även humorbloggarna Skyltat, Linkat och Tweetat.

Twitter: @stellen | Mejl: stellen@me.com

Jag skäms faktiskt över att vi inte har kommit längre

Gabriella Lönnroos

@gabyrita

Sociala medier, och Internet i stort, är fantastiskt på så många sätt. Men kunskapen om, och tillgången till, Internet får aldrig bli något endast för de privilegierade i samhället. Informationstillgången för den som inte har kunskap om Internet blir ett torftigt axplock jämfört med om du utan hinder kan söka och hitta information. För att inte tala om det tjänsteutbud som webben erbjuder.

Åk till exempel till Kista torg kring månadsslutet och bevittna kön som leder in på banken. Alla står där för att de behöver betala sina räkningar. För närmare två miljoner svenskar är det en realitet. Det tål att upprepas: Två miljoner svenskar! Samtidigt förutsätter de övriga sju miljonerna att alla är online. SR-programledaren som berättar att hela inslaget finns på sverigesradio.se, hyresvärderna som inte hyr ut lägenhet om du inte anger en mejladress eller arbetsgivaren som endast tar emot ansökningar via mejl. Två miljoner svenskar marginaliseras.

Jag arbetar mycket med .SE:s Internet för alla-projekt som syftar till att öka den digitala delaktigheten. Det är nog den största behållningen jag har av mitt arbete. Att träffa till exempel Boris, en äldre man som arbetar som målare i Uppsala, som berättar om hur hans liv har förändrats sedan han har lärt sig grundläggande dator- och Internetkunskap. När han tittar tillbaka på hur det var att inte veta hur man startar en dator och formulerar: ”Det var som att inte kunna läsa eller skriva” sätts mitt digitala liv in i ett viktigt perspektiv. Alla måste få en ärlig chans att lära sig hur man använder nätet på

ett värdefullt sätt.

Utan omsvep, det finns så mycket såväl individen som samhället vinner på att vi är uppkopplade. Socioekonomiska aspekter som utbildningsnivå, levnadsstandard och yrkestitel får inte bli något som avgör om du är online eller inte. För mig är det en demokratifråga som såväl vår tidigare regering som vår nuvarande konsekvent har förbisett. Det är ett övergrepp på vårt så kära informationssamhälle.

Det gör mig arg och jag skäms faktiskt över att vi inte har kommit längre.

Jag, Gabriella Lönnroos, arbetar som informatör på .SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur) som ansvarar för den tekniska driften och administrationen av den svenska toppdomänen .se. Stiftelsen bedriver också en rad forsknings- och utvecklingsprojekt som främjar utvecklingen av Internet i Sverige. Jag brinner extra för projekten som handlar om förbättrad användarnytta, bland andra Internet för alla och skolprojektet Webbstjärnan. Du når mig bland annat på gabriella.lonnroos@iis.se eller [@gabylyta](https://twitter.com/gabylyta) på Twitter.

Är du eller publiken stjärnan?

Tor Löwkrantz

@TorLowkrantz

- *Shit vilken dålig DJ. Ingen dansade ju. Helt dött.*
- *Dålig presentation, ingen lyssnade. Vilken sopa.*
- *Han som brukar vara så bra. Nu har han tappat stinget, det var den karriären det.*

Det är alltid den som utför något som är ansvarig för att replikerna ovan aldrig får bli resultatet av en insats. Det kan vara en författare, en musiker, en poet, en kock, vem som helst.

Det är ganska enkelt att undvika dessa haverier. Du måste bara kunna svara på en enda fråga. Det är helt avgörande att kunna svara på den. Annars innebär ett framträdande i stort sett alltid ett misslyckande. Svarar du rätt kommer du träffa mitt i prick. Du kommer att veta människorna är där för att uppleva just det du bjuder på.

Är du musiker eller musikanter?

Musikern är en person med enorm musikalisk integritet. Han eller hon spelar inte för vilken publik som helst, inte var som helst, inte heller i vilket sammanhang som helst. Publiken kommer eftersom just musikern i fråga är den ende som kan leverera en viss musikalisk originalitet. Musikern ska spela originalet eller göra originalet rättvisa. I regel är även musikern originalet. Gör musikern ett enda snedsteg, om musikern om så bara för en liten stund lutar åt musikanten går publiken från kärlek till hat på ett ögonblick. Han har sålt sig.

Exempel på musiker är The Knife, Kraftwerk eller varför inte Aphex Twin.

Musikanten å sin sida är helt fokuserad på omständigheterna när musiken ska framföras. Han spelar precis som musikern för publiken. Men musikantens uppgift är att förstå vilken situation publiken

befinner sig i, både till sinne och fysisk placering. Är det fest eller begravning? Är det en arena, en festlokal eller en hotelloobby? Publiken kommer eftersom de har ett annat ärende än just själva musiken. Musikanten måste värna detta ärende och anpassa sig efter det. Gör musikanten ett enda snedsteg och börjar luta åt musikerns håll går publiken från kärlek till hat på ett ögonblick. Han förstår oss inte.

Skulle Kraftwerk spela We Are The Robots på en begravning eller en schlagerbar skulle de fyra tyskarna med största sannolikhet vara tvungna att duscha bort de ruttna tomaterna när de kommer tillbaka till sitt hotell.

Det ena är inte finare än det andra. Musiker och musikanter har bara olika roller. Svarar du rätt på frågan om du är musiker eller musikanter kommer din publik att älska dig.

Han är unik!

Han har integritet!

Vilken stämning det blev!

Han förstår oss!

Tor Löwkrantz är en lång, skallig söderbo som till vardags är digital rådgivare på pr-byrå Wenderfalck. I livet innan pr och marknadsföring på internet spelade han massor av musik, bland annat i grammisbelönade elektronikbandet Hundarna från Söder.

Twitter: @TorLowkrantz

Grötentreprenörskap på schemat?

Anton Malmberg

@antonmalmberg

För drygt två veckor sen tog jag studenten. En milstolpe, inte bara för att skolan är slut, utan även för att företagande efter tre år som sidoprojekt kommer att uppgraderas till fulltidssysselsättning. Mer om vad det kommer innebära sparar jag till ett senare inlägg, det här tänkte jag ägna åt en tillbakablick.

Ted¹, med flera, blev för någon månad sen intervjuade i DI Weekend² om grötentreprenörer. Läs den! Termen grötentreprenörskap har sin bakgrund i Christian Rudolfs blogginlägg³ och syftar på att dagens entreprenörer klarar sig utan externt kapital med en återhållsam livsstil. I artikeln nämner Ted bland annat Muminmuggar.se i förbigående. Butiken är vårt lek- & lär-projekt för e-handel, men omsätter ändå runt 300kkr. Att detta går att genomföra med små medel, ekonomiska såväl som tekniska kunskaper, och vid sidan om en gymnasieutbildning är egentligen ganska fantastiskt.

Om man sätter det i perspektiv till vad den bild av företagande och entreprenörskap som skolan står för är skillnaden diametral. Det som skolan försökte lära mig om företagande hade enbart med affärsplaner och bokföring att göra, inte den kreativa lust och nyfikenhet som jag mötte i verkligheten, det som av skolan kallas för näringslivet. För att sätta detta i perspektiv till hur det kan vara, så var jag på någon form av möte med Skatteverket i samband med att jag skulle registrera min enskilda firma för mina affiliate-intäkter, 16 år gammal. Där fick jag frågan om hur jag fick in kunder och hade aldrig tänkt tanken att jag skulle ha kunder, jag hade ju inga tyckte

jag? Med lite perspektiv på saken så var affiliate-nätverken mina kunder, men problematiken kring att skaffa dessa hade jag inte. Jag tror att det finns en poäng med att komma in i företagande med denna attityd.

Kunskapsmässigt är det för det inte andra saker som krävs för att driva ett företag, men ingången och perspektivet på det hela gör stor skillnad. Om utgångspunkten hade varit en affärsplan, en budget, ett företagsnamn och logga så hade jag nog lagt ner redan innan. Man bygger upp en rädsla att misslyckas, så många åtgärder för att förebygga det att det helt klart stigmatiseras. Om man är rädd för att misslyckas vågar man istället ingenting. Det är viktigare att man börjar skapa saker utan att dra på sig särskilt mycket kostnader och provar sig fram. Då spelar det ingen roll om man misslyckas både en och tre gånger. Grötentreprenörskap, helt enkelt.

Internet har en viktig roll i detta. Teknik är inte längre dyrt. Inte heller att nå ut genom sociala medier. Vem som helst kan skapa en blogg och börja sälja saker genom den. Inget lager behövs egentligen till en början. Hitta en leverantör och beställ vid försäljning. Ta emot ordrar över mejl och skicka fakturor manuellt. Det som kostar är engagemang och det är för detta som skolan måste ge utrymme. Gör man detta så får ungdomar möjlighet att prova sig fram. Går det bra så kommer affärsplaner, bokföring och budgetar in av sig självt och är då något man lär sig av bara farten.

Jag vill inte förringa vikten av företagandets torrare delar. De är viktiga i många företagsstarter. Men i den typen av företag som gymnasieungdomar kommer starta upp är inte det inte så viktigt och kommer aldrig bli viktigt förrän det tar fart, om än lite. Därför måste bilden av företagande svänga, från att ses som något torrt till till att ses som något kreativt. Förhoppningsvis svänger den traditionella bilden av företagsstarter sakta men säkert och en ny attityd kan leta sig in till och med innanför skolans dörrar.

Vad tycker ni? Är jag helt ute och cyklar eller har jag rätt? Jag vet inte.

Fotnoter:

1. <http://www.tedvalentin.com/2010/04/grotentreprenorer.html>
(<http://korta.nu/3222>)
2. http://di.se/Default.aspx?pid=203746__ArticlePageProvider
(http://korta.nu/sswc10_79)
3. <http://disruptive.nu/2008/12/07/webbstartups-behover-inget-riskkapital-de-behover-grotkapital/> (http://korta.nu/sswc10_80)

Texten finns publicerad på:

<http://antonmalmberg.se/grotentreprenorskap-pa-schemat/>

http://korta.nu/sswc10_81

Jag heter Anton Malmberg och är en nytexaminerad student, som ägnat min gymnasietid till företagande på internet, med e-handel som huvudfokus. Med Muminmuggar.se har jag bevisat, för mig och för andra, att det är möjligt att bygga en lönsam verksamhet inom ett nischat område på internet, även på den svenska marknaden. Om dessa erfarenheter skrev jag nyligen ett blogginslag på min blogg, AntonMalmberg.se.

Thank Or Die

Paula Marttila

@PaulaMarttila

Welcome to
NOBODY CARES
Population: 6 Billion

(from a cartoon by Hugh MacLeod a.k.a Gapingvoid)¹

When the world population is closing on 7 Billion, out of which almost 2 Billion are currently using the Internet, out of which one in four is using Facebook, it becomes evident how the opportunities we as humans are given along with the socialization of the web, are also united with growing challenges.

At the same time as nobody cares, everybody cares. To make someone of the almost 2 Billion people to care enough to personally respond to whatever message you are sending out, should pretty much still to be considered as a miracle. As much as the social web helps us to connect with each other, it also exposes the people and corporations who are in it for themselves. As easy it is to participate, start a cause, a service, ask for help, feedback or advice, as easy it has become to expect not just a reaction, but an immediate reaction, by the responding party.

As we are slowly beginning to learn how we all need to start to engage or die with our audience and customers, as start to share or die on the Internet, we mustn't forget to remember to say Thank You. And as with any response, the gesture of a thank you is best when it's immediate, human and sincere.

With growing new businesses in the fields of crowdsourcing and

crowdfunding, not to mention all the unconferences and meetups, where everyone's trying to figure out how to reward the multimotivational human nature, recognition in terms of a personal thank you will always remain a central part (Good thoughts² on motivating a crowd by Niel Robertson, CEO of Trada, a crowdsourced PPC marketplace).

David Noël of SoundCloud writes about scaling customer service³ in a startup, listing universally crucial advice on how to create long term customer relationships. The upside of "Always appreciate any form of feedback" being "happy and frequently stunned customers." I couldn't agree more: There's nothing like getting happy and grateful response on that late night personal reply to a troubled customer. In the times of the growing number of the population Nobody Cares, an absolutely great way to convert customers to your loyal ambassadors, or even better, your paying customers.

Want someone to really care? #ThankOrDie

(Special thanks to Mattias Boström for all the cheering and tireless direct messages to get this thing published in last minute!)

Footnotes:

1. <http://www.gapingvoid.com/nobody%20cares%20001%20jpeg.jpg> (http://korta.nu/sswc10_82)
2. Niel Robertson of Trada: http://www.youtube.com/user/tradainc#p/a/u/2/_xYTacJ4BAQ (http://korta.nu/sswc10_83)
3. David Noël of SoundCloud: <http://david-noel.com/post/840940177/on-scaling-customer-service-in-a-startup> (http://korta.nu/sswc10_84)

Highly recommended reading:

On creativity: *Ignore Everybody* by Hugh MacLeod

– Ignore everybody for three hours and read this to be able to ask yourself important questions like "What's your cash/sex ratio?". Why? Because you can't afford to ignore your creativity! Thanks @gapingvoid

<http://gapingvoid.com/books/>

On how to truly engage your customers with help of social media:

Engage by Brian Solis

<http://www.briansolis.com/books/>

Texten finns publicerad på:

<http://paulamarttila.posterous.com/thank-or-die>

http://korta.nu/sswc10_85

Paula Marttila: Online Strategist, Startup Evangelist Keeping Eye On Swedish Startups, Mentor at Seedcamp. Contributor at bub.blicio.us and Same Same But Different. Superpower: Smiling.

Blog: paulamarttila.com | Twitter: @PaulaMarttila



Om du följer vägen och tar första vänster och sen höger, höger, höger och vänster. Efter en liten kulle tar du höger, en vänster och sen en höger igen så ligger det ett underbart litet bed and breakfast med hemlagad marmelad på toast och nyplockade blommor på rummet varje dag.

Brevvänner sökes!!!

MediaPilot

@MediaPilot

Hej vi heter MediaPilot!

Vi är ett företag på 5 jordsnurr. Våra intressen är hästar, måla, dataspel, pyssla, tjejer, ishockey, killar och sociala medier. Vi bor i Stockholm och vi gillar att gå på Skansen och Gröna Lund (speciellt Lusthuset). Vi har ett syskon som bor i Oslo, det ligger i Norge.

När vi jobbar gör vi medianalys (det är jätte roligt!). Det betyder att när ett annat snällt företag vill veta vad tidningar (t ex Kamratposten, Min Häst och Starlet) eller bloggar (t ex Kissie, Foki och Mogis) eller Twitter (t ex @piratforlaget, @viasat och @sj_ab) skriver om dom så frågar dom oss. Då kan vi berätta det. Då blir dom jätte glada!

Vi vill gärna ha nya brevvänner eller en låtsas tvilling (vi fyller år den 15 januari) du skall vara mellan 0-99 år, både tjejer och killar. Du får gärna ha en bild, men det är inget måste.

Maila oss på info@mediapilot.se eller adda oss på Twitter:

@mediapilot, @helenamoren, @alexisbolo, @simonscharf,
@joannaconst, @linnej, @branaes, @humlananna, @ivarliden,
@knightriver

Kramiz från MediaPilot

P.S. Om du vill veta mer om oss kan så kan du läsa här:

www.mediapilot.se D.S.

P.S2. Snigelpost går också bra. D.S2.

Poesi för den sociala revolutionen

Anders Mildner

@andersmi

Nyhetsprosan uppstod i telegrafkön. Stressade krigskorrespondenter fick begränsad tid på sig innan näste man tog över spakarna och började sända hem sina meddelanden.

Texterna blev därefter: kortfattade, rappa, skrivna med ett högt tempo.

Påputtade av tekniken blev de framväxande nyhetsmediernas viktigaste uppgift att sammanfatta varje dygn och paketera det i en snygg förpackning.

Vilket ju faktiskt namnen fortfarande kan berätta för oss: Svenska Dagbladet. Dagens Nyheter. The Daily Telegraph. The Daily Mail. Snällposten (senare Sydsvenskan). Expressen. Aktuellt. Rapport.

Alltså: journalisterna åkte ut, bevakade världen, skickade hem resultatet – som sammanställdes, faktagranskades och publicerades. Nästa dag började allt om från början.

Vid sidan om journalistikens bearbetning av dagens händelser har forskarna tuffat på i ett långsammare tempo och ofta med ett lite säkrare resultat. Men med ungefär samma cykel: problemformulering, inhämtning, sammanställning, kontroll, säkerställande av resultat och publicering.

De senaste åren har dock ett skifte inträffat som möjliggjort en helt ny mediesfär. Omvärldsrapporten har blivit till allmängods i och med att allt större del av världens befolkning har fått en möjlighet

att skildra sin egen verklighet via bloggar, mikrobloggar och status-uppdateringar.

Och på precis samma sätt har det långsammare och mer kvalitets-säkrade kunskapsbyggandet blivit kollektivt i och med framväxten av sajter som till exempel Wikipedia.

Inom de kommersiella medierna väntar nu integrering, samarbete, utveckling. Rösterna som strävar efter traditionsbunden genre-isolationism blir allt färre.

Den starka debatten om de traditionella mediernas framtid har dock lett till att vi blivit lite närsynta. Vi tenderar att betrakta små policyförändringar hos svenska mediebolag som banbrytande och ser inte alltid de svindlande förändringar som sker på andra håll.

För den mest intressanta frågan är ju fortfarande: *Vad är möjligt i en värld där allas röster plötsligt kan bli hörda?*

Ett av de mest spännande nya perspektiven här kommer från kenyanska Ushahidi¹, som sedan starten för tre år sedan blivit en föregångare inom det som allt oftare kallas för ”activism mapping”.

Activism mapping innebär en kombination av aktivism, medborgarjournalistik och geotaggande – och kan ge resultat som är häpnadsväckande.

Ushahidi startade efter krisen i Kenya 2007. Grundarna lät människor skicka in ögonvittnesrapporter om våld via mail och sms och markerade platserna på en Google-karta².

Sedan dess har tekniken bland annat använts för att rapportera om våld mot invandrare i Sydafrika, för att kartlägga oroligheter i Kongo, för att ge en bild av medicinbristen i Östafrika, för att visa vidden av förödelsen och det mänskliga lidandet under Gazakriget och för att berätta om läget efter jordbävningen på Haiti.

Värdet av den här sortens crowdsourcade rapporter är lätt att se – på många håll i världen³ – liksom att kraften som vilar i att sammanställa en stor grupp människors ögonvittnesskildringar är enorm

och omskakande ("ushahidi" betyder för övrigt just "vittnesbörd" på swahili).

Ushahidi har på kort tid vuxit från idé till att bli en riktig organisation. Men vad väntar nu?

– Plattformen kommer att utvecklas så att vi kan sätta ännu mer makt i händerna på våra användare, säger *Jessica Heinzelman* från Ushahidi.

– Men vi räknar med att även fortsättningsvis vara en liten organisation som främst jobbar med att bygga och förbättra det här redskapet. Vårt mål är att tillhandahålla en plattform som är så bra som det bara går. Sedan får enskilda individer eller organisationer bestämma hur de ska använda det på bästa sätt, i sin unika kontext och för sina specifika mål.

Intresset från grupper som jobbar för mänskliga rättigheter har så klart varit stort. Jag antar att ni även har varit med om det motsatta – att regimer har försökt stoppa er?

– Det händer faktiskt mer sällan än man kan tro. Men ett sådant exempel är från Sudan. Ushahidi användes av The Sudan Institute for Research and Policy och Asmaa Society for Development i samarbete med en rad medborgarrättsorganisationer för att övervaka valet i april i år.

Den sudanesiska regimen svarade med att blockera domänen i två dagar, men internationella påtryckningar fick dem att ändra sitt beslut.

Vad kan Ushahidi berätta för oss om framtiden för gruppaktivism?

– Ushahidi kan vara ett väldigt kraftfullt verktyg för aktivister. Det ger aktivisterna en effektiv plattform för att samla information, men är också ett redskap för att engagera människor och för att sända ut information.

– Detta innebär inte dock att det inte behövs någon organisation. När en av Ushadidis grundare, Ory Okolloh, nyligen pratade inför en grupp teknikentusiaster i Kapstaden, sa hon: ”Bli nu inte till er allt för mycket! Ushahidi är bara tio procent av lösningen.” Det är människorna bakom plattformen som gör att den fungerar. Det är människorna som ger den dess kraft.

I en artikel i The New York Times⁴, tas en spännande aspekt av Ushahidi upp – nämligen att insamlandet av den här sortens källmaterial gör att vi förändrar vår bild av information. Möjligen kommer den framöver aldrig att framstå som vare sig sann eller falsk – utan mycket mer mångfacetterad.

Men vad vad skulle det innebära för människor att leva i en värld där man inte längre betraktade information som antingen sann eller falsk?

– Förändringen ligger i uppfattningen av begreppet sanning och möjligheten för vanliga människor att vara med och skapa bilden av den – inte nödvändigtvis i tillgången på sanning i sig, säger Jessica Heinzelman.

– Ushahidi kan hjälpa till att skapa en mer komplett bild av sanningen i och med att vi öppnar upp för massrapportering. Det här handlar ju oftast om människor som inte har tillgång till traditionella mediekanaler, vilket leder till att vi får bredare perspektiv.

– Den här utvecklingen startades av bloggarna. Nu tar Ushahidi den ett steg vidare, genom att ge dem som bara har den allra enklaste mobiltelefon en möjlighet att delta i vad vi kallar ”truth sharing” – på ungefär samma sätt som vi såg att Twitter användes till i Iran.

Jessica Heinzelman fortsätter:

– Större delen av våra medier berättar historier från ett perspektiv. Läser du Haretz eller Al-Quds Al-Arabi? The Economist eller Mother Jones? Ser du på CNN eller Fox News? Har du lätt för att urskilja vem som har rätt när nyheterna från samma händelser presenteras

tillsammans med kommentarer som motsäger varandra? Vad är egentligen sant?

– Ushahidi – och crowdsourcing i allmänhet – utmanar idén om att det bara finns en sanning, speciellt för personer som är nöjda med sin nyhetsfiltrering efter att de har valt medier utifrån kriteriet att källorna ska ha åsikter som ligger i linje med deras egna.

Och kanske bidrar den här utvecklingen till att även vi förändras – vi som oftast befinner oss långt borta från den värld där tjänster som Ushahidi kan spela en avgörande roll för hur livet ser ut nästa dag.

Som en annan av Ushahidis grundare, Erik Hersman, skriver på sin blogg⁵:

”Finally, a digitally connected world not only grants us a front row seat to the rest of the world, but also the power to influence events and create change in a way that was impossible just a few short decades ago.

So that events that may occur thousands of miles away are in fact – quite literally – in our digital backyard. Which makes it a lot harder to just sit back and watch.”

Orden skulle kunna läsas som poesi för den sociala revolution som växer sig starkare för varje dag som går. Eller som en behövlig tankeställare i här hemma i sommarvärmen: för på andra sidan ditt datorfönster finns en hel värld som vi inte längre försvinner när vi vänder blicken ifrån den. Den skapar sina egna medier och kommer i allt större utsträckning att pocka på vår uppmärksamhet genom att rinna in i våra flöden och kanaler. Vad vi gör av denna nya information kommer med största sannolikhet att bidra till att definiera både oss och våra samveten.

Fotnoter:

1. <http://ushahidi.com>
2. <http://venturebeat.com/2008/01/15/kenyan-tech-bloggers-launch-crisis-report-site/> (http://korta.nu/sswc10_86)
3. <http://snowmageddoncleanup.com/>

4. http://www.nytimes.com/2010/03/14/weekinreview/14giridharadas.html?_r=2&scp=1&sq=ushahidi&st=cse%20
(http://korta.nu/sswc10_88)
5. <http://whiteafrican.com/2008/05/15/activist-mapping-presentation-at-where-20/> (http://korta.nu/sswc10_89)

Texten finns publicerad på:

<http://blogg.svd.se/nyamedier?id=19755>

http://korta.nu/sswc10_90

Anders Mildner är skribent och föreläsare. Tillsammans med Karin Lilja driver han den sociala bokläsningssajten Bokprat. Inlägget ovan är hämtat från Nya medier-bloggen i SvD.

Blogg: blogg.svd.se/nyamedier | Sajter: bokprat.se och andersmi.se |
Twitter: @andersmi

Overload

Sofia Mirjamsdotter

@mymlan

Efter en diskussion på Twitter har jag legat och funderat och så föddes ett mer eller mindre tvingande behov av att skriva den här posten. För att förklara, inte försvara, inte bortförklara.

För att om möjligt försöka beskriva hur det ser ut i mitt huvud, vilka svårigheter jag har i vardagen, hela tiden, och som leder till att jag ibland kanske framstår som obegriplig eller vrång.

Som den jävliga känslan när jag ständigt får höra att jag ser så arg och sur ut fast jag i själva verket är djupt koncentrerad, när jag anstränger mig hårt för att förstå och ta in min omvärld.

Jag har en bokstavsdiagnos. Jag har skrivit om den förut. I kombination med drag av asperger/autism skapar det en personlighet som kan upplevas som störig, ovanlig, knäpp eller bara korkad.

En kombination av avvikelser i min hjärna som gör att jag har overload i hjärnan dag som natt. Jag har svårigheter att sortera intryck och använder nästan all min energi åt det. Åt att förstå, åt att fokusera för att överhuvudtaget få saker gjorda.

En kombination av att ständigt ha tusen sprudlande idéer i huvudet men förmåga att endast göra en sak i taget, något som inte sällan leder till total kortslutning.

En kombination som gör mig antingen introvert som satan eller gränslöst öppen, då jag måste ägna massor av medveten tankeenergi för att klara av att hitta det där läget som kallas lagom.

Det är alltså inte sakerna i sig som är svåra att göra, det är det att varje sak jag gör är en medveten handling som ägnas tankekraft, och därför brukar man i terapi av personer med adhd tänka i olika moment. Där varje moment kräver en tanke.

För att ge en liknelse som förekommer dagligen i vardagen: gå med soporna. Det är en enkel handling i flera steg som vart och ett kräver en tanke, och fokus. Och om tankekedjan bryts mitt i, om exempelvis telefonen ringer när påsen står mitt på köksgolvet utan att vara hopknuten, så måste jag antingen fortsätta fokusera på sop-påsen för att inte glömma bort den, vilket leder till att jag inte hör alls vad personen i andra änden säger, eller också blir påsen stående. I timmar. För att om jag bryter fokus och koncentrerar mig på samtalet glömmar jag påsen och måste flytta fokus efter samtalet, vilket inte är så lätt om samtalet i sig satte fokus på något annat som jag fortsätter tänka på efteråt.

Eller köpa kläder. Det kräver att man först tar sig iväg till en affär, vilket kräver att man först planerat att gå ut så att man har tid med det utan att glömma något viktigt man ska göra sen. Jag kan alltså inte gå och shoppa samma dag som jag har tvättstugan på kvällen.

Man måste också noga tänka igenom vad man tar på sig för att det ska vara provrumsvänligt, och bara det tar en massa energi, det är inget som går av sig självt. Sen ska man välja butik, och välja kläder. Så hittar man den där söta klänningen som i nio fall av tio blir kvar på galgen eftersom man inser att den inte kommer att användas om man inte också köper nya strumpbyxor, eventuellt nya skor för att ha några som passar och en kofta eller liknande.

Redan där blir projektet ”ny garderob” oöverstigligt och jag ger upp, och går hem. Eller köper något vansinnigt som av ovan nämnda skäl aldrig används.

Jag har som andra ibland behov av att bara outa mina i-landsproblem. Som när jag berättade om mina bortdomnade händer, och vänliga människor genast kom med goda råd och tips på hur jag skulle göra, uppmaningar om att kontakta läkare och annat.

Jag förstår ju att det är av omtanke. Men jag blir bara stressad. För att jag vill bemöta alla artigt och vänligt, men det är så otroligt svårt att försöka förklara vilka hinder som tornar upp sig hos mig bara av tanken på att kontakta läkare. Först ska man lägga tid på att sitta i telefonkö. Jag klarar inte av att göra annat när jag sitter i telefonkö, för då glömmar jag bort var jag ringde. Jag kan bara göra en sak i taget.

Har jag redan sagt det? Okej.

Sen ska man boka in en tid, och då måste man ha kalendern i närheten, och tiden måste passa och inte vara för tidigt på morgonen för då kommer jag antingen att försova mig eller komma till läkaren i fettrandigt hår eftersom bara att komma i ordning på morgonen innebär så många moment att det måste planeras minutiöst för att jag inte ska glömma något viktigt. Det ska funka med transport och sen ska jag helst inte behöva gå dit igen, en andra gång. Jag vill avsluta saker. Börja – göra – avsluta. Utan att behöva byta fokus mellan. Då kraschar det.

Små små saker som stressar mig.

Personer med ADHD drabbas ofta av utbrändhet. Eller så självmedicinerar de med alkohol, droger eller annat som lugnar ner hjärnan, som annars inte går att stänga av.

Man måste vara väldigt stark för att lyckas skapa och upprätthålla en tillvaro som fungerar, och stå på sig väldigt för att få omgivningen att förstå alternativt strunta i om de förstår eller ej.

Ett liv med bokstavskombinationer är ett liv fullt av bortförklaringar, för att de är så mycket enklare än att säga som det är. Som att ”jag ska storhandla idag”, som förklaring till varför man inte samma dag kan boka in ett spontanmöte. För då kommer lösningarna man inte har bett om.

”Men om vi ses tre så hinner du handla mellan halv fem och halv sex och ändå hinna laga middag innan sju.”

”Jag kan skjutsa dig till affären efter mötet.”

”Men handla nu så ses vi sen.”

De inser inte att eftersom jag bestämt att jag ska storhandla ligger hela mitt fokus där, och jag måste tänka på inköpslista, matplanering och att ha rena kläder på mig när jag åker till affären. Där finns inte utrymme för spontana infall.

Sånt är svårt att förklara utan att folk tror att man är dum i huvudet.

För att inte tala om den sociala aspekten. Att antingen vara knäpptyst och läsa av andra för att förstå stämningen, eller att hamna i centrum och tala oavbrutet för att man glömmet sig och inte förstår

att folk inte ställer frågor och följdfrågor för att de är intresserade av svaren utan för att det ingår i det sociala spelet.

Hur man har i sig sedan barndomen att alla ens frågor var dumma, att andra skrattade åt en hela tiden och man därför fortfarande undermedvetet är så rädd att göra bort sig att man inte vågar ställa en enda fråga. Istället försöker man själv snappa upp situationer, man söker information på egen hand för att förstå vad det var som egentligen sades, man går hem och rannsakar sig själv så fort man träffat andra för att försöka förstå hur man uppfattades, på vilket sätt man gjorde bort sig den här gången och vad man eventuellt kan få för konsekvenser av vad man råkade kasta ur sig.

Att varje möte kräver tankeenergi kring saker som att hälsa ordentligt, inte råka ställa fel fråga, se till att vara rädd klädd för situationen och samtidigt faktiskt få ut något, komma någon vart, ha något utbyte av mötet. Det är påfrestande och gör mig trött.

Så jag är gärna hemma ensam, och föredrar sällskap av personer som inte förväntar sig något, där jag kan vara alldeles helt mig själv utan att spela spel på någon som helst nivå. Personer som känner mig och vet att jag inte är arg för att jag rynkar på ögonbrynen, utan bara koncentrerad. Personer som jag kan säga rakt ut till om jag blir stressad av overload och människor som vet att tala om riktiga saker.

För min kapacitet är begränsad, jag förstår inte artighetsprat, varför lägga energi på det när man kan gå på djupet direkt?

Svårigheten att skifta fokus från jobb till hem efter en arbetsdag, som under småbarnsåren orsakade ett kaos värre än hos de flesta.

Och så lär man sig strategier. För överlevnad. Lär sig att prioritera, lär sig var ens egna gränser går för stress, och livet skulle kunna vara hanterbart om det inte vore för alla andra människor. Därför att alla har olika behov och jag kan knappast kräva att hela omgivningen ska anpassa sig efter mig. Så man blir ensam. Det är enklast så.

Det är lätt att uppfattas som extremt egocentrisk, vilket också stämmer. Men det är inte egoism. Det är en egocentrering som handlar om överlevnad. Att alls kunna ta hand om sig själv och de närmaste kräver så mycket att det inte räcker åt andra, hur gärna jag än vill, hur mycket jag än önskar att jag vore en sån som orkade engagera mig i

andra och ställa upp på både det ena och det andra sättet – men det funkar inte för då skulle mitt eget krascha.

Det är inte synd om mig. Jag vill bara bli respekterad, och trodd, när jag säger att det är si eller så. Att jag inte kan det eller det. Jag vill kunna säga det utan bli överröst med välvilliga men felsatsade goda råd.

Som när man för hundrade gången försöker förklara att det är svårt med ljud. Att ljud kräver väldigt mycket mer koncentration att ta in och förstå än vad skriven text gör. Att telefoner är min skräck, att jag inte klarar av att lyssna på radio, att hörlurar gör mig skräckslagen för att jag blir avstängd från omgivningen och inte märker vad som händer omkring mig, då, för hundrade gången när jag förklarar är det lätt hänt att jag blir lite grinig. Och snäser av någon som inte alls förtjänar det.

För tro mig. Om man i ett helt liv navelskådat och funderat och försökt förstå vem man är och hur andra uppfattar en, om man tvingats lära sig den hårda vägen att ta folk i hand och se dem i ögonen, om man efter år av missförstånd och terapi får ett svar på varför, då vet man också vilka lösningar som fungerar och vilka som inte gör det.

Jag behöver inte mer tankar som stressar mig, inte känna mer press och känslan av att vara otillräcklig när andra skrattar över ett banalt problem som jag inte mäktar med att lösa.

Jag prioriterar stenhårt, och mina prioriteringar handlar om överlevnad, om att inte krascha, om att klara av det mest grundläggande i livet som att försörja mina barn och se till att de får mat och tak över huvudet, kärlek och någon slags fostran.

Mitt fokus räcker inte mycket längre än så.

Tack för ordet.

Texten finns publicerad på:

<http://mymlanthereal.wordpress.com/2010/05/09/overload/>

http://korta.nu/sswc10_91

Det är jag som är mymlan. The real. Även känd som Sofia Mirjams-

dotter. Journalist, bloggare, internetfrälst.

Twitter: @mymlan | Blogg: mymlanthereal.wordpress.com och
samesamebutdifferent.se |

Facebook: facebook.com/mirjamsdottermedia |

Mejl: mymlan72@gmail.com

Why Advertising Agencies Rule

Walter Naeslund

@WalterNaeslund

Embrace Experience. Breath Innovation. Produce Intimately.

Sure the world has changed. But I think it's time to realize that *we* haven't changed much. A couple of years ago I was one of the people running around screaming that the world was coming to an end, that the traditional advertising agency model was over and that the world would never be the same again. In a way, we need people running around like that to initiate discussions and spark debate, but I also think we have to look outside our window and see what the real world looks like, because – let's face it – the biggest and greatest agencies are also doing things *right*. I believe in taking *EVERY* piece of knowledge I can from these agencies and adding on everything new I can possibly find from the frontier and then pour it all in the blender. Will it blend? I think it will!

Production Intimacy

Just because an agency doesn't understand search marketing dynamics it doesn't mean that it can't create massive results using television, print, and outdoor. Just because an agency has in-house production resources doesn't mean it will lose its strategic capabilities. Quite the contrary. Personally, I believe in keeping production intimate for two reasons: First, emotion is in the finger tips, and emotion is such an amazingly important part of strategy that outsourcing it

lowers communications quality significantly. Second, let's face it, it's hard to get the very best creatives on a freelance basis. At least that's my experience. Feel free to challenge this.

At Honesty we try to have the same people on the production set (and in SEO- & conversion tuning labs for that matter) as we have at the initial strategy workshop. This plays into our philosophy of "Clarity & Emotion" where we try to simplify everything to super clear but emotionally punchy topical packets that inspire people to pass along the brand story. We really can't outsource that.

Finger Tip Feel Requires Finger Tips (Not Robot Arms)

Occasionally, we outsource specific things like design, illustration or sound design. We've recently worked with a very established artist from Sweden for illustrations and a superstar designer from New York for identity, and they've both delivered qualities that we could never (and should never) have in-house. But that's completely different from outsourcing all production and delivery. We can outsource roasting the beans, but we can't outsource the barista so to speak. Finger tip emotional execution requires finger tips – not robot arms.

From Radical Idealism to Pragmatic Innovative

My journey has gone from radical idealism to pragmatic innovative. For me to be happy, I don't want to settle with only having super progressive ideas. I want to make them happen. And to do that, I have to look outside my window and grasp the reality my client lives in. I want to create kick ass communication that we know will work in all media channels, while also building Google equity and evolving the brand through design and customer service. I want to take clients by the hand on a journey to greatness; I don't want to do is insist on trying to teleport them to la-la-land. It doesn't work, and no marketing manager worth its salt will let you do that anyway.

The Recipe for Success Then? This Is What I Think:

1. Information Clarity

2. Butterflies in stomach
3. Tight team of *highly skilled* individuals
4. Few strategy slides (tight strategy = consultants assuming responsibility for making choices)
5. Production intimacy

Funky Business Models vs. Great Minds

In the end, our business is all about results, and I think we can all see that advertising agencies are not as dead as some entrepreneurial people thought a couple of years ago (though I appreciate the ambition). There are a lot of great minds at those “soon to be dead” agencies, and a new and funky business model will never beat brilliant people when it comes to consulting businesses. Why? The consulting business is all about – you guessed it – the consultants.

Texten finns publicerad på:

<http://walternaeslund.com/why-advertising-agencies-rule/>

http://korta.nu/sswc10_92

Walter Naeslund: Civilingenjör, bloggare och VD för reklambyrån Honesty.

Blogg: walternaeslund.com | Twitter: @WalterNaeslund | Mejl: walternaeslund@gmail.com | Telefon: +46-708-560 365

Rädda de tomma sociala sajterna

Jakob Nannesson

@jakob

Det finns så många webbtjänster som inte ännu är skapade. Se bara på de sajter som idag är de största och mest populära, inte är de väl så bra som de skulle kunna vara? Jag vet att vi är många som skulle göra dem bättre, och det är inom detta område jag vara drivande. Låt oss tillsammans se till att det blir lite fart på uppdateringarna framöver.

Hur många blir imponerade av designen och funktionerna på Blocket? Och vem blir egentligen glad av att ha en auktion på Tradera, när kompisen plötsligt säger ”Men, den där vill ju jag köpa!”. Båda tjänsterna är stora välkända marknadsplatser på internet, men ändå finns kraftiga brister som borde lösas med nya innovativa webbtjänster. Men inget verkar hända.

På internet finns det potential att göra riktigt stora webbtjänster där hela världen samarbetar. Där man bygger en tjänst i ett land och där det snabbt sprids till andra länder. Man kan anpassa funktionerna till landet och snabbt börja jobba mot en ny publik. Eller så kan man tänka hyperlokalt och anpassa sajten till den lilla målgrupp som man själv har bäst koll på.

Tänk dig en Facebook endast med småföretagare inom it-världen, en exakt kopia av funktioner, men där innehållet ändå skulle skilja sig stort från dagens Facebook. Eller tänk dig SVT Play, men med ett ständigt flöde nyheter från alla möjliga redaktioner.

Så skulle det kunna vara.

Men istället bygger mängder med människor sociala webbtjänster som aldrig blir sociala. Om tanken är att skapa en Wikipedia så fungerar det inte innan sajten fått tillräckligt många användare. Det är givetvis samma sak med succéer som Blocket och Tradera. För vem vill vara ensam på en marknadsplats? Utan varken säljare eller köpare.

Vi har varit med om det förut: Vem vill vara först med telefon, och inte ha någon att ringa till? Vem vill ha fax, när det inte fanns någon att faxa till? Men nu när det är så enkelt att komma åt nya webbtjänster så borde det väl gå så fort att få spridning av system? Problemet kvarstår, ingen vill väl vara ensam när man väl registrerat sig? Early adopters jovisst. Men hur får man känslan av vad en ”Wikipedia” skulle kunna vara, om uppslagsverket var tomt?

Potentialen kring ”tänk om alla” är större än vad man kan tänka sig. Förra året höll jag en diskussion på ämnet ”Tänk om alla hade en iPhone”. Man skulle också kunna tänka sig ”tänk om alla hade Facebook” och vi hamnar så nära en lyckad webbtjänst man kan komma idag. Facebook har verkligen fått en otrolig spridning och nu kan man faktiskt lita på att alla är där. I och med detta har också användningsområdet ökat markant.

För visst vore det härligt om man snabbt som attan fick spridning på den webbtjänst man la ut. Det är ju detta vi drömmer om! Det skulle bli mer motiverande om man för varje uppdatering fick fler användare, lite som en belöning. Det är därför jag känner mig engagerad inom detta område, mindre ”knacka kod för kråkorna” så att säga...

Jag vill att vi ska hitta en lösning. Jag vill att nya webbtjänster ska välkomnas med öppna famnar, att det ska finnas en process där man både blir långsiktigt motiverad, samt säkerställer att idén faktiskt fungerar. Det är inte den gamla, hårda vägen jag söker. Jag vet att det kan gå snabbt med spridning på internet, så därför ska också nya webbtjänster komma till liv snabbt.

Jag tänker mig att vi tillsammans ska hjälpa fler att komma igång med sina sociala webbtjänster. För det är faktiskt inte som en vanlig webbsida, inom den sociala webben är det centralt att det sker kommunikation på sajten. Redan från början. Därför kan man inte

sitta isolerad och knacka kod, det måste ske utveckling i balans med användarna på sajten.

Många skulle kunna tänka sig en process där man först gör en vanlig webbsida och därefter kopplar in sociala funktioner. Som en blogg där diskussionerna i kommentarerna kommer först när bloggen blivit populär. Samtidigt som det givetvis är positivt att vanliga webbsidor blir sociala, så finns en risk att då aldrig närmar sig de där hypersociala tjänsterna. Som Twitter exempelvis, en tjänst som till 100% består av social kommunikation och som inte skulle klara sig alls utan användare.

Låt oss därför tillsammans arbeta fram en process som vi kan sprida som en lyckad standard i webbvärlden. En process som börjar med mängder med positiva kommentarer, där man tillsammans ser potentialen. Ingen idé är för dum för att testa! Processen kan också ha en tydlig regel som säger att man ska bygga sajten i jämn takt: ”antalet funktioner ska motsvara antalet aktiva användare”. På så sätt sprider man arbetsglädje samtidigt som man aldrig riskerar att lägga ner jobb på något användarna tycker är ointressant.

För, hur många webbtjänster skulle egentligen vara dåliga om alla faktiskt använde dem? Blocket och Tradera är ju bra, men bara för att alla använder dem. Så varför skulle just din sajt vara dålig – om alla använde den?

Gå med i Facebook-gruppen ”Rädda de tomma sociala sajterna” så fortsätter vi snacket:

<http://www.facebook.com/group.php?gid=133856766653833>
(http://korta.nu/sswc10_93)

Texten finns publicerad på:

<http://jensplan.se/blog/2010/radda-de-tomma-sociala-sajterna/>

http://korta.nu/sswc10_94

Jakob Nannesson: Jag har alltid varit en planerande människa som går runt med idéer och hittar på nya lösningar. Och det är väl just därför jag gillar internet; en plats som är tillgänglig, dynamisk och fortfarande väldigt utforskad.

jensjakob.se | Mejl: info@jensjakob.se | Twitter: [@jakob](https://twitter.com/@jakob)

Hur hinner alla småbarnsföräldrar twittra?

Charlotte Naversten

@naversten

När jag vaknar på morgonen, vilket vanligtvis är alldeles för tidigt, brukar jag hantera yngsta sonen med sin vällingflaska med ena handen och MacBooken med den andra. Ibland ligger även den äldre sonen bredvid i sängen och tittar på barnprogram.

Under inflytande av alla ljud som oundvikligen präglar livet med småbarn försöker jag, via Twitter och Facebook, att ta till mig vad som hänt i världen, om det påverkar mig och ifall jag tycker något om det som jag gärna vill förmedla till omvärlden.

Vad jag slås av när jag går igenom flödena från de sociala mediekanalerna är att jag alltid känner mig efter. Oavsett vilken tid jag går upp så har alltid ett antal personer inte bara hunnit läsa morgontidningarna utan även producerat initierade blogginlägg med analyser och tyckande kring dagens olika nyheter och debattinlägg. Dessutom med många länkar till andra personer som också skrivit om samma ämne eller publicerat andra relevanta perspektiv och åsikter.

På många sätt är ju det ganska praktiskt eftersom det spar tid för mig då jag kan klicka mig direkt till det som är mest relevant. Men det skapar också stress. Stress över att ”alla andra” hinner men inte jag och en frustration över att inte hinna.

Medan jag känner att jag också vill klicka på de intressanta länkarna, läsa och kommentera alla spännande bloggposter och delta i de relevanta samtalen, kommer verkligheten i kapp och barnen behöver nya blöjor, kläder och frukost. Medan det spännande och intellektuella pågår där på Twitter försöker jag söva lillebror i vagnen

samtidigt som jag letar efter storebrors borttappade skor.

Då undrar jag hur andra småbarnsföräldrar hinner? Hur de klarar att under påverkan av barnskrik tänka en klar tanke och formulera den i 140 tecken? Under de omständigheter som småbarn innebär klarar jag av att läsa, ofta att förstå men sällan att tänka färdigt och att faktiskt tycka något och det som skrivs. Och det handlar (nog) inte om bristande intellektuell förmåga utan snarare om en oförmåga att tänka strukturerat under påverkan av småbarnslivet.

Jag kan känna en stress och en frustration över att mina inlägg blir alltför lättsamma och vardagliga och över hur det påverkar andras bild av mig. Men samtidigt skriver jag de inlägg jag har möjlighet att skriva. De lätta inläggen, eftersom de andra kräver mer eftertanke.

Utifrån dessa känslor av otillräcklighet funderar jag ibland över ifall sociala medier adderar en extra stressnivå hos mig som föräldraledig och småbarnsförälder? Medan andra vänner till mig som också är hemma med småbarn, men inte alls är lika uppkopplade, kan säga saker som att de ”inte kollat sin mail på ett år” eller att de ”inte har tid att vara med på Facebook”, är internet en så pass integrerad del av mitt liv att jag inte skulle kunna eller vilja vara offline under några längre perioder.

Ibland tänker jag att om jag bara hade fått vara ifred och varit barnfri en timme eller två på mornarna så hade jag också kunnat, men så ser inte livet ut just nu och det är bara att gilla läget.

Kanske finns det andra som är bättre än jag på att hantera kombinationen att tänka och skriva med småbarn. Det finns i alla fall med säkerhet många som har barn som är lugnare än mina. Men eftersom jag upplever att internet och sociala medier berikar mitt liv i så många delar skulle det snarare vara en ännu större stressfaktor att avstå. Det som stressar mig i det kortfattade, fragmenterade och snabba är nog egentligen lika mycket själva förutsättningen för att jag ska kunna delta.

Dessutom – väljer man att inte koppla bort allt annat i livet för att bara ägna tid åt barnen, så är sociala medier bland det mest effektiva man kan välja att lägga sin tid på. För omvärldsbevakning så räcker det väldigt långt att scanna av flödena från Twitter och Facebook för

att, både i stort och smått, få en relevant bild av vad som har hänt de senaste timmarna. Man lär sig snabbt vilka personer som brukar tycka som man själv och man får också kortfattat och koncist flertalets proffstyckares åsikter som beslutsstöd när man ska bilda sig en egen uppfattning. För det sociala är det också ett oslagbart och effektivt sätt att både hålla kontakt och fördjupa relationer. Kanaler som Gowalla hjälper mig dessutom ofta till spontana kaffepauser i föräldraledigheten.

Så jag tror att det enda man kan göra är att gilla läget. Njuta av barnen och konstatera att det kanske inte går att kombinera småbarnslivet med att vara snabbast och mest uppdaterad på allt. Men att försöka delta utifrån de förutsättningar man har och att försöka låta bli att känna sig stressad över sin otillräcklighet.

Texten finns publicerad på:

<http://naversten.wordpress.com/2010/07/20/hur-hinner-alla-smabarnsforaldrar-twittra/>

http://korta.nu/sswc10_95

Charlotte Naversten: Småbarnsmamma och kungsholmsbo. Statsvetare, kommunikatör och moderat. Skribent för Makthavare.se.

Twitter: @naversten | Facebook: facebook.com/charlotte.naversten |
Blogg: naversten.wordpress.com

Är livet det som pågår medan jag fipplar med min iPhone?

Monika Nilimaa

@Gamingmama

Ni har säkert stött på den också, personen som rynkar på sin panna, är misstänksam och tittar snett på de sociala medierna. Oftast har personen åsikter som ”det där stjälar bara tid från annat” och ”ovettig låtsasjournalistik”, men sedan sitter personen själv och uppdaterar sin facebook varje dag ändå.

För inte så längesen så stötte jag på exakt en sådan person och någonstans i mitt inre tog jag åt mig. För det kanske är så? Livet kanske är det som pågår medan jag fipplar med min iPhone? Har ni någon gång funderat över om ni missar något som händer runt omkring er medan ni sitter och läser uppdateringar på twitter? Själv vill jag gärna tro att jag är den sociala varelse som jag både känner mig som, och som påstås i någon text jag läste för ett tag sen att ”twitteranvändare” är. Men hell yeah, jag lyckas underhålla en hel vänskapskrets samtidigt som jag konverserar med mina några hundra följare på twitter. Eller gör jag?

Den där personen som skeptiskt tar avstånd till allt vad twitter heter, kanske är er flickvän, eller er kompis som inte anser att dom får tillräckligt av er uppmärksamhet. Eller är det bara jag som kan skriva under på att jag vet vad flera av mina twittrivänner åt till middag men som inte pratat med min mamma på flera veckor? Är sociala medier ett hot mot det riktiga sociala umgänget? Gör smartphones oss till ständigt halvt närvarande människor?

Jag har funderat över om det stämmer. Skulle jag ändra relationsstatus på facebook innan jag ringde en kär vän om det tog slut med

min partner? Eller välja att ta med mig internet framför en kompis till en öde ö? För mig så blir svaret ”kanske” och det skrämmer mig.

Som den speltokiga människa jag är så gör jag genast en jämförelse med World of warcraft. Är sociala medier beroendeframkallande? Mina följare på twitter skulle lika gärna kunna vara rollspelande kompisar i ett spel. För visst har väl ni någon gång sagt att ni ska göra något skoj på twitter, för att sen ”fastna” och strunta i att göra saken för att ni sitter och F5:ar twitter istället? Men folk kan väl få tro att ni tog den hurtiga promenaden i alla fall? Vilket tar mig direkt vidare till om man verkligen är den man utger sig för att vara på twitter? Det finns massor av klassiska ”sociala media”-typer. Precis som World of warcraft (likheter än en gång) har en grupp bestående av tank, healer och damage dealers, så har varje persons flöde på twitter minst en person från varje sociala medier-kategori. Men hur kan man känna varandra om alla har sina olika roller?

Ibland brukar jag få bita mig i tungan när jag pratar med folk ”Åh han! Ja han känner... Öh, jag och han följer varandra på twitter!” och sedan brukar jag sitta en lång stund och fundera över innebörden av det, precis som nu.

Monika Nilimaa är tokig i grafik och studerar bland annat Litteraturvetenskap i Luleå. Hon är 26 år, mamma till två barn och drömmer om att bli egen företagare, utveckla spel, skriva böcker och utträta stordåd. Hon välkomnar nya bekantskaper på LinkedIn, Twitter och Facebook:

Facebook: [facebook.com/nilimaa](https://www.facebook.com/nilimaa) | LinkedIn: [linkedin.com/in/monikanilimaa](https://www.linkedin.com/in/monikanilimaa) | Twitter: @Gamingmama

Vilket varumärke är jag?

Anna Nilsson

@Raftsjo

Vad är det som gör att vi är beredda att betala dubbelt så mycket för ett par skor bara för att det sitter ett Nike-märke på dem? Eller tvärtom, inte vill köpa ett par snygga skor för att de säljs av ”fel” affär?

Jag tänkte på det idag när jag var inne på Kappahl. Jag handlar nästan aldrig på Kappahl, faktum är att jag nästan skäms för att gå in på Kappahl, det är verkligen inte *min* affär. Kappahl är en sån där affär där de har fula byxor med ställbar resår i midjan och stora oformliga tantröjor.

Och ändå hittade jag en snygg väska där i förra veckan, och ett jättegulligt randigt linne (det var för linnet jag var där idag) och idag handlade jag på mig en supersöt tunika för bara 149 kr. Och dessutom handlade jag en riktigt snygg sommarklänning där förra året som har blivit en av mina favoriter. När jag tänker efter så är alla de (få) saker jag handlat på Kappahl riktiga favoritplagg i bra kvalitet. Och deras underkläder är riktigt bra.

Det var ju bara det där med att Kappahl inte är min affär. Jag är mer en Nike- eller h&m-tjej trots att de flesta av mina h&m-inköp krymper, går sönder och hamnar i sopkorgen efter bara några tvättar. (Och med tanke på hur ofta jag handlar h&m blir det en ganska stor omsättning på kläder.)

Men medan h&m är ungt och kaxigt (jag vill gärna vara ung och kaxig) och Nike trendig och sportig (jag med!) är Kappahl gammal, överviktig och pensionerad (och det är ju det sista jag vill vara), precis som Lindex var för några år sedan. Kanske kan de ändra på det, för egentligen är det ju inte produkterna det är fel på. Jag vill bara inte vara Kappahl.

Vilket varumärke är du?

Texten finns publicerad på:

<http://argbuggen.wordpress.com/2010/07/06/vilket-varumärke-är-jag/>

http://korta.nu/sswc10_96

Radhusägare, mamma och stockholmare. Jobbar med marknadsföring på webben till vardags och älskar sociala medier. Har bloggat sedan 2005 om stort och smått. Kreativ regelbrytare som ogillar hierarkier och revirpinkeri.

Twitter: @Raftsjo | Blogg: argbuggen.wordpress.com



Fram till denna dag hade Fiffi bara hört talas om digitala infödingar, men att träffa en mitt på ljusa dagen var något helt unikt.

Tänk på vad du skriver

David Nilsson

@davidnilsson

CMS-verktygen blir bättre och bättre och inom en snar framtid kommer ”alla” CMS att vara bra på SEO. Det många glömmer är att det kvittar hur bra optimerad sajt du har, om du (eller dina webb-redaktörer) ändå använder fel ord, när du skriver.

Fel ord kan t.ex. vara att använda ”personbilar” istället för ”bilar” på en bilsajt. Exemplet kan tyckas dumt och självklart, men ändå använder de flesta bilmärken på nätet ordet ”personbilar” på sina sajter. Faktum är att det första bilmärket man hittar på en sökning på ”bilar” finns på sidan 7 i Google! Nu tänker du säkert ”vi använder i alla fall rätt ord på vår sajt!” Gör ni verkligen det? Oavsett vilken bransch man jobbar i, finns det ett antal ord eller fraser som man använder internt och förutsätter att kunderna också använder, vilket de inte gör!

I exemplet med ”bilar” vs ”personbilar” är skillnaden 40 500 sökningar vs 8 100 sökningar i juni, om man tittar på hur många som bara sökt på bilar vs personbilar. Alltså har man direkt minskat sin potentiella trafik med 500% bara genom att använda ”fel” ord.

De flesta som jobbar med SEO kan prata om redaktionell SEO i timmar men här får du en sammanfattning på två punkter:

- **Viktigaste först** – Sätt ordet eller frasen som bäst sammanfattar innehållet först i titel, rubrik och innehåll.
- **Rätt ordval** – Undersök vad folk söker på med hjälp av Google Keyword Tool

Svårare behöver det egentligen inte vara. Om du sen väljer att utgå

från din magkänsla eller vill använda ”Google Keyword Tool” är upp till dig, men att investera ett par minuter för att undersöka vilka ord personer söker på relaterat till det du skriver om, är väl investerade minuter. Jag kan garantera att du förr eller senare kommer att bli förvånad över hur allmänheten söker. Det blir jag fortfarande lite då och då, trots att jag jobbat i mer än fem år med SEO.

Förutom att ta fram rätt sökord kan du även få fram en mängd relaterade ord och fraser som det söks på i samband med era produkter. Finns orden inte med på sidan, kan ni uppdatera med relevant information och vips så har ni chans att synas på mer specifika sökningar också!

Skulle någon ifrågasätta ditt ordval och säga ”så kan vi inte skriva”, kan du visa upp siffror som visar hur mycket det skiljer i sökningar jämfört med det tidigare ordvalet. Dessutom kan du passa på att fråga om det viktigaste är att sälja eller att använda de ord som ni internt tycker är de rätta...

Jobbar på Fritidsresor som Internet Marketing Specialist med fokus på SEO. Bloggar lite då & då på <http://www.david.nu> om allt från SEO till prylar, film & musik. Finns på Twitter & andra sajter under användarnamnet ”davidnilsson”.

En helt vanlig måndag 2.0

Pär Nilsson

@selanna

Det här är en liten text med en historia, som på samma gång känns lång och kort.

För bara ungefär ett och ett halvt år sedan ramlade jag in på Jonas Lejons utmärkta mikrobloggtjänst Bloggy. Jag minns inte riktigt hur det gick till, men jag har mina misstankar. Hur som helst stötte jag ju på många nya trevliga och intressanta personer där. Man gaggade diskuterade och tipsade – och inte minst: tittade på ”På spåret” tillsammans i oändliga och för Jonas servrar jobbiga trådar!

En av de många i Bloggykretsen var Mia Ankarvall – eller helt enkelt @ankarvall både på Bloggy och Twitter. Vi pratade och skojade en del, men när Bloggy tunnades ut och många migrerade till Twitter tappade vi kontakten. Twitter hade jag registrerat mig på tidigt men inte använt. (Se <http://pelle.bloggy.se/stackars-gamla-trotta-reklamare-som-ar/> för en gaggigt rolig diskussion om ämnet att-vara-först-i-sociala-medier.) Men så råkade vi ändå på varandra igen efter ett tag på Twitter. Mia som var lite nyare där undrade över nyttan med det. Eftersom hon undervisade äldre om internet och ville få en illustration av hur jag använde Twitter, så skrev jag följande lilla text anpassad till målgruppen. Den är pesonlig, halvpatetisk och kanske redan lite föråldrad, men en tidsbild:

Det är en helt vanlig måndag i den snögaste januari vi haft på decennier. Jag lämnar mitt jobb i centrala Stockholm och tar mig till Centralen för min 9135:e pendeltågsresa. Visst vet jag att det kan vara trassel med tågen såhär i bistervintern, men har i stort sett slutat kolla upp sånt. När jag kommer fram tar det inte många sekunder

att fatta att det inte är några futtiga minuter försenad jag kommer att bli. Stora hallen på Centralen är packad med folk och informations-tavlorna domineras av ordet ”inställd”. Bara att vänta alltså.

Men det är här mitt liv har blivit rätt annorlunda jämfört med för ett år sedan. Jag halar upp min iPhone och öppnar programmet som ger mig kontakt med de ungefär 500 människor jag både följer och följs av på det stora sociala nätverket Twitter. Jag kollar runt efter de jag särskilt brukar ha kontakt med och ser vad de har skrivit de senaste minuterna. Tidigare i veckan har jag sett att en del av dem jag inte är särskilt bekant med har en träff efter jobbet på en pub. Jag skriver ett lite skämtsamt meddelande där jag beskriver folkmassan på Centralen som ett liknande party och skickar med en bild på kaoset. Ganska snart dyker det upp kommentarer kring mitt lilla gnäll. Det blir en del dialog fram och tillbaka som gör den trista väntan till lite mer av ett nöje i alla fall.

Jag bestämmer mig till slut för att titta runt efter andra tågförbindelser och hittar ett regionaltåg som stannar där jag bor. Tåget kommer in, jag går ombord och är på väg att leta upp en sittplats, när det plingar till i min iPhone igen. Det är en person som jag träffat några gånger. Han har sett min klagan och dialog med andra. Nu föreslår han mig och en annan bekant att vi ska ta en öl. På några sekunder har jag gått ifrån att vara en trött och smådeppig pendlare till att se fram emot att träffa folk. Fler personer dyker upp i diskussionen på Twitter och trots att detta är helt oplanerat är vi plötsligt fem personer som bestämmer tid och plats för öl och en matbit. En sjätte person är intresserad, men har småbarn att lägga och dyker aldrig upp.

Jag är först på stället vi kommit överens om och konstaterar nöjt att favorithörnet är ledigt. Med ytterkläder och ryggsäck ockuperar jag så mycket plats vi behöver, beställer en öl och meddelar läget till de andra via Twitter. En av dem dyker upp nästan direkt och två till ganska snart. Den femte har en rapport och en budget kvar att göra på jobbet, men vi peppar henne lite över det sociala nätverket. Det blir några trevliga timmar innan jag är tvungen att skynda iväg till mitt sista tåg för kvällen.

För ett år sedan hade det här aldrig hänt mig. Visst har jag ibland

varit ute och tagit en öl eller två, men jag bor på en ort och jobbar på en annan, där jag inte har särskilt mycket umgänge. Jag har levt ett stillsamt familjeliv i många år.

Min erfarenhet av kontakter över internet har varit ganska liten. Det var egentligen med Twitters genombrott i Sverige 2009 som jag fick kontakt med folk över nätet i större omfattning. Flera gånger har det lett till möten med människor som jag helt enkelt inte kunde ha träffat tidigare. En del av dem jag har kontakt med kommer jag antagligen aldrig att träffa. Ändå finns det för mig en stor glädje i att ha kontakt med folk av olika ålder och med olika bakgrund från hela landet. Inte minst finns det en språklig glädje i många av de dialoger som uppstår, men också i de enskilda meddelanden på maximalt 140 tecken som kommunikationen består av.

Ett av mina meddelanden efter en av de fina träffarna med nya bekanta avslutade jag på detta vis: Så här var det inte för ett år sedan. Hur är det om ett år?

Det var mitt lilla föredrag på distans för Mias grupp av nybörjare. Enligt henne mottogs texten med nyfikenhet av hennes elever av äldre årgång. Om några av dem förirrade sig ut på Twitter vet jag inte. Kanske trivs de bättre i Facebooks mer inhägnade trädgård, men jag hoppas de finner något av den glädje och nytta jag tycker mig ha funnit.

Pär Nilsson: Bibliotekarie på Kungliga biblioteket. Mikrofilsbyråkrat. Pendlare. Gnestabo med hjärtat i Stenungsund på västkusten. Gift. Två barn. I det närmaste harmlös.

Twitter: @selanna | Mejl: selanna@gmail.com | Glesbloggar på gnepe.se

Beställarens resa över de sju haven

Tommie Nordholm

@tjompa

Sociala Medier, modeordet som ligger på allas läppar. Evangelister, entusiaster och självutnämnda profeter radar upp sig vid bryggan och gör sitt bästa för att förklara varför beställarna ska omprioritera sina budgetar. Det gamla ska ut, nu blåser förändringens vindar och det är dags att hissa seglen. Webbsidan måste göras om från grunden, dialogen på Facebook är den nya livlinan och död åt det företag som låter sitt Twitterflöde sina. Karta? Fuck that, vi kör som vi vill...

Kommunikationsbranschen har blivit till ett oroligt hav. Ett hav där de stora gamla oceangående byråerna slåss med små och snabba konsultmotorbåtar, ångande kollektivbyråer, tekniskt avancerade kodarflottor, frilansseglare och djupgående u-båtar fulla till bredden av PR-människor. Beställaren, hon står vid närmsta brygga och vill inget annat än över till andra sidan. Till det förlovade landet där den köpstarke kunden finns i horder, där lojalitet kommer som ett brev på posten och där utvecklingen inte går så förbaskat snabbt.

För att kunna serva de resvilliga på bryggorna krävs självklart en viss anpassning från leverantörernas sida. Upp fiskas det human-kapital som passar bäst in i besättningen eller som gör att man kan sälja dyrare biljetter – eller så mönstrar man som individ på den båt som passar ens kompetens och livsåskådning bäst. När sjöbenen väl infunnit sig är det bara att åka in mot närmsta brygga och med alla till buds stående medel få beställaren att gå uppför landgången. Kan man sänka en lycköskare i roddbåt på vägen in i hamn är det bara en

fjäder i hatten.

Det råder ingen tvekan om att kommunikationsmönstren håller på att förändras radikalt, nya beteenden kräver nya lösningar. Nya lösningar kräver ny kunskap. Det vill säga nya båtar, nya kaptener och framförallt nya kartor. Den resa, det kommunikationsprojekt, som beställaren tidigare kunde genomföra över relativt lungt vatten och från punkt A till B med en och samma båt är förbi. Nu krävs det ett flertal båtar, av olika typ och med olika besättning för samma resa. Olika kartor krävs dessutom för olika områden, och har man otur kan vädret till havs bjuda på riktiga överraskningar och få vilken budget som helst att springa läck.

Problemet är att det allt som oftast inte ligger i besättningens intresse att få beställaren att genomföra sin resa på bästa sätt. Intresset ligger i att få beställaren på båten och därefter genomföra den rutt som besättningen är tränad för, den rutt som är mest lönsam för kaptenen, besättningen i stort eller rentav för hela rederiet. Och att låta beställaren byta båt mitt ute till havs för att det gagnar henne, det kommer inte på frågan. Räckena på däck fyller faktiskt flera funktioner...

Så till dig beställare som ska ut och resa, oavsett om det är från Tjärö eller från din hemmahamn vill jag ge några korta tips. Tänk på vilken landgång du väljer, vilken båttyp du tar vid vilket tillfälle och om du har navigationskunskaperna själv. Våga ställ frågan ”varför?” till så många besättningsmedlemmar du mäktar med under resans gång. Skulle det vara så att du inte har kunskaperna eller tiden finns hjälpen nära tillhands. Du behöver inte stå ensam på bryggan, det finns navigatörer som hjälper dig att välja rätt båt, som ser till att besättningen tänker på och värnar om din resa, ditt varumärke och din destination.

Tommie Nordholm arbetar dagligdags på frilansbasis med beslutsstöd och projektledning inom kommunikation med specialitet webb och nya medier via det egna bolaget A Pretty Different Factory. Efter tolv år i branschen och med en diplomerad utbildning via Berghs SoC tar han med ett entreprenöriellt engagemang hand om kunder som vill mer.

Telefon: 0733 - 50 88 68 | Mejl: tommie@apdf.se | Sajt: apdf.se |

Twitter: @tjompaa | LinkedIn: [linkedin.com/in/tjompaa](https://www.linkedin.com/in/tjompaa) | Blogg: etui.se |
Skype: tjompaa | Gtalk: tommie@apdf.se

En liten betraktelse över 10 år som webbutvecklare

P-M Nordkvist

@pmnordkvist

Idag den 5 juni för exakt ett decennium sedan, år 2000, började jag på Paregos Mediadesign som webbutvecklare. Utan att riktigt veta vad jag gav mig in på påbörjade jag vad som skulle bli en 6 veckors sommarpraktik eller möjligtvis ett sabbatsår från skolan. Detta var mitt under brinnande IT-bubbla och därför var det kanske inte så märkligt att jag på min andra dag på jobbet blev tekniskt ansvarig för ett projekt på 2,5 miljoner kronor. Det var en helt galen och en helt fantastiskt tid.

Jag återvände aldrig till skolan och har egentligen aldrig ångrat det. Den mentor jag fick i Johan Spocke Sörlin (numera på Moxiecode) vägrade för mig tyngre än de kurser jag hade kvar på universitetet. Jag var egentligen inte skoltrött men väl lite desillusionerad av universitetet som jag i min enfald trodde skulle komma att bestå av långa nätter av frenetiskt laborerande och ett ständigt törstande efter kunskap. I själva verket kryllade IT-utbildningarna vid denna tid av gold diggers som var mer intresserade av att börja ”jobba med data” än av att förändra världen. Bara 10 personer i min klass hade någonsin skrivit en rad kod innan man började utbildningen och vi var kanske 5 st som faktiskt hade ett genuint intresse för ämnet vi studerade.

Krisen

Så här i efterhand är jag otroligt tacksam för att jag snabbt kom ut på arbetsmarknaden. Jag var anställd nummer 26 i ett företag som senare skulle komma att expandera till 52 anställda och som i svi-

terna av den spruckna bubblan fick halvera till exakt 26 personer. Jag fick således stanna och undvek den arbetslöshet som så många drabbades av. Krisen i IT-branschen medförde som jag ser det två viktiga förändringar:

- Stolpskotten sållades bort. Det var de genuint intresserade som blev kvar.
- Vi var tvungna att lära oss begreppet ”affärsnytta”. Fram till nu räckte det med att klicka runt lite. Nu frågade alla efter Return Of Investments.

Tiden efter bubblan

För mig personligen var det otroligt värdefullt att dels få komma ut snabbt och se alla de galna år av helt sinnessjuka projekt och astronomiska budgetar som rådde under IT-bubblan. Så här i efterhand ter det sig kanske lite komiskt men då var det blodigaste allvar. Världen höll på att förändras och det var vi som gjorde det. All handel skulle flytta ut på nätet, man skulle börja leva virtuella liv på nätet och ingen skulle längre behöva jobba hemifrån i det pappers- och kontorslösa samhället. Efter börskraschen (2000–2002) skrockade olyckskorparna att det nu kanske äntligen skulle bli slut på dumheterna och världen skulle kunna återgå till det normala. En del av mig trodde kanske att det skulle bli så, men med facit i hand låter drömmarna ovan inte helt främmande. Ja det blev kanske inte papperslöst och Virtual Reality visade sig vara en flopp men under 10 års tid har Internet på riktigt förändrat världen, men inte lika snabbt och omvälvande som vi då trodde. P3 dokumentär har en lysande skildring av denna tid som ni kan lyssna på¹.

Skandinaviens förlorade ledartröja

Även om IT-branschen ganska snabbt lyckades hämta sig från kraschen 2002 var det som om Skandinavien lite tappade det kopplade greppet vi hade om utvecklingen som jag tycker att vi delade med Silicon Valley. Under bubblan åstadkom vi Skype, Kazaa, Zoovillage (jo de finns faktiskt kvar), MySQL, m.fl. Men sedan stannade det av. Alla drog öronen åt sig och innovationstakten sjönk. Istället hände

något i Silicon Valley. Web 2.0 hände och vi fattade ingenting. 2 år för sent insåg jag vad som höll på att hända och 2005–2006 ägnade jag nästan all vaken tid åt att läsa ikapp på allt jag missade. Hela bloggofärens gräsrotsrörelse och LAMP-arkitekturens roll i det som blev en fullkomlig explosion av social media. Youtube, Myspace, Facebook, Blogger, WordPress, Flickr, Delicious och många många fler tjänster som delvis uppstod av hemmasnickrarna som från sin laptop på jobbet eller på Starbucks förändrade världen. Mycket lägre insatser denna gång, och oj så mycket större return och investments. Mer intressant än de nya webbtjänsterna var det som var lite svårare att ta på som Wisdom of crowds, The Long Tail, Bloggofären. **Internet blev som det borde vara, decentraliserad gräsrotsrörelse.** Under IT-bubblan såg vi Internet som ett nytt massmedium när det istället skulle få bli de 1 000 blommande blommorna. Det känns som att Internet äntligen börjar ta de former under vilka det verkligen kan göra skillnad.

Nu är tron tillbaka på Internet som alltings möjliggörare. Vi lever inte i den eufori som då rådde. Men vi tror mer än någonsin att vi kommer att förändra världen. Även om det kommer att ta ytterligare en generation eller två. Jag tänker att vi är lite nu där TV-branschen befann sig efter 15 års utveckling. Man laborerade och letade efter sina former. I takt med att publiken upptäckte storheterna uppstod också nya beteendemönster. Man började ha TV:n vid frukostbordet, monterade den i husvagnen och kunde spela in program. Sakta formade TV en hel generation. På samma sätt är det med Internet. **Det tar tid men sakta börjar tekniken forma sig efter oss och vi efter den.** Nya beteenden tar form och vi börjar äntligen kunna uppleva allt det vi en gång drömde om. Det visade sig inte ta de 3–4 år som IT-bubblans affärsplaner förutspådde. Det visade sig ta en hel generation. Eller två. För hur snabbt tekniken än utvecklas bromsas den alltid av oss förändringsmotvilliga människor av kött och blod. Du och jag.

Nu skall jag försöka logga ut ur mitt nostalgiska läge och återgå till vardagen så jag inte kommer på mig själv att slumra till och missa ”nästa stora grej”. För tro mig, den är typ redan här.

Fotnot:

1. <http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=2519&artikel=1504331> (http://korta.nu/sswc10_97)

Texten finns publicerad på:

<http://www.improve.se/2010/06/05/en-liten-betraktelse-over-10-ar-som-webbutvecklare/>

http://korta.nu/sswc10_98

Per-Mattias 'P-M' Nordkvist: Har jobbat som webbutvecklare i 10 år och driver idag utvecklingsbolaget Improve inom Swedmedia-koncernen. Bland annat en av upphovsmännen bakom Vecka.nu.

Skype: pm.nordkvist | Mejl: pm@improve.se | Twitter: @pmnordkvist
| Blogg: improve.se/?b

Vilken teknisk innovation betyder mest för dig i vardagen?

Kimmy Nordqvist

@_TechGirl

Mobiltelefonen har blivit en oundgänglig teknisk pryl i mitt liv. Blogga, twittra, surfa, maila, allt är möjligt numera med den senaste generationen av mobiltelefoner. Det kan vara svårt att tro att jag bara haft tillgång till dessa funktioner i ynka sju månader. I december köpte jag alltså en iPhone. På den korta tiden har jag gått från att ringa och SMS:a till att anpassa min vardag runt det faktum att jag har ständig tillgång till Internet.

När jag dessutom summerar antalet telefoner i min ägo genom tiderna, och får resultatet till 3 stycken, ter sig denna evangelistiska framtoning något humoristisk. För 10 år sedan var jag vad vi skulle kunna kalla en hårdnackad skeptiker till mobiltelefonens utbredda acceptans. Det talades intensivt om den stress det innebar att alltid kunna bli nådd via telefon. Jag nickade bestämt och ansåg att jag inte hade något behov av en mobiltelefon. Det gick så långt att familjen gick samman och köpte en till mig i julklapp i alla fall. En IT-tjej kan inte vara utan den senaste tekniken tyckte de. Motvilligt tog jag alltså steget in i den nya kommunikationsvärlden.

Sedan dess har telefoniområdet bokstavligen exploderat. Kameror tillkom, MMS, T9, WAP, Bluetooth och allt vad man kan tänka sig. Men liksom Ferdinand under sin korrekta luktande på blommorna var jag fullt nöjd med mitt lilla kontantkort, sporadiska ringande och SMS:ande. Omvärldens galenskap påverkade inte mig.

Sedan hände något. Jag började blogga. Helt plötsligt var mobiltelefonen inte enbart ett nödvändigt ont utan en nödvändig kommunikationscentral! Ett verktyg jag absolut måste ha i min ägo. Skeptikern hade omvandlats till mobiltelefonens främsta förespråkare.

Idag har som sagt hela mitt användarbeteende förändrats, ett fenomen jag tror många känner igen sig i. Väntan vid busshållsplatsen är perfekt för en snabbkoll av mailen. Kommunikation sker allt mer i realtid. Det förväntas än mer idag att vi ska agera snabbt och ge respons på studs. Trots detta känner jag mig inte mer stressad. Snarare har fler möjligheter öppnats upp. En vacker blomma i solen, en bild skickas till Twitter, en konversation uppstår om det fina vädret. Dessa små diskussioner med vänner och främmande har större värde för mig än långa telefonsamtal. Telefonsamtal som dessutom numera inte är mitt primära användningsområde. Jag kan alltid bli nådd, men för detta mesta sker kontakten via mail, SMS eller olika sociala medier.

Förutom användaraspekten har mitt intresse även vuxit inom övriga mobiltelefonirelaterade områden. Med en bakgrund som utvecklare kittlas nyfikenheten när applikationsutveckling har blivit tillgänglig för gemene man. I vintras besökte jag Microsoft TechDays i Örebro. Flera sessioner här berörde just utveckling av Windows Phone-applikationer och jag blev helsåld. Detta är något jag vill testa! Så i skrivande stund lyser flitets lampa för att skapa en häftig liten Windows Phone-applikation. Detta enbart för att det är så kul!

Windows Phone, Android, iPhone. Oavsett vilken plattform som konsumenten väljer handlar det mer om att mobiltelefonen ska tillgodose våra behov att kommunicera. I mångt om mycket ska de även visa vägen för nya möjligheter. Detta tillsammans med att samhället har nått den mognad som krävs för att ta steget till en 100%-ig närvaro online gör att framtiden för mobiltelefoner ter sig väldigt ljus.

För egen del fortskrider min vardag med mitt regelbundna twittrande, bloggande och surfande. Och likt Ferdinand under sin korrek är jag fullt nöjd med hur mitt mobilanvändande har utvecklats. Skillnaden är att jag numera sitter på första parkett och intresserat följer allt händer på marknaden, via min mobiltelefon så klart!

Kimmy Nordqvist arbetar med kravhantering och projektledning på IT-konsultföretaget Kentor. Dessutom bloggar hon som "Karriäristen" på IDG:s sajt IT-tjej och är med och driver den populära tekniksajten Lilla Gumman.

Twitter: @_TechGirl | Blogg: it-tjej.idg.se/karriaristen/ | lillagumman.se

Musik och sociala medier

Lucy Nordqvist

@lucynordqvist

Som musiker är det alltid musiken som står i centrum. Vad vill man säga med en låt? Vilken känsla vill man förmedla? Med vilken text vill man smycka melodier? Allt annat har på något sätt kommit i andra hand, särskilt om man vill arbeta målinriktat mot en karriär. Jag själv har alltid varit en flitig Internetanvändare, särskilt vad gäller communities som Facebook, Myspace och Youtube, men det var inte förrän jag började arbeta på ett framgångsrikt skivbolag som jag förstod hur fantastiskt sociala medier faktiskt är.

Genom sociala medier kan en artist nå ut till en större publik än någonsin tidigare. Det blir en kort väg mellan artisten och den enskilde människan och denne kan följa resan på ett sätt som aldrig tidigare varit möjligt. Fansen kommer närmare och det blir ett utbyte, en tvåvägskommunikation, som ger mer för alla parter. Det är nästan en självklarhet att finnas med bland sociala medier idag om man vill räknas som en framgångsrik artist.

För min egen del har sociala medier givit väldigt mycket. Jag kan skriva musik och lägga upp det på Myspace, jag kan twittra och koppla det till Facebook, Myspace och min blogg och jag kan få direkt respons av mina läsare på ett sätt som jag aldrig varit med om tidigare. Och dessutom, jag når ut till läsare över hela världen på ett enkelt och underhållande sätt.

Sist men inte minst är det roligt och stimulerande att som musiker få en närmare kontakt med sin publik. Det är i det glädjen ligger och att kunna göra ännu mer musik som publiken tycker om. Sociala medier är stort och kommer att växa ännu mer inom musikbranschen, och jag tänker vara med på tåget när det lämnar plattformen.

Lucy Nordqvist jobbar med ekonomi på skivbolaget X5 Music Group AB i centrala Stockholm. Hon har en bakgrund som sångerska, musiker och musikalartist och arbetar för tillfället med att ge ut sin första singel.

Twitter: @lucynordqvist | Blogg: lucynordqvist.wordpress.com |
Myspace: myspace.com/lucynordqvist | Sajt: lucy.se

Om Hultsfred

Regina Norrstig

@reginanorrstig

Sommaren 2010 kommer nog för alltid att leva vidare i mitt minne som den sommaren då Lunarstorm, Skunk och Hultsfredsfestivalen gick ur tiden. Den gemensamma nämnaren för samtliga är att de har haft en stor betydelse för hur jag idag är som människa. Jag sörjer dessas bortgång. Framst för alla de nya vänner som de två förstnämnda förde med sig under min tonårstid. Som uppväxt i en mindre stad i Sverige så blev Skunk och Lunarstorm länken ut mot världen, ja eller mot andra svenskar med liknande intressen. Om jag inte minner mig helt så träffade jag nog även min första pojkvän genom Lunarstorm. Men då kan man ju fråga sig vad Skunk och Lunarstorm har med Hultsfredsfestivalen att göra? Förutom det uppenbara att de inte längre finns med oss. För mig bottnar det i självförtroendet man byggde upp genom att prata med likasinnade på Skunk och Lunarstorm som sedan fortsatte i nördiga musikdiskussioner på Helgon. Helgon var nog den första platsen för min del där mitt musikintresse var något att vara stolt över och inte hånas för. En fristad där man kunde hitta nya band och spendera timtal med att debattera för att ens favoritband faktiskt var bättre än alla andra.

Det självförtroende kring musik som internet varit en så stor del i att bygga upp ledde mig senare till Hultsfred och utbildningen Music Management. Tänk vad glad jag blev när jag upptäckte att man kan utbilda sig till OCH jobba med musik. Musik som var ju det bästa som fanns! Väl i Hultsfred upptäckte man snabbt att detta var samlingsplatsen för alla musiknördar runt om i Sverige man tidigare kunnat hitta via internet. För mig som indiepoppare kom dessa tre år att bli en skola i alla andra musikgenrer som finns. Nu är dock inte

tanken att detta ska handla om vad jag lärde mig under min utbildning, utan snarare om de saker som skedde utanför den.

Personligen blev jag väldigt snabbt engagerad i Hultsfredsfestivalen. Med Rockparty i samma byggnad som klassrummen och det faktum att man numera var bosatt i en väldigt liten by där det inte fanns så mycket mer att göra än att plugga. Efter ett tag i Hultsfred upptäckte man vad som gjorde Rockparty och huset Rock City där de residerade så speciellt. Nämligen stämningen. Det faktum att man som student kan komma in till en av Sveriges dåvarande största festivaler med en idé och sedan personligen få genomföra den. Känslan av att allt är möjligt om man bara vill något tillräckligt mycket. En känsla som alla man pratar med som vid något tillfälle varit bosatt i Hultsfred och verksam inom Rock Citys ramar känner igen. Vart man än beger sig så finns det alltid en del av hjärtat som saknar Hultsfred. Det var fyra år sedan jag flyttade till Hultsfred så jag kan inte påstå att jag har sett festivalens glansdagar, snarare tvärt om.

Som nyinflyttad 21-åring var jag helt grön och hade inte jobbat något med event eller inom musikbranschen. Men jag ville göra saker. Jag minns fortfarande hur jag gick in på festivalens kontor en gång i veckan och bad om att få fota under festivalen. Vilket jag till slut fick, och på senare år har ansvarat för. Just den saken att passionen för något är avgörande för de chanser man fick.

Vad jag vill säga med denna text är nog mest en liten hyllning till de människor som aldrig gav upp och som jobbade arset av sig in i det sista. För något de brinner för. Något så banalt som att se andra människor ha roligt. I skrivande stund är det med tungt hjärta jag sitter i bilen med flyttlasset inställt på Stockholm. Jag kommer alltid att sakna Hultsfred, men hoppas på någon form av motsvarande känsla av samhörighet som ”Hultsfredsfamiljen” har gett mig när jag påbörjar mina studier vid Berghs i augusti.

Musik- och teknikkörd som spenderat de senaste åren i Hultsfred.
Blivande Interactive Communication – student vid Berghs.

Blogg: reginanorrstig.se | Twitter: @reginanorrstig

Hur har helgen varit?

Fredrik Nygren

@nygren

Krönika publicerad i Barometern Oskarshamns-Tidningen 26 januari 2008

Hur har helgen varit?

På måndagar är vi många som känner igen den frågan. Frågan kan vara artig eller ärligt nyfiken. Vänner och arbetskamrater på nära håll får också lätt svar. Värre är det med alla dem som finns längre bort, kanske i en annan stad. Det glappet är webbens hetaste trend just nu på väg att fylla.

Det kallas för den sociala webben. Internet har till dessa dagar i första hand varit verktyget där man söker och hittar information. I version 2.0 av internet, som delvis redan här, är vi på nätet inte längre i första hand informationssökare utan sociala sökare. Internet och alla dess sociala tjänster är på god väg att bli klistret som håller ihop oss.

Marc Zuckerberg var en av dem som i föl höll i startpistolen för den sociala webben. Med sin skapelse, Facebook.com, fick han oss att söka kontakt med gamla och nya vänner. Men Facebook är bara en eker i hjulet av sociala sajter. Räkna med att webbtjänster som Jaiku.com och Twitter.com exploderar i användning under året. Det är sajter som låter dig samla dina sociala aktiviteter på nätet. Med Jaiku berättar du vad du gör just för stunden, visar dina bilder från julhelgen, listar vilken musik du lyssnar på eller vilka länkar du har bokmärkt nyligen. På samma sätt kan du ta del av vad dina vänner ägnar sig åt.

Du bestämmer själv hur social du vill vara och vilka vänner som får ta del av ditt liv. För många av oss är den sociala webben redan minst lika viktig som telefonen eller det personliga mötet. Så nästa gång jag får frågan om hur helgen har varit kan jag nog inte låta bli att svara med en motfråga:

– Har du haft problem med bredbandet i helgen?

Allt jag har gjort i helgen finns dokumenterat på nätet. Platser jag besökt, mat som jag lagat, vänner jag träffat och andra saker jag upplevt. Till vilken nytta kan man undra. Svaret är enkelt. Om jag bjuder på mig räknar jag förstås med att du gör samma sak. Då uppstår ett socialt utbyte. Det är vinsten.

Vem är @nygren? Kodslav som tillbringar dagar på Gota Media i Kalmar och driver Törnrosa-bloggen Networkers.se. Före detta journalist som står med ett stadigt ben i webbtekniken och ett lite vinglare i redaktionella frågor med fokus på sociala medier och nättidningar. Gillar hård musik och mjuka människor. Kika in till mig på twitter.com/nygren alternativt facebook.com/fredrik.nygren



@Doris checked in at Bangkok Zoo <http://gowal.la/s/82T1>

Ett smakprov från en bok

Johanna Nylander

@nylander

Jag tänkte åka på det där tärtlägre i sommar med alla webbnördar och folk som är alldeles för insnöade på sociala medier. Inför det har Mattias Boström på Piratförlaget tagit initiativ till någon sorts deltagarbok där alla inblandade får skriva sitt inlägg. Jag gillade initiativet, och eftersom jag själv håller på med det allra sista på min egen bok Är det så farligt? (på ett helt annat förlag), som tyvärr inte kommer finnas i tryck tills SSWC, tänkte jag ta tillfället i akt att lufta en liten del av den här.

Ni som är besvikna på den politiska tonen och hellre ville läsa om hur man ligger med nördar får göra det på bloggen¹.

Här kommer i alla fall texten som är en bearbetning på något som troligen kommer inleda boken. Det enda jag skulle önska är att om du orkar läsa igenom den; lämna gärna en kommentar, kritik, reflektion, vad som. Boken är inte på tryck än, jag gillar förändringar, och en hel del om det jag skriver om handlar om saker som rör hela bubblan kring nätet och sociala medier, så varför inte ta chansen och påverka?

Är det så farligt? En inledning

Medielandskapet ändrar form och vi befinner oss mitt i det skiftet. De generationer som växer upp i dag har redan från barnsben fått förhålla sig till långt fler informationskanaler än sina föräldrar. Med ett ständigt föränderligt medieutbud har det offentliga samtalet förändrats, men det offentliga samhället och dess företrädare har inte hängt med in i framtiden.

Folkhälsopolitiken har blivit en skyddad och tillåten arena för grundlösa utspel och hälsohysteri. Politiker med egenintressen drar nytta av stereotypa slagord för att föra symbolpolitik över männi-

skors vardagsbeslut. Staten agerar paternaliserande, ser det som sin roll att vara en beskyddande kraft och utmålar medborgare som offer i välviljans namn. Folk kategoriseras som dåliga föräldrar när de köper lösgodis till sina barn, som datorberoende för att de chattar och spelar Farmville till klockan ett på natten en onsdagskväll och som alkoholister om de dricker ett glas vin till från den öppnade lådvinsboxen i kylan.

I ett informationssamhälle är det möjligt att söka källor, granska rön och hitta fakta om larm på ett par googlande sekunder. I ett sådant samhälle måste staten förändra sin roll. Om myndigheter skall fortsätta att ha en informerande roll och tränga igenom det ständigt föränderliga och växande mediebruset med bibehållen legitimitet kan de inte fortsätta arbeta utifrån strategier som går ut på att skrika högst. I värsta fall riskerar folkhälsopolitiken att förvandlas till en sprucken pekpinnepolitik som ingen riktigt tar på allvar. Mer troligt är att ingen uppmärksammar skriken från de desperata kampanjerna.

Myndigheter är politiska organisationer och kan således aldrig stå för helt objektiv information. De kan inte förväntas utgå från alla olika sidor av en fråga och skapa konkurrerande perspektiv som ens hamnar i närheten av informationssamhällets mångfald. Det är helt enkelt inte rimligt med de resurser som skattemedel ändå innebär. Den rollen behöver lämnas över till marknaden.

Så länge vi har ett välfärdssamhälle finansierat med gemensamma resurser kommer det att föras folkhälsopolitik. Det är mer eller mindre ofrånkomligt, och frågan som behöver ställas är hur den bör se ut. Vad är statens uppgift för informationsspridningen? Vilket ansvar har vi som individer? Hur ger man människor makt över sitt egna beslut utan att spåda på stereotyper och fastna i anslagstavlans propaganda? Går det?

Hur kan staten inta rollen som tillgängliggörare av den information som finns? Kan staten främja innovationer, tjänster och företagande inom folkhälsoområdet utan att använda pekpinna och moral om hur de används? Skulle det gå att ha ett folkhälsoinstitut som gav oss underlaget till välinformerade beslut, i stället för att fatta dem

åt oss? Kanske är det så att staten kan tillhandahålla befintliga fakta i form av rådata och verka som en bibliotekarie i informationsmyllret. Informera passivt och tillgängliggörande i stället för att aktivt och offensivt propagera ut godkända normer för vilka beslut vi skall ta över vår egen hälsa?

Om vi lämnar över ansvaret för vår hälsa till staten får vi till synes färre anledningar att ta hand om den själva. Vi invaggas i falska föreställningar om att det är säkert att konsumera saker bara för att det är tillåtet, i stället för att vara kritiska. Med goda intentioner som ursäkt har vi blivit frantagna förmågan att bedöma risker, sätta saker i ett sammanhang och själva lära oss att definiera vilka proportioner av farlighet som vi klarar av.

Folkhälsan blir ett område där vi lämnar ifrån oss makt, vilket har förvandlat det till ett legitimt maktmedel för att kontrollera andra områden. Storbritanniens Nanny State är ett extremt exempel, men inte alltför långt ifrån oss ändå. Homosexualitet var sjukdomsklassat ända in på 1970-talet, transvestism och sadomasochism ansågs vara störningar ända fram tills den första januari 2009. Vilka beteenden som är behandlingskrävande beroenden är en fråga om politiska definitioner, liksom vilka beteenden som är önskvärda i samhället. Obekvämligheter har helt enkelt en historia av att definieras som osunda eller som ohälsosamhet.

Det är lätt att anföra folkhälsan som argument när man reglerar livsstilsval. Antingen av genuin omtanke, eller av en politisk önskan att visa handlingskraft. Samhällskostnaderna för dåligt leverne är höga och barn, kvinnor och gamla anses skyddsvärda, vare sig det handlar om att skydda dem från sig själva eller från de stora företagens vinstintressen. Mer eller mindre dekadenta små njutningar framställs som farligare än de är, och den som njuter av saker som sol, läsk och snus utmålas per definition som en förtappad själ i behov av politisk frälsning.

Om man inte håller med definitionerna, inte ser det växande fettberget och inte tycker att propaganda är ett särskilt smart folkhälsoverktyg i framtiden, hur förändrar man det? Går det att föra en passiv politik med transparent mångsidig information bland alla

larmrapporter i ett land där staten har en bestämd åsikt om vad vi helst ska proppa i oss?

Att själv ta ansvar och fatta sina egna beslut om sin egen hälsa, är det verkligen så farligt?

Fotnot:

1. <http://johannanylander.se/2010/01/hur-du-ligger-med-en-nord.html> (http://korta.nu/sswc10_99)

Texten finns publicerad på:

<http://johannanylander.se/2010/07/ett-bok-smakprov.html>

http://korta.nu/sswc10_100

Johanna Nylander: Skulle bli dataspelsgrafiker och medieproducent men fick betalt för att skriva om politik. Frilansar, bor i Malmö och nördar digital kultur. Är aktuell med boken "Är det så farligt?" om folkhälsopolitik och förmynderi som kommer ut lagom till valet 2010. Twittrar som @nylander, bor på johannanylander.se och valbloggar tillsammans med Hanna hos Nyheter24.se

Oslumpat

Joakim Nyström

@jnystromdesign

När jag gör det jag gillar mest, öppnar jag vägen för människor. Jag tror på att enable, tillgängliggöra och frigöra potential. Ibland handlar det om att ställa de dumma frågorna till en gäst i Sweet Sunday Web Crunch för att få ämnet att bli mer tydligt för tittarna och därmed få diskussionen i chatten att nå sin potential. Ibland kan det handla om att helt enkelt tipsa en person om vilken tjänst som kan hjälpa den att förverkliga sina tankar och idéer.

Jag älskar att dela en länk och pinga rätt person, att koppla ihop två personer som kan åstadkomma mycket större resultat tillsammans än vad de skulle gjort var för sig. Till och med att skicka in en buggrapport kan ge mig en liten liten känsla av världsförbättring.

Så länge jag bidrar med information och samtidigt är tydlig med vad jag vill åstadkomma, så kommer mitt nätverk skicka relevant information eller relevanta kontakter till mig. Det är ingen slump att jag hittar den mest relevanta jag söker i mina flöden. Det är ingen slump att jag möter fler och fler, för mig, intressanta människor ju mer aktiv jag är online. Och det är ingen slump i att jag finner mig i sammanhang där jag kan bidra.

Framförallt kommer det inte vara en slump att jag den 14 augusti kommer stå med 404 personer som ler åt det ironiska antalet deltagare och tillsammans försöker hitta sätt att nå vår potential.

Texten finns publicerad på:

<http://jnystromdesign.se/2010/07/oslumpat/>

http://korta.nu/sswc10_101

Joakim Nyström (@jnystromdesign) är programledare i den Yaba Awards-belönade webbshowen Sweet Sunday Web Crunch, som lyfter upp webbaktuella händelser. På dagarna koordinerar han webbprojekt på Spray.se och enablar sin omgivning.

Vad är din passion?

Pernilla Näsfors

@pernillan

Vad är din passion?

Vad är det du drömmer om när du en varm sommardag ligger på en strand och lyssnar på vågorna?

Vad är det för ämne eller fråga du kan sitta och diskutera till långt in på småtimmarna?

Vad är det som får din blick att stanna upp när du skummar igenom ditt Twitterflöde?

Om du inte behövde bry dig om tid, pengar eller andra yttre förutsättningar, vad skulle du då välja att göra som skulle få dig att känna dig riktigt levande?

Om du skulle skriva en text till en bok som kommer att läsas av ett stort gäng intressanta människor, vad skulle den då handla om?

Den sista frågan gissar jag att nästan alla som fått höra om uppropet om texter till en SSWC-bok ställt sig. Några av de andra frågorna tror och hoppas jag att alla människor ställer sig med jämna mellanrum. Av egen erfarenhet vet jag dock att det kan vara svårt att få ro att stanna upp och reflektera när livet rullar på i sina vanliga hjulspår.

Följ din inre kompass i livets vägska

Ofta blir frågorna tydliga först när man står inför ett vägska i livet. Vad ska jag välja för utbildning? Var vill jag söka jobb? Ska jag säga upp mig och starta eget? För att kunna svara på frågorna och välja väg på sin livsresa behöver man stanna till en stund och jämföra karta och kompass med verkligheten. Hur ser förutsättningarna och min omgivning ut just nu? Ser den här vägen ut att leda mot det

mål jag vill nå? Vad säger magkänslan, min inre kompass? Känner jag glädje, inspiration och kreativitet, eller är vägen mest förknippad med ”borden” och ”måsten”? När man tar sig tid att stanna upp och kanske skriva ner svaren på de här frågorna så går det ofta att se ett mönster. Ett mönster som säger något om vem du är och vem du skulle vilja vara.

Från duktig flicka till självständig entreprenör

Jag själv har under drygt ett år levt särskilt intensivt med sådana här frågor. Det hela började, som för så många andra som funderat över livets stora frågor, med en sorts livskris. Våren 2006 gjorde jag mitt exjobb i Kenya för min civilingenjörsutbildning. Några händelser under den tiden ledde senare till en kris och en djup bearbetning, som fick mig att reflektera på djupet över mitt liv och vem jag är, på ett sätt som jag nog aldrig skulle gjort om inte de jobbiga händelserna hade inträffat.

Ett av målen med min bearbetning har varit att försöka gå från att vara en anpassningsbar duktig flicka till att bli en självständig kvinna som vet vad jag vill, och som kan sätta gränser för mig själv och andra. Jag har gett mig ut på en lång resa, och även om jag säkert aldrig kommer att nå ända fram, så har jag längs vägen blivit mer medveten om mina styrkor och svagheter och vad jag har i ryggsäcken som har påverkat min färdväg. Nu drygt ett år senare har jag hunnit fylla 30, startat eget och fått mina första gråa hårstrån, så kanske var detta min 30-årskris...

Väx genom att trotsa rädslan och skapa dina egna katastrofer

Just nu läser jag en bok av terapeuten Tommy Hellsten som heter ”Ju mindre du gör desto mer får du gjort – om livets paradoxer”¹. Där skriver han bl.a. om det välkända faktum att människor som drabbas av kriser eller katastrofer tvingas omvärdera vad som är värdefullt i livet och därför till och med kan känna tacksamhet inför det som hänt i efterhand. Man behöver dock inte vänta på att en katastrof ska drabba en, utan vi kan framkalla våra egna små katastrofer som kan

väcka oss till liv genom att söka oss till det som framkallar vår rädsla. Tommy skriver: ”Om man aldrig vågar göra något som skrämmer, om man alltid väljer det som är invant och tryggt, då kommer man aldrig att tvingas testa sina egna gränser, och då kommer man aldrig att växa.”

Sök dig till dina passioner så löser sig resten

Även om man växer av att ständigt utmana sig själv, så tror jag ändå att det är viktigt att man börjar med att ”gräva där man står” och satsa på de saker man verkligen kan och brinner för. Det senaste året har jag kommit på ett 10-tal olika affärsidéer, men tillslut valde jag att satsa på att fortsätta med IT, webb och språkteknologi som jag är utbildad inom, men att försöka hitta konsultuppdrag inom områden som jag verkligen brinner för, som t.ex. fattigdomsbekämpning och miljöfrågor. Utmaningen för mig låg istället i att våga släppa taget om en fast anställning på ett sökmotorsföretag för att bli konsult i en egen firma på heltid. Även om det känns lite skrämmande så litar jag ändå på att jag kommer kunna få tillräckligt med uppdrag för att kunna försörja mig nu när jag följer mitt hjärta.

Det finns ett Bibelord som säger ”Sök först hans rike så ska ni få allt det andra”. Tommy Hellsten tolkar i sin bok det ordet såhär:

Sök först det som finns i ert inre, det som väcker er glöd, det ni förundras över och inte behärskar. Sök kärleken, skapa enhet, var sårbara och sannfärdiga, avslöja er och undvik inte närheten, även om den smärtar. Var därför små, hjälplösa och vilsegångna, tro på att något bär er när allt verkar hopplöst. Ge aldrig upp hoppet, kämpa för det ni innerst inne tror på, också när allt verkar omöjligt.

Finn meningen med livet i dina passioner

Tommy menar att allt detta ovan kan innefattas i sökandet efter Guds rike. Jag tycker även att det kan stämma in på sökandet efter mina passioner eller min livsuppgift. Jag skulle till och med kunna sträcka mig så långt som att man kan finna livets mening i det sökandet. Jag tror att det är själva livet som är meningen med livet och att vi är ska-

pade till unika individer med olika gåvor och passioner. De gåvorna kan vi använda till hjälp för andra samtidigt som andra kan hjälpa oss med sådant vi inte kan eller hinner med. När vi dessutom möter andra som delar vår passion för något så kan en oerhörd inspiration och kreativitet utlösas. Genom att dela våra erfarenheter, kunskaper och kontaktnät så blir summan större än delarna. Jag tror verkligen på passionens kraft och därför brukar jag säga att jag har en passion för passioner.

Ta en stund i enskildhet och sök svaren i ditt inre

Som avslutning skulle jag vilja uppmana dig som läser detta att ta en stund för dig själv och reflektera över de frågor som jag inledde med. Ta en promenad eller sätt dig på en sten och försök söka svaren i ditt inre. Vad säger magkänslan? Är du på rätt väg eller är det dags att svänga av åt ett annat håll? Vågar du trotsa din rädsla och följa ditt hjärtas passion? Vad är det värsta som skulle kunna hända? Förmodligen inte något livsfarligt, men kanske något livsviktigt...

Fotnot:

1. Artikel om boken i SvD: http://www.svd.se/nyheter/idagsidan/psykologi/vi-skarpar-var-egen-bradska_489483.svd
(http://korta.nu/sswc10_102)

Pernilla Näsfors: Social entreprenör från Dalarna som bor i Stockholm och "jobbar med data" i det egna företaget Openhearted <3

Mobil: 070-308 08 96 | Twitter & Skype: pernillan | GTalk: pernillan@gmail.com | E-mail: pernilla@openhearted.se | Webbplats: <http://openhearted.se> | Bloggar även på <http://livetsmening.com>

När Facebook friade till Sverige

Miriam Olsson

@miriamolsson

2007-03-03. Det var dagen då jag gick med i Facebook. Jag jobbade¹ på CNET News.com i San Francisco och skulle göra research för en story som sedermera blev ”A sunny hiring time for talents”². Till den behövde jag collegestudenter, men jag var för gammal för att hitta dem.

Min unga och fräcka TV-tjej-kollega, som knappt gått ut college, kom förbi och sa: ”*använd Facebook*”. Ok, sa jag oförstående. Jo, jag hade hört talas om Facebook, jag var ju ändå i Silicon Valley. Men ändå. Hur skulle jag hitta studenter där. ”*Använd mitt nätverk*”, sa hon.

Sagt och gjort. Jag hittade ett antal studenter att intervjua, men sen lät jag i princip mitt Facebook-konto vara i några månader.

Att skriva den här posten har varit en resa bakåt i tiden. Det tråkiga är att jag har raderat en del av mina egna spår. Men jag tror anstormningen började så smått i maj, juni, juli 2007 för att sedan kulminera i augusti och september. Några gånger kunde jag vakna på morgonen i San Francisco och ha hundra friend requests från vänner i Sverige i inboxen. Som från ingenstans fanns hela mitt nätverk på Facebook.

Vad var det som hände?

Facebook gick från att vara en nätverkssajt på Harvard till att bli ett globalt internetfenomen och företaget har en relativt lång historia i internetsammanhang. I februari 2004 lanserades Facebook av Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Chris Hughes och Eduardo

Saverin från deras studenthem på Harvard. Nätverket spreds bland amerikanska college och universitet, men den 26 september 2006³ öppnades det upp för allmänheten. I december 2006 nådde sajten 12 miljoner aktiva användare. Och idag har den drygt 300 miljoner⁴ aktiva användare varav 2,5 miljoner av dem är svenskar (allt enligt Facebooks egna uppgifter).

I oktober 2007 lämnade jag USA och började som journalist på affärstidningen Internetworld. Då låg Sverige på fjärde plats⁵ över att ha högst Facebook-penetrationen i världen. Jag kom till en tidning som tog en position i det fenomen några kallar den svenska Facebook-vågen. Facebook hade då nått riksmidia och de frågade i sin tur oss.

”Det var då, direkt efter semestern, som Facebook slog till med full kraft. Tidningarna började ringa och undra vad som var på gång. Frågorna var betydligt fler än svaren. Det visade sig snart att de få som med trovärdighet och auktoritet kunde uttala sig om trenden bakom Facebook var just vi på Internetworld. Under de första månaderna på hösten var det få tv-soffor som vi på Internetworld inte satt i. Varje radioprogram med självaktning körde ett eller flera inslag om Facebook-trenden. Internetworld var en stående gäst. Stora som små tidningar ville berätta om sociala medier.”

Så skriver Internetworlds chefredaktör Magnus Höij i tidningens bok: ”Facebook-febern – hösten då sociala medier på allvar tog plats i debatten”.

Det var Fredrik Wass (”Mr Facebook” även kallad), då redaktör på Internetworld, som svarade⁶ på många av mediernas frågor. Det diskuterades allt från varför nätverket blivit så stort till om man ska våga vara privat på nätet.

Så här skriver Fredrik Wass i en kommentar på sin Bisonblog: *”Grejen med Facebook är spridningshastigheten och flödena. Aldrig tidigare har så breda användartyper använt en och samma nätverks-sajt.”*

Det var ett nätverksbyggande som funkade. Sociala medier låg i tiden och det hjälpte till. Men på Facebook, till skillnad från vad man var van vid tidigare, registrerade man sig med sitt riktiga namn. Det

gjorde att det gick lätt att hitta folk och nätverket växte vidare snabbt och organiskt. Där ens vänner var, där ville man själv också vara.

Facebook påverkar alla – privatpersoner, stora och små företag och nya och gamla medier. Idag är det lika mycket mediernas vän som deras konkurrent. Jag berörde det i min bloggpost⁷ om lokal-tidningarna i SvD.se:s bloggstaffett. Att nätverk som Facebook och Myspace upptar människors tid och att det kanske är dit man istället söker sig för att hålla koll på lokala händelser. Samtidigt är det ett av de ställen medierna kan bevaka snacket som går, där de kan göra research och kontakta intervjuoffer, där de kan sprida artiklar och blogginlägg och därifrån de får mycket trafik. Men framförallt där de kan träffa sina läsare. Emanuel Karlsten på Dagen berättar⁸ om hur Facebook blev en av de viktigaste medarbetarna på tidningen.

Det fanns dock en tid när vi pratade om att Facebook var på nedgång. Internetworld intervjuade IDG-folk i webb-tv-inslaget ”Backlashen för Facebook har börjat”⁹ i början av 2008. Jag var en av dem som svarade på frågan om Facebook skulle vara på dekis i december 2008.

Jag svarade ja och trodde kanske att engagemanget skulle flytta någon annanstans.

Linus Larsson på Computer Sweden hade rätt. Jag hade fel. Nätverket har inte flyttat ut och Facebook är inne i den andra vågen. Engagemanget är starkare och aktivare än någonsin. Facebook fortsätter att vara mainstream, det är dock inte lika populärt bland de unga, men det berör ända upp i åldrarna. Nu finns till och med min mamma där.

Fotnoter:

1. <http://miriamiusa.blogspot.com/>

2. http://news.cnet.com/A-sunny-hiring-season-for-job-seekers/2100-1022_3-6192920.html?tag=mncol

(<http://korta.nu/sswc10-103>)

3. <http://blog.facebook.com/blog.php?post=2210227130>

(http://korta.nu/sswc10_104)

4. När den här boken utges har antalet nyss passerat 500 miljoner.

5. <http://www.thekillerattitude.com/2007/10/facebook-statistics-in-sweden.html> (http://korta.nu/sswc10_105)
6. <http://bisonblog.blogs.com/blog/2007/08/nnu-en-facebook.html> (http://korta.nu/sswc10_106)
7. <http://www.digitaalaffarer.se/?p=1055>
8. <http://www.dagen.se/blogg/emanuel/2009/07/sa-blev-facebook-en-av-de-viktigaste-medarbetarna> (<http://korta.nu/78e1>)
9. <http://internetworld.idg.se/2.1006/1.141192> (http://korta.nu/sswc10_107)

Texten finns publicerad på:

<http://mindpark.se/mindpark-010-nar-facebook-friade-till-sverige/>

http://korta.nu/sswc10_108

Miriam Olsson är ekonomijournalist och redaktör på tidningen Internetworld. Där bevakar hon affärer på nätet, jobbar med webb och med tidningens events.

Twitter: @miriamolsson | Blogg: molsson.com | Internetworld: internetworld.se | digitaalaffarer.se

Öppenheten på nätet ger säkerhet

Peter J Olsson

@pjolsson

För inte så länge sedan hölls årets Moving images i Malmö. Konferensen, eller man frestas nästan säga happeningen, är ett exempel på samla idéer om vad som händer med vår kultur och vårt samhälle genom den digitala revolutionen.

Med det uppkopplade samhället kommer en hel del av vad vi tagit för givet att bli föråldrat och behöva ersättas.

Vad förmultnat är, skall ramla, skaldade Tegnér. Och ge plats åt nya friska skott. En tanke som just nu är sällsport modern. Ekonomen på modet är Joseph Schumpeter och hans idé om den kreativa förstörelsen.

Om det är den ekonomiska krisen eller internetrevolutionen som är skälet är svårt att veta.

Det är emellertid utmärkt att Malmö åtminstone då och då placerar sig i täten för marschen in i framtiden.

Att det kommer kritiker som till exempel Nicholas Carr (i sin nya bok *The Shallows*) och oroar sig för att den ständiga uppkoppling gör oss dummare och ytligare är bara vad man kan vänta. Förändring möter alltid kritik, ibland befogad kritik.

Och kanske är det faktiskt så att de flesta inte tänker lika djupt och klart om de samtidigt skannar twitterflödet och reagerar på varje pip som förkunnar ett nytt e-mail. Men det är mest en fråga om koncentration, inga stora tänkare satt hela kvällarna framför tv-apparaten på 60-talet heller. Eller, jo, några gjorde säkert det och hade nytta av det, liksom minst en framstående modern nationalekonom ägnar

timmar varje dag åt bön och talmudstudier. Jag tänker då på den briljante Israel Kirzner – faktiskt en av just Schumpeters efterföljare.

På samma sätt sitter säkert någon just nu och formulerar knivskarpa idéer samtidigt som hon glatt konverserar på twitter, MSN och Google buzz.

Varningar som Carrs är förstås viktiga och riktiga, de kan hjälpa oss att hantera de nya redskapen förnuftigare. Utan lite sund konservativ misstro kan den tekniska utvecklingen bli en förstörande lavin.

Internet och realtidskulturen är förstås bara en del av de globala förändringar som pågår. Klart är att världen i dag ligger rimligt öppen och nästan vad som helst kan inträffa. Frihetsgraderna har återigen ökat. Det går inte längre att ställa sig utanför och skapa en fredad zon bakom säkra gränser.

Detta kan leda till effekter som inte alls är särskilt trevliga. Vi ser sedan lång tid en utveckling i riktning mot att det är svårare att sätta sin tilltro andra. Att tryggheten minskat.

Den så viktiga tilliten i samhället eroderar.

För inte så länge sedan behövde man inte låsa sin cykel, den stod ändå kvar. I dag släpar de flesta cyklister åtminstone i större städer kring på kilovis med kättingar för att låsa sin cykel i lättmetall – annars blir den obehagligt stulen.

Bedrägerier på Blocket och andra marknader för vanligt folk är vanliga. Kanske är svenskarna lätta att lura, kanske finns det en stor grad av godtrogenhet och tillit här. Som kan utnyttjas. Kanske är det i stället så att den gränslösa och vidöppna världen utövar extra frestelser på oss. Kan vi osedda stjäla kanske många gör det. Kan vi utan risk sätta oss på andra, då kanske vi i allt för stor omfattning gör det.

Det betyder inte att man ska drömma en omöjlig dröm om att vrida klockan bakåt.

Inte bara för att det inte går, utan för att riskerna kompenseras av vinsterna. De nya frihetsgraderna och de oändliga möjligheterna är svindlande. Men det kanske vore bra om fler tänkte igenom de moraliska krav det hela ställer på oss själva. Och om man kanske har några plikter att uppfylla för att friheten ska bli lyckosam.

Först plikten mot en själv. Att inte bli en självcentrerad slav under lättköpta njutningar. Utan kanske en tänkande människa som begrundar vilken sorts människa man vill vara och vilka mål som är rätta och riktiga.

Sedan plikten mot andra, mot sin nästa om man så vill. Moralen i att inte skada, inte bestjälja, inte lura.

Vi vet hur det var när friheten ökade på 1800-talet: Framstegen blev stora, men också skurkstrecken. Antalet människor man samspelade med steg, och därmed minskade kunskaperna om dem.

Lösningen blev öppenhet. Det gällde att visa att man var en hederlig människa som man kunde göra affärer med. Det personliga varumärket blev viktigt. Då växte till exempel ordenssällskapen sig stora, genom medlemskap där ålade man sig en viss moral. Och blev därmed någon vars ord man kunde tro på.

Och engagemang i lokalsamhälle, i politik, i föreningsliv och så vidare blev sätt att visa sig pålitlig även i affärer.

Så kanske är ändå transparensen på internet, i Facebook och twitter, en nödvändighet för att friheten inte ska missbrukas. Vi vill ju veta vilka vi har att göra med.

Peter J Olsson är politisk redaktör i papperstidningen Kvällsposten. Ledarna där finns (oftast) på nätet. Dessutom bloggar han sedan maj 2005 på <http://blogg.expressen.se/peterj/> och twitterar på @pjolsson. Wikipedia: http://sv.wikipedia.org/wiki/Peter_J_Olsson. Nås på peter.j.olsson@kvp.se

Nya tider, nya seder

Morris Packer

@morpac

Jaikububblan, 24 Hour Business Camp I, Sweden Social Web Camp, 24 Hour Business Camp 2, m.vaderkanalen.se och Morris Motorcycles Racing Team 2010 är sex företeelser under senare tid som förändrat mig, såväl som individ som yrkesmänniska.

Under de senaste åren har jag, gång på gång, fått nöjet att uppleva den skiftning som sker inom arbetslivet/privatlivet när det gäller komplexa projekt. En ny sorts kooperativ tanke, eller rättare sagt: ett nytt sätt att tänka och utveckla idéer tillsammans verkar ha tagit fäste i det kollektiva medvetandet.

Och jag har, aktivt, försökt att pressa gränserna för vad som är möjligt i dessa nya strukturer. Med projektet m.vaderkanalen.se byggde John Ankarström, Gustav Holmström, Sergej Kotliar, Anton Lindqvist, Jonas Nockert, Herman Olsson, Martin Palacios, Anja Säker och jag Sveriges bästa mobila vädersajt på kortare tid och bättre än vad någon traditionell entitet hade kunnat göra.

I Jaikububblan lärde jag mig mer och delade med av mer än jag någonsin gjort. 24hbc 1 & 2 var rena uppvisningar av kollektivets styrka och dragkraft. SSWC var kärleksfesten som en gång för alla visade att människor kan samlas utan en spikad agenda och agera hypereffektivt. Och passa tiderna!

I dag är jag Team manager för ett VM-team inom internationell motorsport. Ett team som byggts på samma sätt som Jaikububblan, 24 Hour Business Camp I, Sweden Social Web Camp, 24 Hour Business Camp 2 och m.vaderkanalen.se.

Denna nya ”kooperativism” har ingenting med ”Coop” eller historiska politiska ideologier att göra – släktskapet löper nog längre

tillbaka i tiden, till de tidiga gemenskaperna långt för den agrara civilisationen. Det är dock bara ett antagande jag gör – det korrekta svaret på det påståendet får ni nog bättre från antropologer, filosofer och sociologer.

Oavsett hur eller när i historien man kan påvisa ett fritt utbyte av kunskap och information var en naturlig del i mänsklighetens utveckling råder det inget tvivel om att vi idag har nya möjligheter att samarbeta.

Med en nästintill gränslös, teknisk, kommunikation kan vi välja att göra gott eller ont. Och jag ser mestadels folk göra gott. Varför jag betonar ”nästintill” och ”teknisk” är för jag vill inte att man ska glömma bort att de otroliga möjligheter som finns är ännu förbehållna de som redan har, och att bara för att man enkelt kan nå vart som helst med sitt budskap inte nödvändigtvis betyder att man har något att säga. Eller viktigare – att tala om.

Jag är hoppfull. När fler och fler ser nyttan och möjligheterna med ett fritt utbyte av tankar och engagemang kommer vi nog att komma ett stort kliv närmare målet. Målet: att leva i en jämlik och rättvis värld där alla på planeten omfattas till fullo av FN:s deklaration av de mänskliga rättigheterna. Och kan vi komma från en tweet till ett VM på fem månader – då kan jag bara säga ”Kör!”

Morris Packer
Morris Motorcycles Racing Team 2010
@morris_mc
@morpac

Morris Packer, världens mest händelsestyrda person på gott & ont.
Tror på FN:s deklaration av de mänskliga rättigheterna & allas goda vilja.

Släpp sargen för helvete!

Martin Palacios

@palace

Dag efter dag efter dag. Vecka efter vecka i mer än fyra år nu. Samma surr i all jävla oändlighet. Jag tittar för femielfte gången på flödet i telefonen. 200 nya inlägg – majoriteten av dem är som vanligt skit. ”30 nya wordpressteman”, ”nybloggat om SEO och partierna”, ”äter en surdegsmacka med Tome de savoie & fikonmarmelad”, ”läsvärt om whatever”, ”let’s dance Willy dansar som en anka” ”@sj_ab gör skäl för sitt baklängesnamn” ”jävla allt” och en massa annat surr. Hur det ens ibland kommer fram någonting intressant ur den fekala flod av ytlig och passiv självbekräftelse som flödet består av blir svårare att begripa för varje dag.

Ändå så är jag där varenda dag, läser och sållar efter guldkornen. För när de kommer är det oöverträffbart. Ojämförligt. Fullt av kärlek och förvånande fantastiskt på alla tänkbara sätt. Det skall sägas att jag följer många – jag gillar att lyssna. Jag gillar surret och sällskapet. Men det är frustrerande.

Det händer ju ingenting. Inga resultat. Ingen frigiven Dawit, inga lösningar på världsproblem, inga uppfinningar, inga framsteg, ingenting. Bara massa massa massa massa snack. Det behöver för all del inte handla om världsförbättring. Blöjor, försäkringsbolag, juicer, byggbolag, vanliga personer – alla från individen till det globala företaget har precis samma möjligheter att ge sig in i någonting helt annat än det dagliga bruset.

Samtidigt står profeterna på barrikaderna och mässar för staten och kapitalet: Det handlar om att vinna eller försvinna. Sociala medier föder engagemang. Du tar till dig budskapet frivilligt och engagerar dig i budskapet. Makten förskjuts till konsumenten... Ni kan

argumenten bättre än jag.

Experterna är dessutom många, lite för många. Till den miljard galningar som utger sig för att vara socialmediaexperter i olika former och färger, till er säger jag: Gå hem, sätt dig på en stol i ett mörkt rum, ta en stund och fundera på vad du håller på med. Vad tillför du egentligen?

Om mitt engagemang i barns svält blir en statusrad, om jag går med i en grupp mot Sverigedemokraterna på Facebook eller om jag ger en tummen-upp till Amnestys postning om mänskliga rättigheter. Hur lyckat är det egentligen? Hur mycket har jag verkligen engagerat mig? Tiotusen ”I like” på Stadsmissionens FB-grupp rör inte en hemlös i ryggen. Jag tycker att det balanserar på gränsen till motbjudande att vi sitter på ett strukturerat globalt socialt nätverk av miljoner av individer och allt vi gör är att sitta med vår egna lilla mikroshow och skruva ur oss korta meningar för att få reaktion, bekräftelse eller vad det nu är. Under tiden springer livet förbi oss.

Värdet med att ge sig in i dialog är att växa. Ett utbyte där förändring av deltagarna i samtalet är inbäddat som förutsättning. Nyttan med dialog är inte att samla vänner som filmisar eller få flest upp-tummar. Värdet ligger i att förändras. Om man är fler än två så finns den fantastiska möjligheten att få sällskap på vägen. I stället härmar vi fulmedia och leker underhållare, nyhetsförmedlare eller experter och sukter efter att bli bekräftade i det.

Man yrar om att odla sitt personliga varumärke i en tid då löfte och handling går ihop för första gången på ett bra tag. Du är det du gör. Svårare än så är det inte. Har du fuckat upp så tar det tid och energi att fixa det. Inte för att ditt varumärke är skadat, utan för att du mäts i summan av dina handlingar. Inte någonting annat.

Jag vill citera Kenny Bräck: ”Det handlar om att fokusera på det man har passion och intresse för. Annars orkar man inte mobilisera den energi, envishet och mod som krävs för att lyckas. Varumärket utvecklas sekundärt, det blir en slags biprodukt av vem du är...”

Så frågan är igen. Oavsett om du är socialmediaexpert eller Svenne Banan. Vad tillför du? Möjligheten att förändra är stor – faktum är att den aldrig har varit större än nu – men det krävs att du vågar

släppa taget. Det krävs ett engagemang som går bortom att trycka ”I like”. Det krävs momentum i handling och det krävs att du lägger egot bakom dig.

Våga ta steget nu, våga engagera dig på riktigt, våga hitta din passion, våga förändra dig, våga förändra någonting viktigt och framförallt: **Släpp sargen för helvete!**

Texten finns publicerad på:

<http://martin.palacios.se/slapp-sargen-for-helvete/>

http://korta.nu/sswc10_109

Hej, jag heter Martin. Jag gillar jazz, kaffe, internet och träbåtar. Läs mer om mig på <http://martin.palacios.se>

Twitter: @palace

Blossande kinder och en sjuhelvetes envishet – om hur jag började spela brassetrummor

Nathalie Parkvall

@nparkvall

Det var sommaren 2006 som jag såg dem första gången. Jag och några vänner satt nere på Street vid Hornstulls strand för att heja på Brasilien i fotbolls-VM.

Plötsligt hördes ljudet av trummor på långt håll. Sköna brasilianska rytmer spreds och hördes allt starkare. Folk började se sig omkring med nyfikna blickar. Snart stod hela slagverksorkestern framför oss och spelade energiskt på virveltrummor, stora trätrummor, metallklockor och något slags instrument med pärlband som rasslade. Vilken glädje de spred! Publiken hade verkligen svårt att stå still – många började spontandansa och även jag kände hur det ryckte i kroppen.

Det såg så fantastiskt kul ut att jag där, just i det ögonblicket, bestämde mig för att jag skulle lära mig att trumma.

Egentligen har jag aldrig spelat något instrument tidigare, så det var ganska otippat. Visst, jag spelade lite piano i tvåan i grundskolan, men jag var ingen vidare talang och fick jämt bakläxa. Dock har jag alltid älskat trummor och mycket bas av någon anledning. Att min pappa bor i Brasilien har säkerligen också bidragit till mitt intresse för brasiliansk musik och kultur.

Jag haffade en kille i gruppen och fick veta att de var ett gäng som

brukade repa i en lokal i Hornstull. En salig blandning svenskar, brassar, fransmän, chilinare och halvblattar som jag själv. Alla med någon slags kärlek till Brasilien. De kallade sig Baquetum och killen jag pratade med lovade att höra av sig nästa gång de skulle köra en workshop.

Så blev det dags för min livs första workshop i Maracatu, slagverksrytmer från nordöstra Brasilien. Jag var lite smånervös. Mental koordination har jag gott om, men min kroppsliga koordinationsförmåga är lika med noll. Tänk er tjejen som står längst bak på gruppträningspassen och viftar med armarna och går åt fel håll. I otakt. Det är jag.

Jag rodnade och gjorde bort mig. Fokuserade mer på det tekniska än att bara känna in musiken. Det är mycket trix med kroppen, pinningar som ska landa på den stora trätrumman från olika håll och vinklar. Danssteg och kroppsrörelser, ibland sång samtidigt som man spelar (det är svårt att höra sig själv sjunga medan man spelar, vill jag lova). Dessutom ska man hålla reda på namnen på olika rytmer och olika tecken från trumledaren.

Efter workshopen fick jag fortsätta repa med gänget. Varför vet jag inte, jag var totalt kass för att vara ärlig. Men jag är en envis jäkel och gav mig inte. Jag såg det som en utmaning. Jag skulle fanimej lära mig! Efter åtta månaders blossande kinder började det ge sig lite och jag fick vara med på min första spelning. Nu har det snart gått fyra år sedan jag började spela och jag kan inte vara utan det. Det är mitt sätt att andas, få ett litet break i vardagen, trumma bort stress och fylla på med energi.

Jag har nedan försökt sätta ord på vad det är som gör att trummandet ligger mig så varmt om hjärtat.

Glädje & energi

Rytmer tränger sig in i kroppen, in i själen och ruskar om och fyller varenda cell med positiv energi. Jag susar alltid hem som på små moln när jag har repat. Jag känner mig öppen för min omgivning och ler plötsligt mot medpassagerarna på bussen (ni vet hur stela vi stockholmare kan vara).

Träning & terapi

Att trumma loss och ta ut sig riktigt ordentligt. Bra träning för kroppen samtidigt som man kan släppa bekymmer. Man kan trumma bort stress och irritation. Rena terapin. Det har hänt att jag föreställt mig att trumslagen träffat någon helt annanstans än på trumman. Ibland hamnar jag i skön trans och armarna bara vevar på utan att jag tänker på vad jag gör. Meditativt. Tills jag börjar fundera på vad armarna egentligen gör och kommer av mig.

Tillhörighet

Att få dela ett intresse med en grupp människor i olika åldrar och med helt olika bakgrund. Jag vet inte ens vad alla jobbar med. Det spelar liksom ingen roll. Det är brasiliansk kultur och trummorna som för oss samman.

Publikrespons

Den omedelbara responsen vi får när vi spelar. När förbigående stannar till och ler. När folk börjar spontandansa. Den största upplevelsen är att spela på Pride Parade inför hundratusentals glada, tjoande människor som trängs längs gatorna. Svindlande. Euforisk känsla. Ingenting kan mätas med det. Förutom att bli förälder och möta sitt barn för första gången, kanske.

Mer om maracatu: en.wikipedia.org/wiki/Maracatu
Baquetums webb: www.baquetum.com

Nathalie Parkvall: Stolt mamma, nyfiken kommunikatör och fejkvegetarian. Jobbar med PR och sociala medier på Gothia Förlag. Har ett förflutet inom digital marknadsföring, webb och event. Har pluggat journalistik på Hawaii och projektledning i Uppsala. I övrigt gillar jag resor, fotografering, fint papper och yoga.

Twitter: @nparkvall @gothiaforlag | Blogg: gothiaforlagblogg.com och baquetum.com



Henrik var nötallergiker.

Den 14 oktober 2007 bestämde han sig att han skulle sluta
förneka sin identitet och följa sina instinkter.

I totalt 3 minuter och 27 sekunder kände han sig helt normal.

Han passade in.

En diskussion på Facebook om fantasilöshet och originalitet i sommar- pratarnas musikval i Sveriges Radios Sommar i P1

Benjamin Peetre och vänner

@BenjaminPeetre

Benjamin Peetre: Man kan dela in sommarpratarna i två grupper: Dom som spelar Tina Turners Simply The Best, och dom som inte gör det. #SommarP1
den 4 juli kl. 12:03

Stina Lodén och **Lennart Hedstigen** gillar detta.

Karl G Jönsson: Förr spelade alla ”Trubbel” med Olle Adolphsson. Och ”Ögon känsliga för grönt” med Barbro Hörberg. Hörde man dem i radion var det Sommar.
den 4 juli kl. 15:24

Karin Eriksson: Tina Törner spelade Tina Turner efter bara några sekunder, minns jag. Hon sa sitt namn, och drog igång låten. #anfallärbästaforvar
den 4 juli kl. 18:06

Jakob Meijling: Det var väl inte så många år sen som Dire Straits’

”Walk of Life” verkade vara obligatorisk för att demonstrera hur lite man ville eller förmådde säga genom sitt låtval?
den 5 juli kl. 07:24

Karin Eriksson: Men vad skulle man spela för att vara originell?
den 5 juli kl. 09:55

Benjamin Peetre: Det jag tycker är fantasilöst är just ”min mamma var en fantastisk människa och här kommer Simply the best”. Eller ”den svenska sommaren är fantastisk och här kommer Björn Skifs med Det regnar, regnar”.
den 5 juli kl. 12:43

Karin Eriksson: Jag nonchalerar det där sista och frågar igen, absolut inte retoriskt utan uppriktigt: Vad vore fantasifullt?
den 5 juli kl. 13:53

Lennart Hedstigen: Om Dregen spelar Life is Life med Opus är det originellt, om Lotta Engberg spelar samma låt med Laibach är det originellt – men inte tvärtom.
den 5 juli kl. 16:08

Jakob Meijling: Det behöver inte vara så väldigt originellt, men det blir mycket bättre när låtarna verkligen stöder berättelsen. Och om ”Walk of Life”, i dödligt uttjatad originalversion, är det bästa man kan komma på, så borde man låta bli sommarpratet.
den 5 juli kl. 22:10

Karin Eriksson: @Lennart: Javisst, som om du skulle spela Kungs-sången! Gräsligt men roligt. Då handlar det om våra förväntningar på den som pratar. Kanske finns det ingen originalitet per se.
den 6 juli kl. 11:23

Benjamin Peetre: Häromåret spelade Fredrik Härén – som något slags statement – enbart musik som inte var upphovsrättsskyddad.

Blev mest en massa fågelkvitter. Hade ingenting med twitter att göra.
den 6 juli kl. 12:32

Benjamin Peetre: ... men det var väl på sätt och vis ett originellt musikval. ”Min morsa var liten och oansenlig. Och här kommer nu tre minuters sång med en gråsparv.”

den 6 juli kl. 12:36

Lennart Hedstigen: Karin: Precis! Men det bästa är om man inte gör det som ironi, utan kan ta fram något oväntat som man faktiskt gillar eller betyder något för en själv.

den 6 juli kl. 12:50

Karin Eriksson: Thåström i mitt fall, men behöver fundera på introt.
den 6 juli kl. 14:56

Lennart Hedstigen: Det mest oväntade jag kan komma på är Gyllene tiders ”Flickan i en Cole Porter-sång”.

den 6 juli kl. 15:13

Jakob Meijling: Tematiska grepp är bra! Bara filmmusik. Bara märkliga coverversioner. Bara korta instrumentallåtar. Eller subtraktion: ingen gitarrmusik. Inga trummor. Ingen listmusik. Ingen Mozart.

den 6 juli kl. 21:52

Karin Eriksson: Det var nån som spelade De sista ljuva åren om och om igen, genom hela sommarprogrammet, för ett antal år sedan.

den 6 juli kl. 22:05

Benjamin Peetres karriär inom musikbranschen peakade den 18 april 1992 då han som syntspelare i Lundabandet Beagle låg nia på Trackslistan. Numera är han formchef på Sydsvenskan i Malmö. Hans musikersida på Facebook, där han lägger ut sina egna låtar, hade den 19 juli 2010 elva fans.

Mejl: benjamin.peetre@sydsvenskan.se | Twitter: @benjaminpeetre |
Facebook: facebook.com/benjaminpeetre

Rocken eller den sociala webben?

Christin Persson

@Kixet

Helgen den 13 till 15 augusti är valet glasklart oavsett vem jag frågar. Majoriteten säger: klart du ska åka till Way Out West. En liten skara SSWC-frälsta säger att allt annat än båten till Tjärö vore vansinne.

... två olika sorters magi

Det handlar om valet mellan att imponerat kolla en ljusrigg noggrant monterad för att sprida strålar över en artist som ger oss musiken genom ett PA hängt i en motor som ser himla liten ut för att kunna bära 250 kilo. (Ja, där förstod du att jag är scentekniknörd också.)

Magin inträffar när bandet du älskar plötsligt levererar just den låt du längtat efter att känna som basvågor in i bröstet och strömma genom resten av kroppen. Eller att som ifjol höra de två änglarösterna i First Aid Kit och skymta dem i indigoblått ljus genom sidoingången till en hopplöst proppfull Annedalskyrka med regnet strilande ner i hårfästet. Att bara få en glimt och en vindpust ljud gjorde upplevelsen starkare och mer eftertraktad.

Och så har vi det andra valet: att tälta med laptop och Sveriges främsta journalister, strateger, utvecklare och skarpa hjärnor på området social webb. Tjärömagin handlar om att sätta upp en liten lapp med krokigt skriven text som lockar till en unconference-session om ett ämne på en klippa vid en vik i det fria – och få respons.

Ifjol behövde jag inte välja. Då fick jag först musiken och någon vecka senare formulerade jag och min frilanskollega en sessionpitch på en lapp, stämplade lappen ”Barbro” med vår rosa stjärna och

placerade den i en godtycklig lucka 16.30 på lördagen. När det var dags hörde vi pumpande loungemusik strömma från Veidekke-tältet och burkarna öppnas. Vi insåg att det var dags för campets snackis: lanseringen av Twingly Channels ackompanjerad av bjudöl. Vi lom-made bort till vår klippa under eken och tänkte att kollaborativ journalistik, tja det får vi nog diskutera för oss själva.

Sedan hördes snabba steg frasa genom ängsgräset bakom oss. Anders Mildner, med en Twinglyförsedd öl i handen, gick ikapp, slog sig ner och delade med sig av tankar och frilanserfarenheter som sedan har hjälpt till i byggandet av ett journalistkollektiv i Malmö och att jag och Charlotte Lundqvist nu är publicerade författare till Hippa svenskers guide, ett projekt som vi gjorde just tillsammans.

Bland fåren och ekarna finns också historien om en ung och duktig grafisk designer som tappade orken sent på fredagskvällen och skulle gå och lägga sig i militärtältet. Samtidigt som han öppnade sovsäcken hörde han genom tältduken: ”Alfred, vi är några som tänker bygga en ornitolog-app. Vi skulle behöva dig här.” Han stängde sovsäcken igen, tog datorn och lämnade tältet.

Det blev ingen ornitolog-app men nu jobbar han i gänget som håller på att bära frukt med projektet Kvittar.

Dessa är bara två av säkert 286 exempel på företagsberättelser som byggdes i den soldränkta magin på Tjärö. Ja, superlativen haglar fortfarande ett år efter succépremiären (räknar till fyra ”magi” hit-tills i texten) och det var också minnet av den magin (fem) som fick mig att sitta och svettas vid en skärm med bankkortet i ett fast grepp och hoppas på biljett till årets upplaga. Jag fick tag på biljetten och jublade på Twitter.

... sedan mindes jag musiken

En konspiratorisk nerv börjar rycka vid tanken på att Tomas och Kristin valt datumet för att sålla agnarna från vetet. Är du med oss eller mot oss?

Jag är hemskt ledsen campers, men i år är jag vetet som böljar vid en scen i Slottsskogen, som riskerar att piskas av regn och slås ner av leran och besvikelsens lie.

Jag väljer rocken av en väldigt enkel anledning. Att jag egentligen inte behöver välja. Kärleken och de smått magiska (sex) idéerna, nya samarbetena, fårmockorna, API:erna och badbilderna kommer att nå mig även om jag inte är där. Twitter, Flickr, Facebook, Gowalla, WordPress, Foursquare m.fl. är i det här fallet pålitliga postiljoner för budskap om vad som händer på ön.

Om det är någonting jag lärt mig förra året och litar på till hundra procent så är det att SSWC aldrig blir en klick för inbördes beundran som ser campet som en intern angelägenhet. Alla som är intresserade är välkomna att tillföra någonting utifrån sin förmåga och kunskap och alla delar samma önskan om att sprida detta vidare i alla möjliga plattformar. Och även de mest kända profilerna delar stunden med rookies och entusiaster. Oavsett om det är Anders Mildner som snackar frilansverksamhet eller Jocke Jardenberg som blir kvalitetsstämplad med ”Barbro” på ena armen efter en tidig öl (i stämplarens strupe då alltså).

I skrivande stund är @nepplet glad över att få min plats på SSWC. Och jag ser fram emot att få webb- och iphoneläsa, liveströmma, poddhöra och se allt som händer under årets, är jag övertygad om – magiska – SSWC (sju).

Och om någon läser detta därute på ön (eller innan för den delen) och vill ha med mig i ett snack om populärkultur, journalistik, musik och sociala medier eller bara vill höra det senaste från Way Out West så haffa mig på Twitter. Jag lovar att leta upp närmsta klippa och/eller ek i Slotsskogen så styr vi upp någon slags länksession. Det blir maaaaagiskt! (Åtta!)

Rock'n'webb!

/@Kixet

Texten finns publicerad på:

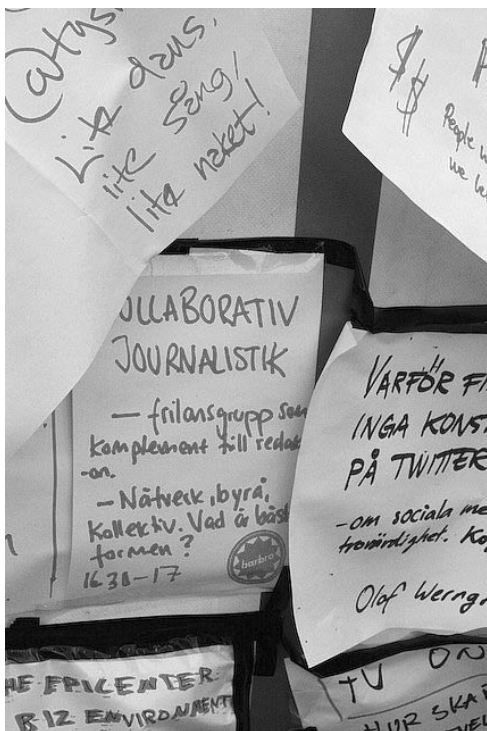
<http://christinpersson.wordpress.com/2010/07/18/rocken-eller-den-sociala-webben/>

http://korta.nu/sswc10_110

Christin Persson, 29 år, journalist verksam i Malmö. Har framförallt

arbetat som webbredaktör på dagstidning och som musikrecensent för HD och Lira Magasin. Medförfattare till boken Hoppa Svenskars Guide (Kakao/Klonk Förlag) och just nu webbredaktör och reporter på Sveriges Radio, P3.

Twitter: @Kixet | Skype: Rubbyrosechristin | Blogg: christinpersson.wordpress.com | Sajter: kollektivetbarbro.se och christinpersson.se



Sociala medier och tv-journalistik

Lisah Pettersson

@JournalistLisah

Sedan sex år tillbaka arbetar jag som tv-journalist. I dag arbetar jag på TV4Nyhetererna Stockholm, men har arbetat på andra lokalstationer och SVT under dessa år. Före min tid som tv-journalist har jag arbetat både på radio och tidning, men för mig har det alltid handlat om journalistik förmedlad genom rörlig bild.

För mig har sociala medier aldrig varit något märkvärdigt. Visserligen hade jag Sofia Mirjamsdotter som mentor under min första tid som tidningsjournalist, men föga anade jag då att hon skulle komma att bli en av Sveriges mest inflytelserika bloggare. Privat tycker jag att Facebook är fantastiskt roligt, inte för att jag fascinerats utav tekniken, utan för att jag helt enkelt är väldigt social av mig och dessutom väldigt nyfiken.

Märkligt nog har sociala medier under mina första år i tv-branschen knappt kommit på tal. Ändå arbetar vi med spridning av nyheter, digitalt material och nyhetstips. Och så arbetar vi snabbt i det ständiga nyhetsflödet på redaktionen – egentligen som gjort för att anamma sociala medier!

Ett av de mest spännande momenten under en dag är morgonmötet, då duktiga, hungriga och kunniga kollegor diskuterar livligt om vilka inslag som ska få platsa i dagens körschema. På morgonmötet får reportrar utan egna nyhetsspår så kallade utlägg, en sorts order om att göra vissa nyheter. Ett utlägg håller ofta bra kvalitet, men allra högst smäller ändå ett eget grävjobb!

Det hela är egentligen väldigt enkelt. Ju fler nyheter att välja på,

desto kvalitativare sändning och desto större prestige att få med ett jobb som du har hittat på egen hand. Det avlastar och förbättrar den redaktionella kvaliteten, samtidigt som det är spännande att gräva efter nyheter.

Eftersom jag betraktar mig själv som en tvättäkta nyhetssnok, så är jag inte för fin för att ta till alla till buds stående medel för att hitta nyheter. Eftersom jag relativt tidigt var aktiv på Facebook och Twitter, så tvekade jag aldrig att använda dessa kanaler för att få in nyhetstips.

När jag arbetade som reporter på SVT ABC under 2008 så skickade jag ut följande text på Twitter:

”Tv-reporter, alltid på jakt efter bra grejer till SVT ABC - tacksam för tips om stockholmsnyheter! Please RT this! #svpt #semar”

PR-konsulten och mediebranschprofilen Stefan Ronge upptäckte min tweet och skrev följande kommentar:

”Petterssons tweet är ett klockrent sätt att spara tid. För henne själv eftersom hon snabbt kan få ett antal intressanta tips utan att jaga på fältet, för alla som är intresserade av att tipsa om bra vinklar eftersom de vet precis vad journalisten vill ha och när hon vill ha det. Sedan vänder sig förstås inte Pettersson specifikt till varken PR-konsulter, företag eller organisationer utan till Twitter-medlemmar i största allmänhet. Det ger en signal om att hon är intresserad av vad allmänheten tycker är en nyhet¹. Och inte minst – hon kan ge snabb feedback till tipsare. Pettersson skriver, efter att ha fått in tips om nyheter: ”Tack för tips, det låter intressant, men jag behöver en tydlig stockholmsvinkel med bra bildmöjligheter!”

Kort därpå listade Medievärlden mig som en av tio personer som alla mikrobloggande journalister borde följa.

I dag använder jag mig av Twitter och Facebook när jag jagar efter nyheter. För att lättare ha koll på flödet använder jag mig av Tweetdeck. Google Reader gör det även lätt att hålla koll på olika bloggare, branschmedierna, nyhetsflödet per sökord och lite andra specialsökningar som annars skulle vara tidskrävande att göra manuellt varje dag.

I min roll som videoreporter gör jag i praktiken allt själv. Jag

ringer folk och sätter upp intervjuer, jag kör runt utrustningen och sköter kameran, jag genomför intervjuer och skriver manus, samt redigerar och lägger speaker-texter. När jag är ute på fältet är Iphonen min bästa vän. Eniro-appen gör att jag hittar till platserna jag ska till. GoogleAppReader gör att jag kan hålla koll på mina RSS-flöden. På Tweetdeck kollar jag Twitterflödet, samtidigt som TV4-mejlen och Facebook blinkar till närhelst någon vill få tag i mig.

Plus att jag kan använda Iphonen som telefon, förstås!

När askmolnet slog till var Twitter klockrent. Jag fick uppdraget att göra ett reportage om Stockholmare som var strandsatta utomlands på grund av det asmoln som en isländsk vulkan spytt ut över Europa.

Var börjar en stressad tv-reporter i det läget? Med 956 följare och på 22 Twitter-listor ställde jag frågan på just Twitter:

Behöver hjälp med att hitta strandsatta stockholmare ute i världen pga inställda flyg, för tv-intervju! Någon? ☆

9:36 AM Apr 16th via TweetDeck

↩ Reply ↻ Retweet



JournalistLisah

Lisah Pettersson

WOW!!! Vilket gensvar jag fick på Twitter :-) Tack! Fick tips på 20 personer på bara en halvtimme. Nu ska jag börja ringa runt! ☆

2:57 PM Apr 16th via web

↩ Reply ↻ Retweet



JournalistLisah

Lisah Pettersson

Av de 20 tips jag fick in letade sig två ändå in i tv-sändningen den kvällen. Det är fantastiskt hur väl det ofta fungerar. Att få tag på dessa 20 namn hade utan Twitter säkert också gått bra, men det hade definitivt tagit mycket längre tid. Dessutom får fler röster på det här sättet en chans att komma till tals.

Men att det fungerar för mig beror mycket på att jag har ett antal följare på Twitter och att jag ligger på ett antal Twitter-listor. Och så har jag runt 850 vänner på Facebook och det hjälper ju till förstås närhelst jag går på social nyhetsjakt. Men hur kan journalister utan detta nätverk bära sig åt?

Min pojkvän Jerry Silfwer arbetar som PR-konsult och är något av en professionell uppgiftslämnare till nyhetsmedier. Han såg ett ömsesidigt behov i detta, eftersom det rimligen borde finnas många särintressen där ute som vill hjälpa journalister i behov av stöd.

Han föreslog därför att journalistförfrågningar på Twitter ska taggas med #jourtips. Sedan utnyttjade både han och jag våra befintliga sociala nätverk för att etablera taggen så att så många potentiella nyhetstipsare som möjligt skulle lägga till automatiska sökningar på den taggen. För att taggen #jourtips ska fungera krävs att någon lyssnar!

Så här kan du som vill hålla koll på journalister i jakt på case göra:

1. Sätt upp en sökning (i till exempel Tweetdeck) på #jourtips och håll koll efter journalistförfrågningar. Svara så snabbt och så kort du kan.
2. Sprid kunskapen om #jourtips i dina journalistnätverk.
3. När du ser en journalistförfrågan på Twitter, retweeta den och lägg till taggen #jourtips.
4. Hjälp till att beivra missbruk – taggen är enbart till för journalister i jakt på case!

I dag används taggen #jourtips så gott som dagligen av journalister i jakt på case, talespersoner, eller förslag på uppslag.

När jag började lägga ut min Twitter-adress tillsammans med

mina inslag och därtill aktivt började uppmana tittarna att diskutera inslagen med mig på Twitter, allt i syfte att söka ytterligare feedback, så användes mitt agerande som ett positivt exempel på en ledarkonferens där många av TV4-höjdarna deltog!

För mig har min kärlek till sociala medier som journalistiskt verktyg inneburit att jag får mängder av nyfikna frågor och glada tillrop från kollegor och chefer. Jag har till och med pitchat en egen programidé, TV4 Webb, som var tänkt att tas fram i samarbete med Nyhetskanalen.se. Om det blir något av idén är inte det viktiga, huvudsaken är att sociala medier snart blir en naturlig del av alla journalisters verktygslåda!

Fotnot:

1. <http://www.rongekom.se/?p=331>

Texten finns publicerad på:

<http://www.doktorspinn.se/2010/07/21/gastblogg-lisahs-bidrag-till-sswc-boken/>

http://korta.nu/sswc10_111

Jag heter Lisah Pettersson och jobbar på TV4s lokala nyhetsredaktion i Stockholm som programledare och reporter. Som programledare läser jag nyheter för Uppsala, Gävle och Dalarna, och när jag är reporter gör jag tv-inslag till Stockholmssändningarna.

Har du förslag på nyheter? Tipsa mig på Twitter via @JournalistLisah

– det får gärna vara bildmässigt och gärna exklusivt.

Jag bildbloggar även på journalistlisah.tumblr.com

Mina Twitter-listor:

TV4: twitter.com/list/JournalistLisah/tv4#list/JournalistLisah/tv4

SVT: twitter.com/list/JournalistLisah/svt#list/JournalistLisah/svt

SR: twitter.com/list/JournalistLisah/sr#list/JournalistLisah/sr

Öppet brev till ungdomarna på lägret

Markus Pettersson

@vampyrse

Jag hörde från min sondotter att det skulle vara nån form av läger i Blekinge för ungdomar som är med i Internet. Därför har jag tagit tillfället i akt och författat detta brev för att markera att det faktiskt får vara nog nu. Det är en massa trams Ni ägnar Er åt!

Ända sen det här med Internet startade så har jag varnat mina arbetskamrater och vänner samt skrivit insändare om att det är en fara mot samhället och samhällsmoralen. Ingenting gott kan komma från att släppa allt fritt på detta sätt. Ungdomen klarar inte av att skilja rätt från fel som vi vuxna gör och riskerar dras ner i en ond spiral av våld, droger och sex. Detta kan inte vara någon till gagn.

Nu har det gått mycket längre än jag någonsin trodde. De här sociala medierna har jag förstått gör att man fritt kan prata med folk hursomhelst. Av vilken nytta är detta för det samhället som jag och mina förfäder i generationer byggt upp för att lämna till Er frågar jag?

Nej, Ni sitter framför era datorer dagarna i ända och fantiserar om en värld som inte finns. Hur vore det om Ni skulle leva i den som vi lagt ner vårt blod, vårt svett och våra tårar i? Hur vore det om Ni kanske skulle bidra till att den utvecklas, kavla upp ärmarna och gör någon nytta! Det ska Ni aldrig glömma, att det är tack vare oss som Ni sitter här överhuvudtaget. Men det har Ni säkert inte tänkt på.

Ni träffar Era flickor på Internet, Ni har vännerna på facebok i stället för att prata med dem och sitter med mobiltelefonerna på i tid och otid vid matbordet. Det finns ingen respekt för det fina i en

vänskap och för de människor man faktiskt umgås med här och nu. Det goda samtalet har tappats bort i ert smsande och de stön Ni har till språk.

Men nu är det faktiskt dags att Ni tar Ert ansvar! Inte gömmer er på någon ö i Blekinge och klappar varandra på ryggarna som ni utträttat något. Jag ska säga Er det, att den dag Ryssen kommer, och det gör han, då är Ni inte så malliga att Ni lagt ut vad Ni heter, var Ni bor, vad Ni tjänar, hur Ni ser ut och allt på Internet. När han knackar på dörren och vet vem Ni är och vad Ni gör, vad säger Ni då? ”Det är inte jag!” ”Men jag har Er på bild här och det är Ni!”

Nej, nu vill jag se att Ni skärper till er. Ta av Er kepsen när Ni äter, hälsa på äldre, ta i hand när Ni träffar människor, stäng av mobiltelefonen när Ni inte pratar i den och gör rätt för Er. Sluta upp med de här Internetfasonerna för Ert eget bästa. Nu hoppas jag alla på det här lägret Ni är på får läsa det här och tänka över era handlingar. Kanske kan jag göra skillnad och få Er på bättre tankar. Herren förlåter, så ock jag! Om Ni har någon fråga så är Ni hjärtligt välkomna att författa ett brev till undertecknad, jag har givit Mattias adressen.

Oroliga hälsningar från,
Sivert Öberg

Markus Pettersson är född i Luleå, men sedan några år bosatt i och fast för Göteborg och västkusten. Han arbetar som affärscoach på Drivhuset, samt med digital PR och medieproduktion i sitt eget företag vampyr. Den sociala webben ser han som en katalysator för den fysiska världens möjligheter.

Blogg: vampyr.se | Twitter: [@vampyrse](https://twitter.com/vampyrse)

Så många verktyg. Så få användare.

Per Pettersson

@per_p

När jag tog mitt senaste jobb på ett teknikföretag som distribuerar kommunikationslösningar till industrin började jag att titta på hur företaget tidigare skötts och marknadsförts. Vilka kanaler som använts och verktyg som implementerats.

Chockad.

Min nya arbetsplats hade en dåligt uppdaterad hemsida, en webbshop som sett sina bättre dagar under 90-talet och ett internt pressrum. Ett internt pressrum! Ingen spridning förutom PDF:er via e-post till branschtidningar.

Det var bara att kavla upp ärmarna och hugga i. Slå till på ett ordentligt pressrum med riktig spridning och statistik. Öppna upp en blogg för företaget. Skapa kampanjsidor. Börja surra ut varumärket på Twitter och LinkedIn.

Här mötte jag till en början ett visst motstånd.

– Social media. Vad då ”social media”? var chefens ord och solklara ansiktsuttryck.

Här skulle det köpas annonser. Jag skulle sitta med näsan i Photoshop och InDesign för att skapa traditionella annonser och prata med mediasäljare.

Men efter många, långa och väldigt, väldigt pedagogiska förklaringar om hur man kan använda en blogg och ett twitterflöde för att sprida företagets budskap och knyta djupare och nya band med kunder fick jag uppbackning. Att vi som företag skulle öppna upp dörrarna in till verksamheten och personalen var till en början inte

en självklarhet.

Den bransch jag fick sätta tänderna i under början av 2009 var inte riktigt redo för den här typen av kommunikation eller öppenhet. Men i stadig takt blev fler varse om möjligheterna och anslöt sig för att vara en del av dialogen.

Ett roligt exempel från Scanautomatic-mässan 09 där jag stod i vår monter och mobiltelefonen börjar att surra i fickan. Det första jag hör när jag svarar är: Jag läste på Twitter att du står på mässan, så jag ska fatta mig kort.

Jag nämnde detta samtal för kollegorna de kommande sex till åtta veckorna med lite stolthet i rösten.

Som ett sista exempel, innan jag försöker presentera min slutpoäng och fundering, ägde rum i december 2009. Det börjar anlända julkort från partners och leverantörer. När de väl hamnar på konferensbordet så åker kameran fram för att göda bloggen och tacka våra vänliga företagsvänner. Det trillar in några spontana ”kul att ni fått kortet”-mail men när en av våra abonnemangslleverantörer tar svängen förbi och lämnar över en burk med pepparkakor går det vidare till nästa nivå.

Detta uppmärksammas först hos leverantören där det skapar ett litet internt buzz. Sedan sprider det sig till fler av våra leverantörer som inte vill vara sämre.

Partners till företaget kommer ut med pepparkaksburkar, julkort, små paket och loggade give-aways. Men priset tas av en härlig leverantör som budar över 100 praliner och en önskan om en God Jul.

Det jag försöker bevisa med min egen erfarenhet är att ingen bransch, inget företag, inget varumärke mår dåligt av att finnas med i bruset på Internet. Att öppna upp dörrarna kommer att ge andra en positiv bild av företaget, förutsatt att du inte skövlar regnskog, jagar val eller arbetar med något annat lika elakt.

Men det vi behöver göra, vi som är besatta av social media och nya kommunikationsmöjligheter, är att skriva på enkel svenska vad social media är. Vägledning till svenska företag.

Visst är Internet packat med kom-igång-texter, men oftast på engelska. Oftast kräver de kunskaper. Men många svenska företag finns

inte på Twitter. Har inte en Facebooksida. Skriver inte i en blogg om vad som hänt eller kommer hända.

Det måste bli ändring. Och det är vi som utnyttjar kanalerna i dag som måste ta tjuren vid hornen, sätta oss med skärm och tangentbord och se till att svensken förstår vilka underbara och enkla verktyg som finns tillgängliga.

Texten finns publicerad på:

<http://socialmedianerd.se/2010/07/sa-manga-verktyg-sa-fa-anvandare/>

http://korta.nu/sswc10_112

Per Pettersson arbetar som marknadsansvarig och har ett stort intresse för sociala medier. Ser gärna att verktyg och tjänster lyfts fram på ett enkelt och pedagogiskt sätt för att få svenskt näringsliv att förstå och utnyttja Internets fulla potential. Mer om Per finns på <http://socialmedianerd.se>

Twitter: @per_p | Telefon: 076 024 90 12 | Skype: pcpettersson | per.isalso.at

Diversify or die ♥

Roman Pixell

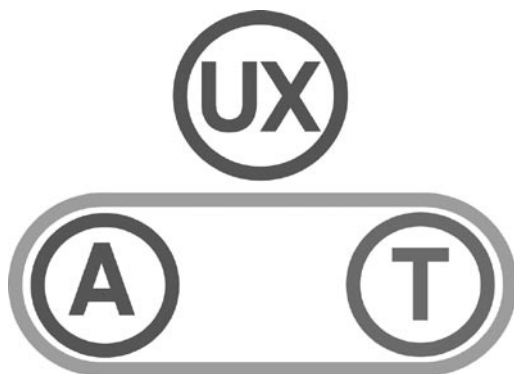
@d0pp13r

Innovation och diversifiering har fått en ny spelplan. Under över-skådlig tid kommer upplevelser vara den drivande faktorn inom all innovation, till skillnad från teknik och affär, menar Roman Pixell, entreprenör, innovationsjournalist och strateg på UX-byrå Antrop.

Strategikonsulter har traditionellt ägnat sin vakna tid åt att bevaka och utforska två områden. Striden har stått inom affär och teknik, två domäner som definierats som strategiskt viktiga för all verksamhet i näringslivet. Men tiden står inte still. På femton år har världen hunnit bli mycket mer uppkopplad, trådlös och transparent än de flesta kunnat föreställa sig. Innovation och konceptutveckling har fått ett nytt ansikte.

Allt oftare är spelreglerna, själva förutsättningarna för affär och teknik redan på förhand givna. Ju mer mogen en bransch är, desto mindre blir möjligheterna till diversifiering inom affärsprocesser, finansiella modeller, teknologier och funktioner. Sofistikerade processer och koncept kan franchisas, patent kan köpas, mjukvaror licensieras eller rent av hyras som molntjänster. Du behöver idag varken uppfinna, tillverka eller förvalta för att vara marknadsledare. Alla aktörer har snarlika och samtidiga möjligheter att begagna sig av den senaste tekniken och implementera de bästa affärsprocesserna. Bilbranschen och teleoperatörsbranschen är typiska exempel – oberoende av vilken leverantör man väljer som kund, blir produkten och priset ungefär desamma i en given kategori. Som en följd har användarna börjat förutsätta att det mesta redan är på plats – allt fler funktioner ses som så kallade hygienfaktorer.

För mindre företag i tillväxtbranscher är det vanligtvis lättare finna både nya affärer och teknik, men utvecklingen går rasande fort även här. Branschmognad och konsolidering uppnås idag i ett tempo som gör det svårt att greppa diversifieringsfrågan både för branschanalytiker och de som är direkt involverade i verksamheten. Allt eftersom utvecklingscyklerna blir kortare, är det tvunget även för start-ups i tillväxtbranscher att se på alternativa strategiska faktorer för att skaffa sig bestående konkurrensfördelar.



Affärsstrategier och tekniska strategier är begränsade när det gäller framtagande av unika säljfördelar. Då förutsättningarna och ramarna ofta är redan givna för aktörerna inom affär och teknik, är det svårt att utforma ett erbjudande på ett unikt sätt. Strategiarbete inom området användarupplevelser går utanför dessa ramar och ger en helt andra typer av möjligheter till diversifiering.

När teknik och affär tappar i betydelse som särskiljande faktorer i näringslivet, skiftar fokus långsamt till det som brukar sammanfattas i begreppet User Experience (UX). Att arbeta med diversifiering på en strategisk nivå kommer under överskådlig tid framöver att betyda att utformningen av användarens upplevelser tillmäts en allt större betydelse. Och när det händer, ser man ser de egna produkt- och tjänsterbjudanderna i ett helt annat ljus. Är produkten kul att an-

vända? Spelar den med användarens övriga omvärld och situation? Vilka värden skapar erbjudandet hos kunden? Hur formas engagemangsnivån som resulterar från användandet? Vill man ta frågan till en riktigt strategisk nivå är det kanske också på sin plats att se bortanför svaren på frågorna VAD som ska göras och HUR det ska göras. Den viktigaste strategiska frågan inom UX (precis som allting annat) är egentligen VARFÖR, den fråga som tydligast mappar mot användarens drivkrafter och verkliga behovsbild.

De företag som brukligtvis brukar betecknas som innovativa, har redan sett fördelarna med en UX-strategi och byggt in det i sitt ”DNA”. Inom produktinnovation är Apple det kanske mest använda exemplet. Det intressanta är att både tekniken och affären i mångt och mycket är givna också i Apples värld. Tidigt gav man upp megahertz-racet och såg istället till företagets verkliga möjligheter att särskilja sig. När iPhone lanserades avfärdade stora delar av telekombranschen den nya plattformen som ”fjolårsteknologi i en fräck förpackning”. Och ja, till största del var detta sant och är sant än idag. Det finns betydligt mer avancerade telefoner, men det är ändå inte funktionerna som gör att Apples erbjudande sticker ut från mängden. Upplevelsen sitter någon helt annanstans, det räcker med att plocka upp en iPhone för att förstå att den är unik.

På servicesidan hittas de mest intressanta exemplen på innovation inom de vertikala marknaderna. RED är en specialiserad tillverkare inom videoutrustning (<http://www.red.com/>). Visst är de modulära kamerorna mycket speciella, men det är knappast den enda förklaringen bakom den fenomenala framgången. Det är det personliga bemötandet och viljan att lösa kundens problem som särskiljer RED:s erbjudande från mängden. Fråga vilket videoproffs som helst och du kommer få samma svar: RED är unika. Anledningen är att man ser varje kund och specifikt behov som unikt.

Varumärkets ökande betydelse i och med Internets genomslag, och sedermera även relationsmarknadsföringens segergång är naturliga steg i denna riktning. Insikten av att digitala tjänster inte bara används och konsumeras, utan även upplevs sätter också nya krav för oss som arbetar med interaktionsdesign. Idag känns vårt arbete

bitvis begränsat till det som på engelska kallas “evangelism”, men det kommer att ändras snart. Den viktigaste uppgiften vi har är att förklara kopplingen mellan upplevelser, affär och teknik, att ge svar på hur upplevelserna både påverkar och påverkas. Vår utmaning är att klarera upplevelserna och göra dem mer tangibla – att översätta och mappa dem till mätbara produktivetsfaktorer, så kallade ”Key Performance Indicators”. Det är först då som vi kan få beslutsfattare att förstå hur de kan diversifiera sina erbjudanden på ett sätt som faktiskt gagnar användaren. Det är först då som vi kommer att närma oss en värld där det är kul att vara konsument.

/®

Roman Pixell har jobbat med strategi, affärs- och konceptutveckling inom mobila tjänster sedan 1997. Han har en entreprenöriell bakgrund inom sociala medier, har varit konsult för bland annat Telia och Telenor, skriver för tidningen Mobil och är Innovation Journalism Fellow vid Stanforduniversitetet i Kalifornien. Roman arbetar idag som UX-strateg på Antrop AB i Stockholm.

Twitter: dOpp13r | Mail: roman.pixell@antrop.se |
Mobil: 0709-103551

Livslångt lärande i sociala medier

Terese Raymond

@Terejs

Allt beror på en turlig kombination av en distanskurs i webbdesign, en Facebookfrustration och en bebis som sov om nätterna. Plötsligt satt jag och fippade med ett twitterkonto. Första timmen var förvirrad. Jag kände mig som en stalker och kunde inte fatta varför @britstakston (den enda aktiva twittraren i min feed första kvällen) skrev inlägg till mig men verkade prata med andra. Nu, drygt ett halvår senare, knåpar jag på en text till SSWC-boken på initiativ av @piratforlaget, ytbehandlar friggeboden med Järnvitriol efter tips från @kwitter_spunk och installerar BuddyPress på Kompetensdagboken.se efter en WP-utbildning med @WPgirls. Och det är inte det enda. Det mesta av mitt lärande under 2010 har faktiskt någon slags koppling till Twitter.

Jag heter Terese Raymond. Min formella titel är pedagog men jag har ägnat de senaste fem åren åt informellt och icke-formellt lärande. Allt började 2005 när Centrum för Internationellt Ungdomsutbyte (CIU) ville ta fram en metod för att medvetandegöra kompetensutveckling inom volontärbete. Åt CIU utformade jag metoden ELD (experience, learning, description)¹. Sedan dess är jag besatt av att omvandla erfarenheter till kompetens. Sommaren 2009 blev jag föräldraledig och drabbades av den klyschiga karriärnojan (se distanskurs² ovan). Det är ungefär nu sociala medier kommer in i bilden.

I vanliga fall är min största utmaning att få deltagare att dokumentera sina erfarenheter. Så är det inte på Twitter. Där finns massor

av skribenter som kontinuerligt dokumenterar sina liv, sina motgångar och segrar. Genom länkar hittar jag olika typer av bloggar med guldstoff inför utvecklings- och lönesamtal eller anställningsintervjuer och säljmöten. Kanske är kopplingen till kompetens inte alltid uppenbar. Men den finns där. Nya applikationer, nya versioner, tips och artiklar innebär dessutom konstant kompetensutveckling. Kanske är viljan till dialog, intresse för ny teknik och öppenhet för olika tankesätt självklarheter för en twittrare. Men i själva verket är det unika kompetenser. Sociala medier är samtidigt en grym lärandemiljö. Här finns kunskapen, inspirationen och dialogen.

Eftersom alltför många inte har för vana att älja sina *positiva* egenskaper passar jag på att avsluta med en enkel övning för styrke- och resursinventering:

Utgå från de senaste två veckorna. Dra dig till minnes en situation som fick dig att må bra. Något du gjorde som kändes kul och inspirerande. Det kan vara en uppgift du gör ofta eller en enskild insats. Huvudsaken är att du efteråt hade en positiv känsla. Tänk i 30 sekunder. Har du din situation? Bra. Du ska nu hitta ord som beskriver ditt agerande i situationen. Det finns hur många som helst (nyfiken, uthållig, påhittig, tydlig etc.) men begränsa dig till tre stycken. Har du svårt att komma på ord så föreställ dig hur någon annan hade beskrivit dig.

Så där. Nu antar jag att du försvinner vidare till ett oändligt antal andra texter och inlägg. Men kom ihåg att stanna upp emellanåt och formulera din kompetens – den är unik och ovärderlig.

Fotnot:

1. <http://eldkompetens.se/>
2. <http://lnu.se/utbildning/kurser/IMP162> (http://korta.nu/sswc10_113)

Texten finns publicerad på:

<http://terese.posterous.com/livslangt-larande-och-sociala-medier>

http://korta.nu/sswc10_114

Terese Raymond: På Centrum för Internationellt Ungdomsutbyte (CIU)

driver jag metoden ELD och utvecklingen av MyTellus.com. Via mitt företag, Aprendi, föreläser jag om kompetensutveckling och livslångt lärande. Under sommaren 2010 började jag mickla med mitt drömprojekt: Kompetensdagboken.se – en plats där erfarenheter omvandlas till kompetens.

Sajt: aprendi.se | Blogg: terese.posterous.com |
Mejl: terese.raymond@gmail.com | Twitter: @Terejs

How the social web is changing Human Resources

Michelle Rea

@michellerea

The human resource department is responsible for:

1. Recruitment, selection and onboarding
2. Employer branding
3. Organizational design and development
4. Change management
5. Performance and behavior management
6. Employee relations
7. Workforce management
8. Compensation, rewards and benefits management
9. Training and development

To summarize, human resources' role is to manage external and internal talent. This is one of the few departments that has traditionally been ignored and undervalued by most company leaders. But I see this quickly changing! Why?

The social web.

Social media is quickly showing company leaders that it is the *people*, both inside and out, that make companies profitable. You can have the most amazing product but you need the best people to produce, promote, sell and deliver your amazing product. And it is the responsibility of human resources to make sure that the best people are recruited, trained, managed, developed and retained in an outstanding way.

3 main areas I see social media impacting human resources:

1. Recruiting

2. Employer branding
3. Employee relations

Recruiting

Sites like LinkedIn, Facebook and Twitter are changing the way companies recruit. These sites are allowing recruitment organizations to learn about candidates before they hire them. These sites are providing a new forum to communicate with and engage with future talent on a one-on-one basis before they even come to an interview. These sites are providing recruiting with talent communities that companies can refer to for sourcing and hiring the right candidates. These sites are reducing the recruitment advertising needs which is a large cost for many companies.

Employer branding

The social web has provided an arena for people to freely provide their opinions. Whether it is a story about never receiving a phone call back from a recruiter, an incompetent manager or the story behind why someone got fired. Social media is forcing human resources to think and work in new ways, especially with their employer brand. We can no longer write an employer value proposition, we already have one. So companies now have to first listen, connect and engage in conversations to understand and impact their employer brand. Take a look at the blog “Don’t work for Meltwater News!” <http://antimeltwater.blogspot.com> and imagine how this has impacted their employer brand.

Employee relations

Employees are not only representing your brand 9 hours a day, they represent your brand before and after work, 24 hours a day on sites like Facebook and Twitter! This means that we have to listen, ask and answer our employees in new ways. We have to listen to them at work and throughout the social web. We have to ask them at work and throughout the social web. We have to answer them at work and throughout the social web.

The last few years have not been all that exciting for human resources but as Bob Dylan says “The Times They Are A-Changin!”
Company leaders, can you risk not prioritizing HR?

Texten finns publicerad på:

<http://www.socialhonesty.com/how-social-web-changing-human-resources>

http://korta.nu/sswc10_115

Over 15 years experience in helping companies with employer branding, recruiting and HR technologies. Recently started Social Honesty (or SocialHonesty.com or Social Honesty AB) to help customers leverage social media and the mobile to connect, engage and retain top talent globally.

Twitter: @socialhonesty and @michellerea | Mail:

michelle@socialhonesty.com | Phone: +46 (0) 70-779 85 23 |

<http://flavors.me/michellerea>



Tove la upp en bild på sig i gruppen "Dance, Dance, Dance" på Flickr och tre dagar senare hade hon 800 views.

Hon lovade att aldrig dansa mer.

Entreprenörskap är att våga. Och att vinna.

Maria Richardsson

@mrichardsson

Min första Geek Girl-konferens hade temat ”Abstract on winning”. Heidi Harman, en av initiativtagarna till Geek Girl, inledde med ett tal som gav mig rysningar. Hon pratade om vad som är att vinna. Att ta sig nånstans man inte varit förut. Att sluta förminska sig själv. Att våga vara så stor som man verkligen är. Kärleksfull respektlöshet.

Talet gav mig rysningar. För visst är det sant. När man vågar utmana sig själv och omgivningen, då är man en vinnare. Och för mig är det **entreprenörskap**.

Det talas mycket om entreprenörer och entreprenörskap idag. Ofta sätts likhetstecken mellan entreprenör och företagare, trots att det inte alls behöver vara samma sak. Du kan vara företagare utan att vara entreprenör och du kan absolut vara entreprenör utan att vara företagare. För mig handlar entreprenörskap mer om en inställning, att våga tänka nytt och att få saker att hända.

Ofta sammanfaller de båda, så även för mig. Jag är både entreprenör och företagare. Jag har varit företagare sedan 2003, men när jag ser tillbaka har jag nog alltid varit entreprenör. Inte den där säljande sorten (ni vet: ”jag började redan i skolan med att sälja tidningar/datasupport/studentmössor och sedan dess har jag sålt saker”), utan en sån där som ser något hon vill göra och gör det. Inte alltid med syftet att tjäna pengar, utan för att lösa ett problem eller en utmaning.

Hösten 2007 fick jag via en blogg kontakt med Anna. Anna är en

illustratör och fotograf som, precis som jag, var ute efter en plats att sälja sina saker på. Jag tog en chans, skickade ett mejl och det visade sig att vi båda brukade vara på Södermalm i Stockholm på dagarna. Dagen efter mitt första mejl åt vi lunch och konstaterade att vi var ute efter precis samma sak. Det blev SIGNERAT.se. Vi lanserade vår designmarknad ett intensivt halvår senare och idag har vi drygt 180 aktiva formgivare som tillsammans har över 3500 produkter till försäljning, allt från smycken och barnkläder till tavlor och tapeter. Vi har placerat oss på plats 70 på Internetworlds Topp 100-lista och utsetts till Årets uppstickare av Beautiful Business Award. Vi har samarbeten med Bonnier Tidskrifter, Ung Företagsamhet, Designgalleriet och många fler.

Det har varit, och är, en fantastisk resa! Som alltid med både med- och motgångar. Men bäst av allt är nog alla lärdomar, som när jag försöker sammanfatta det handlar om att våga. Att våga berätta, att våga fråga, att våga testa och att våga ändra. För när vi har vågat – då har vi också vunnit.

Våga berätta!

Börja berätta för andra vad du har för idéer. Du kommer att bli överraskad över hur många som vill hjälpa till, eller som känner någon som kan hjälpa dig vidare. Du får också värdefull feedback på din idé, så att du kan vidareutveckla den och göra den ännu bättre. Var inte rädd för att någon ska sno din idé. Det är ju bara du som har just dina erfarenheter och din kunskap. Kanske är du bäst på att förverkliga din idé. Eller så hittar du någon som kan hjälpa dig att göra det bättre.

Våga fråga!

Fler än du tror vill hjälpa till. Så våga fråga. Inte bara de du redan känner. Finns det någon person du ser upp till eller som är betydelsefull inom din bransch? Fråga! Det värsta som kan hända är att du får ett nej till svar. Och oftare än du tror kommer du få ett ja.

Våga testa!

Din idé behöver inte vara perfekt för att sjösättas. Testa en enkel variant för att se att idén håller, och vidareutveckla sedan. Om det inte fungerar så har du inte förlorat så mycket. Det är mycket värre att lägga ner massor av tid, pengar och prestige i något som sedan när du sent omsider sjösätter den perfekta sajten visar sig vara helt fel. Dessutom blir saker aldrig som man tänkt sig. Den där fiffiga lösningen som är så himla snyggt kodad – den kanske ingen vill använda, det är ju det där andra som är viktigast för dina kunder. Och fråga dina kunder eller användare vad de vill ha, de kommer hjälpa dig att bli framgångsrik.

Bästa grundregeln: KISS – Keep It Simple Stupid!

Våga ändra!

Inget är perfekt från början. Dra nytta av det du lär dig på vägen och våga ändra. Bygg om sajten, ändra affärsmodellen, hitta nya kunder eller nya användningsområden för din idé. Det är då du utvecklas och din idé blir bättre, mer användarvänlig och – helst av allt – lönsam.

Bästa grundregeln: Kill your darlings. Bara för att det är din favorit betyder det inte att det är det bästa för din idé.

Så, har vi gjort allt rätt med Signerat? Har allt gått som vi tänkt? Absolut inte! Det finns några klassiska misstag som många entreprenörer och företagsbyggare gör, och som vi också har gjort. Du känner igen dem på att de ofta finns med på listan med de bästa råden från en framgångsrik entreprenör när de intervjuas i tidningar: tänk stort från början, skapa en extern styrelse eller ett advisory board med duktiga människor som kan hjälpa dig på vägen, allt tar längre tid än du tror, bygg ett bra team – du känner igen dem, eller hur? Jag har läst dem hur många gånger som helst, men det hjälpte inte. Just de här råden är råd som vi har missat att följa.

Men jag tröstar mig med att alla måste göra sina egna fel och bygga sina egna erfarenheter. Det är först då du verkligen lär dig. Och

att aldrig någonsin gräma sig över ett felaktigt beslut. För alla beslut jag har fattat var det bästa beslutet just då. Idag, med facit i hand och med andra förutsättningar skulle jag kanske ha gjort på något annat sätt. Det betyder inte att det var ett dåligt beslut då, bara att jag har lärt mig något att ta med mig till nästa gång.

Sammanfattningsvis: det är bara att köra! För vad är det värsta som kan hända...?

Maria Richardsson är förutom entreprenör, företagare och grafisk formgivare också stolt Geek Girl och WP Girl. Hon har jobbat med internet i olika roller sedan 1998, bl a på webbyrå, MSN/Microsoft, och som egen konsult sedan 2003. Sedan hösten 2007 driver hon Signerat.se och bloggar på ehandel.com.

Mejl: mariarichardsson@gmail.com | Twitter: [@mrichardsson](https://twitter.com/mrichardsson) | Sajt: signerat.se

Ask Yourself These 10 Questions And Then Go Off Conquer The World

Johan Ronnestam

@ronnestam

Whatever you do and whatever you intend to accomplish in life one thing is for sure. It should be something you're passionate about. Ask yourselves these 10 questions and if your answer is NO to any of them – quit and do something else.

1. Am I doing what I love every day?
2. Am I doing what I love every day?
3. Am I doing what I love every day?
4. Am I doing what I love every day?
5. Am I doing what I love every day?
6. Am I doing what I love every day?
7. Am I doing what I love every day?
8. Am I doing what I love every day?
9. Am I doing what I love every day?
10. Am I doing what I love every day?

You'll see that once you start follow your dreams other people will notice a halo of energy forming around you. It's the 'halo of passion'. The halo of passion leads to success. Nothing is more true than this!

What are you waiting for?

Texten finns publicerad på:

<http://www.ronnestam.com/ask-yourselfes-these-10-questions-and-then-go-off-conquer-the-world/>

http://korta.nu/sswc10_116

Johan Ronnestam bloggar på www.ronnestam.com och twittrar bakom @ronnestam

Ordet känns igen

Pernilla Rydmark

@pernillarydmark

Försöker skriva viktiga saker. I sängen med datorn i knät. Det känns onaturligt och funkar inte alls. Eller är det bara semestern som sitter i hjärnan och fingrarna? Ska ju skriva viktiga saker att dela med mig av och få andras respekt för.

Jag är inte sån som skriver dagbok eller avhandling. Van att tala och få saker sagt. Jag är en faslig tös när jag släpper munnen lös, skaldade min lärare i mellanstadiet. Det skrivna ordet pressas fram. Fingerisättningen på tangentbordet är inlärt.

Det skrivna ordet är överallt. Det skrivna ordet är Internets och hypertextens allt.

Jag tvekar med mina ord. Ordet är på tungan men kommer inte ut till fingrarna. Det skrivna ordet har blivit ett motstånd. Kommer att tänka på den danske fysikern och Nobelpristagaren Niels Bohr. Han hade en teori om att den som drar först i en duell förlorar. Ny forskning visar att den som drar sist är 21 millisekunder snabbare än den som drar först. Hjärnan är långsammare på att planera och agera än att automatiskt reagera.

Rösten är min bästa vän. Orden kommer utan att man behöver tänka. Det är enklare att reagera med det talade ordet än att agera med det skrivna. Den muntliga traditionen är här och nu. Hjälp av multimediateknik. Det har aldrig varit lättare att berätta sin historia.

Tanken vandrar. Tanken svindlar. Pratar med min dator. Som till en partner och vän. Ser mitt talade ord bli en nedskrivna text. Hjälp av språkteknik. Inte än. Men då kan jag också få orden att flöda i en aldrig sinad ström.

Ska berätta viktiga saker. Sittande i sängen. Med min mobil. Ska köra taligenkänningsprogram och skalda för Facebook och Twitter. Ska snart.

Länkar:

<http://svt.se/svt/jsp/Crosslink.jsp?d=108068&a=1874174>

(http://korta.nu/sswc10_117)

http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_speech_recognition_software

(http://korta.nu/sswc10_118)

Pernilla Rydmark: Projektledare på .SE för Internetfonden och Webbstjärnan. "I believe in linking and mixing different competences to achieve better technology in a human world."

Sajt: vikdalen.se | Facebook: [facebook.com/rydmark](https://www.facebook.com/rydmark) |

Twitter: [@pernullarydmark](https://twitter.com/pernullarydmark)

Storheten ligger i bakgrunden

Helena Sahlén

@sahlena

Kommunikation är stort. Det är stort att höras, det är stort att bli hörd. Hur ska man annars förklara att varje ny kommunikationsmöjlighet känns så fantastisk och exklusiv varje gång man hittar en ny väg?

När jag var liten var det telefonen som var det stora. Jag slogs med syskonen om att få svara när det ringde hemma. Det gällde att ropa ”Jag svarar!” först. Då vann man den stora äran att lyfta luren, säga ”Helena Sahlén” och få höra moster Berit fråga efter mamma. ”Mamma det är Berit!” fick man ropa, och man kände sig precis hur viktig som helst.

När jag gick på gymnasiet fick vi syskon följa med pappa till jobbet på Telia nån gång ibland. Telia var en liten bit av himmelriket. Där fanns det nämligen stora lektionssalar med datorer som vi fick testa nåt alldeles nytt på. Internet!

Det var Netscape som gällde, och man var noga med att se till att man hade klickat för alternativet att bilder bara skulle laddas ned först efter att man hade avgjort om sidan var intressant. Det tog ju så evinnerligt lång tid annars.

Där satt vi i samma rum och chattade med varandra. Man var tvunget att klicka på ”ladda om” hela tiden, annars såg man inte vad de andra sa i chatten. En gång var det en annan användare med i vår chatt. Han åt wienerbröd och hävdade att det var nyttigt. Jag frågade vilken del av kostcirkeln wienerbrödet representerade – mitten?

Shit! Det känns som väldigt länge sedan. Men samtidigt är det lik-som alldeles nyss. Det var så stort!

Vad är lika stort idag? E-post, trådlös uppkoppling, smarta mobi-

ler, Facebook, Twitter, bloggar... Nä. Inte sjutton minns jag min första statusrad på Facebook lika starkt som den där wienerbrödschatten. Men kanske är det just det som är så stort? Att det har blivit så självklart att vi inte ens minns.

När jag får frågan om jag bloggar svarar jag nästan alltid nej. Med andra ord ljuger jag oftast när jag svarar på den frågan, fast inte medvetet. Det är bara det att jag inte tänker på min blogg som en blogg, trots att den i högsta grad är just en blogg. Men för mig är den ju helt enkelt bara ett sätt att umgås med andra som är som jag: hästtjejerna (och någon enstaka man).

De bor i hela landet, och de flesta har egen häst. Det har inte jag, men jag rider på ridskola och jag skriver om varje veckas lektion och om andra hästaktiviteter i min blogg. Den är desstutom en del av hästcommunityt HippiSon. Där håller jag kontakt med och får veta det senaste om alla mina hästpolare och deras ädla, halta, hopplösa, brunstiga, dräktiga, vinnande, mysiga, nybadade, skotappande, sommarbetande livskamrater.

Det är en blogg för den har allt en blogg ska ha: möjlighet att kommentera, taggar, rss med mera. Men jag tänker inte på den så, lika lite som jag tänker på vad e-post är när jag drar iväg ett mail på jobbet. Det är ett verktyg och ett format som helt enkelt hamnar i bakgrunden för den kommunikation den faktiskt möjliggör. Det är stort, tycker jag!

Helena Sahlén, Sveriges Radio: Radiojournalist som lämnat mikrofonen och blivit webbare istället. I september börjar jag vikariera som projektledare för interaktivitet, sociala medier och poddradio.

Mejl: helena.sahlen@sr.se | Twitter: @sahlena | www.hippiSon.se/riddagbok/Aneleh

26C3 – hackare, forskare och utopier samlades

Linda Sandberg

@Copylinda

Om man var på Sweden Social Web Camp och tyckte att det var fantastiskt, byt ut "social" till "hackers" och "skärgårdsö" till "Blade Runner-miljö", så börjar man närma sig lite utav den känsla jag fick när jag klev in på 26C3 (C3 står för Chaos Communication Congress och 26 för att det är 26:e kongressen) i Berlin.

Överallt är det något som pockar på ens uppmärksamhet. På vägarna sitter det tusentals lappar och meddelanden, det är svårt att urskilja vad som är vad vid första anblicken. Folk som vill träffas, servrar som ska säljas, spontana möten och workshops (antenn-kabel-workshop, anyone?).

I källaren finns saker som låter, surrar, blippar och snurrar

Om man går ner en trappa till "Källaren" och klockan är nio på morgonen så är det ganska tomt på folk, förutom de som ligger och sover i sovsäckar under skrivborden. Det är däremot inte tomt på datorer, sladdar, lödmaskiner, blinkande lampor, små robotar, saker som låter, snurrar, blippar och surrar. På många bord står det namn, hackersklubbar gissar jag. Jag tar en bild, för att senare få veta att det är förbjudet att ta bilder i "Källaren". Det är också förbjudet att hacka andras mobiler och datorer och den regeln bröts väldigt snabbt.

The lost cosmonauts och Optimised to fail

Det är väldigt intressanta ämnen på schemat. Men eftersom min

tyska är sådär och min tid begränsad till en eftermiddag, väljer jag några engelska sessions. Brian Dunning – The lost cosmonauts, critical thinking, Steven J. Murdoch – Optimised to fail, Card readers for online banking, Christiane Ruetten – I, Internet, We are more Borg than we thought och till sist den omtalade Dan Kaminsky – Black Ops of PKI (extremt kaxig liten kille, om jag får säga så).

Jag gillade Brian och Steven mest, Brian för att han är så bra på att granska och gräva fram detaljer, kolla själv in hans sajt skeptoid.com (kanske är det ett sjömonster, eller vad tror du?¹). Steven visade hur enkelt det är att tömma ett bankkonto, vilket är ganska skrämmande. Steven arbetar också med Ross Anderson. De är verkligen grymma.

Säkerhetsfolk, hackers och piratklistermärken

Förutom allt härligt kaos och intressanta ämnen fanns det tid till annat med. Käka middag med lite säkerhetsfolk (kan tyvärr inte berätta vad de sysslar med för det är hemligt), sitta på golv och ta en öl med några hackers och köpa gula piratklistermärken. Om man kan uppleva så här mycket på en dag, undrar jag hur det blir nästa år. Eftersom jag inte kan bygga en robot själv, får jag helt enkelt nöja mig med att hänga med folk som kan. Och tro mig, det är faktiskt inte så illa. Inte illa alls.

Fotnot:

1. <http://skeptoid.com/episodes/4177&reason=0>
(http://korta.nu/sswc10_119)

Texten finns publicerad på:

<http://www.internetdagarna.se/track/sakerhet/26c3-%e2%80%93hackare-forskare-och-utopier-samlades>
http://korta.nu/sswc10_120

Linda "Copylinda" Sandberg: Geek Girl och konsult, kört eget sedan 2009 (jobbat med webb sedan -99). @Copylinda gillar Internet, ordnat kaos, vetenskapsprogram, Star Wars, Sonic Youth, Stereo Total, Bondage Fairies, Devo, Svenska Freds, C3, SSWC, mina mikroseminarier, WP-girls, Sci-Fi, Anime, seriealbum, snacks av alla dess slag, Geek

Girls, mina followers, eldsjälur, utvecklare, aktivister, forskare, robotar, hackers, politiska bloggare, söta vinylfigurer som gör elaka saker och min familj – i den ordningen såklart. :)

COPYLINDA®

Mejl: linda@copylinda.se | Portfolio: www.copylinda.tumblr.com |
Telefon: 070 - 573 97 37 | Twitter: @Copylinda | Skype: Copylinda

Råbiff åt Pappa

Kinga Sandén

@kingasanden

mars 11, 2010 · 4 kommentarer

Maggie: Varför kan du inte komma på råbiffsfestivalen¹?

Jag: Måste hjälpa några att flytta.

M: Kan du inte skicka nån annan?

K: Jag har inga tillräckligt hängivna män just nu.

M: Ska jag fråga pappa?

K: Meh vafan. Jag bjuder din pappa på råbiff en annan dag istället.



Maggies pappa är alltid hjälpsam. När jag fick ett fint pris² i höstas och bjöd in alla på facebook och twitter på champagne insåg jag ungefär samtidigt att mitt tåg skulle landa i Malmö en timme efter att Systemet stängt. Så jag frågade på twitter om nån kunde

handla champagne åt mig. Maggies pappa, som såklart twittrar, anmälde sig direkt.

Sen researchade han fram den bästa champagnesorten som jag kunde ha råd att köpa några lådor av. Sen åkte han och handlade och la den på kylning. Sen researchade han vidare. Då påträffade han en dålig recension av just den champagnen.

Så han packade ur alla flaskorna ur vinkylen, åkte tillbaka till Systemet och bytte dem till en bättre sort. Sen bar han upp alltsammans

och stack hem. Han skulle nämligen köra med ett släp genom halva landet nästa dag och hjälpa någon annan med nånting.

Hela tiden bara garvar han, och är inte alls menlös utan bara helt snäll. När jag skulle rådda champagnen med honom sms:ade Maggie hans nummer till mig. Kontakten hette Pappa, och, ja, eftersom det namnet ändå var ledigt heter han fortfarande så i min mobil.

Och nu ska han alltså få råbiff.

Jag vet att du läser, när passar det?

Kategorier: Uncategorized

Taggad: kärlek

4 svar so far ↓

Pappa // mars 12, 2010 vid 12:30 e m

Det är klart jag kommer, älskar råbiff. Närsom utom måndagar.

Maggie // mars 12, 2010 vid 1:47 e m

Obs skojade bara med flytten.

kinga // mars 12, 2010 vid 5:00 e m

Hurra! Återkommer med konkret inbjudan.

Spontangästblogg igen! « **pre-tequila** // mars 12, 2010 vid 5:08 e m

[...] Om oss ← Råbiff åt Pappa [...]

Fotnoter:

1. <http://matalskaren.taffel.se/2010/03/11/malmo-storsta-rabiff-taffelmiddag-med-pre-tequila-i-malmo-29-mars/>

(http://korta.nu/sswc10_121)

2. <http://www.storajournalistpriset.se/>

Texten finns publicerad på:

<http://matmani.wordpress.com/2010/03/11/rabiff-at-pappa/>

http://korta.nu/sswc10_122

Kinga Sandén är utrikesredaktör på Sydsvenskan i Malmö (sydsvenskan.se). Twitterar på @kingasanden. Matbloggar tillsammans med kollegerna Maggie Strömberg och Linda Stark på matmani.wordpress.com.

Passion föder kreativitet

Lorraine Sauvy

@Lollalo

Kan du inte låta bli att tänka koreografi när du hör den där låten? Ser du framför dig hur du hade ritat just den byggnaden? Eller funderar du över tekniken bakom varje pryl du håller i? Hur stort eller litet ett intresse är, eller när eller var det yttrar sig är inte det väsentliga. Det väsentliga är att intressen finns hos alla människor och att det alltid är värdefullt. För vissa håller sig intresset på en hobbynivå, medan det för andra blir en passion och något som man så klyschigt *brinner* för. Man vill veta allt, prova allt. Inget är rätt eller fel, men det är inte alltid lätt att hitta en egen passion när faktorer som ekonomi, socialt anseende, arbetsmarknad, familj, geografi eller annat spelar in. Och visst kan man ägna sig åt något som låter bra, är tryggt eller genererar mycket pengar, men jag tror att det är först när man ägnar sig åt något som man brinner för som man kan engagera sig helhjärtat. Först då kan man verkligen vara kreativ, göra skillnad och utvecklas.

Jag har själv gått båda vägar. Först den vägen som lät bra, som mina föräldrar uppmuntrade, men som jag inte brann för eftersom den vägen i mina ögon saknade kreativitet och nytänkande. Istället vågade jag byta bana och satsa på mitt verkliga intresse. Jag började plugga igen, engagerade mig i allt som kom i min väg och nätverkade som aldrig förr. Känslan det gav när jag insåg vilken skillnaden det gjorde för min kreativitet, mitt eget engagemang och det jag presterade var otrolig.

Passion, oavsett vad det är, kommer föda kreativitet och det i sig föder framgång på det planet man själv vill ha det. Det gäller att våga tro på det och sen bara köra!

Lorraine Sauvy: Fransk-svensk jurist-webbkommunikatör som varvar jobb och egna projekt med kopiösa mängder skratt och dansdans-dans!

Sajt: lorraine.se | Twitter: [@Lollalo](https://twitter.com/Lollalo) | Blogg: nagotsmart.se

Sociala medier i den offentliga sektorn

Thomas Selig

@selig

”Sociala medier” är kanske 2010-talets mest uttjatade buzz-ord. Vart man än går hör man ”sociala medier”, ”Facebook” och ”Twitter” – och äntligen även i den offentliga sektorn: fler och fler myndigheter, landsting och kommuner upptäcker värdet med direkt kommunikation och ger sig in i leken. Inte sällan dock utan att veta vad de ger sig in på – eller varför.

Jag jobbar dagligen med olika offentliga organisationer och möter många av informatörerna, kommunikatörerna, informationscheferna och vilka andra yrkesbeteckningar som råkar finnas. Genomgående finns det en önskan att vara med på tåget, men lika genomgående finns det oklarheter och frågetecken. Nästan lika ofta går jag från möten, sammanträden och seminarier med nya frågetecken i bakhuvudet själv.

Målet med sociala medier

När jag kommer i kontakt med offentliga organisationer är frågan som står på dagordningen oftast ”Hur gör vi för att komma ut på Facebook/Twitter etc.?” Jag brukar roa mig att studera ansiktsuttrycken hos mina samtalspartners när jag ställer den enklaste motfrågan av alla: ”Varför vill ni det?”

Av någon svårförklarlig anledning är detta en fråga som provocerar, en fråga som inte reflekterats över. Motivet eller målet/målen med Facebook eller andra sociala medier är i bästa fallet diffust.

Flertalet myndigheter och andra offentliga organisationer som

jag träffat är fast beslutna att finnas med på den sociala webben. ”Vi måste ju finnas där.” Problemet är bara att den önskan utgör både utgångspunkt, analys *och* slutsats. Det mest (!) genomtänkta svaret jag hittills stött på är att man ville skapa en egen kanal för att minska beroendet av traditionell media, ett önskemål som berättar mycket om en inte helt ovanlig men mycket begränsande syn på sociala medier som ännu en kanal för traditionella avsändare-mottagare-meddelanden.

I några fall har man anlitat s.k. ”experter” för att för tiotusentals kronor skapa en Facebook-sida eller -grupp där organisationens rss-flöden automatiskt publiceras. En timlön på tiotusentals kronor skulle visserligen inte sitta helt fel, men är bortslösade pengar när man endast får en produkt som rent allmänt är gratis och som i synnerhet inte ens fungerar: Ofta blir slutresultatet att stormen av fans och gruppmedlemmar uteblir.

Det som antagligen är en självklarhet för läsarna av den här texten, att sociala medier handlar om kommunikation och konversation, kommer fortfarande ofta som en överraskning i den offentliga sektorn. Tanken att medborgare faktiskt ska kunna pratas *med* istället för *till* verkar nästan vara revolutionär. Att dessutom medborgare kanske till och med ska ha möjlighet att själv bidra med innehåll och tycka till om det samma är mer än radikala tankar.

All makt utgår från folket

Den där ultraradikala boken som i folkmun kallas för ”Regeringsformen” stipulerar den ytterst radikala tanken att all makt skall utgå från folket. Självfallet dock inte den makten som vi inom informätors- eller kommunikationsyrket förfogar över. Den äger vi. Ni ska vara tacksamma läsare som håller käft.

När vi lanserade projektidén Katrineholm 3.0, en portal med användar- (eller i det här fallet: medborgar-) -genererat innehåll, blev reaktionerna som förväntat: de som var mycket aktiva deltagare av den sociala webben prisade idén, medan mer traditionella tänkare (däribland lokaltidningen) totalsågade den. Sättet att skapa, granska, dela med sig av och förmedla information förändras i kunskapssam-

hället, men långt ifrån alla är mogna för tankarna – en intressant aspekt av den digitala klyftan som säkerligen kommer hålla sociologer sysselsatta under några års tid.

Sakta Snabbt men säkert

Vi som jobbar inom den offentliga sektorn har även en del aspekter att ta hänsyn till som endast delvis berör kommersiella och privata aktörer. Offentlighetsprincipen ställer stora krav på vår verksamhet, skyldigheten att arkivera inkomna handlingar berörs av vår närvaro på sociala medier; serviceskyldigheten, sekretess, skillnad mellan privat och yrkesutövning, tillgänglighet. Alla dessa frågor (och många därtill) är skapta för att säkerställa en väl fungerande förvaltning av våra demokratiska angelägenheter. Samtidigt som deras efterföljande är ytterst viktigt ur ett demokratiskt och juridiskt perspektiv, kan vi inte annat än att konstatera att regleringarna har skrivits i en tid där möjligheterna med sociala medier inte ens fanns i lagstiftarens vildaste fantasier. Reglerna är svårtolkade inom vårt område, det saknas i princip prejudikat för alla juridiskt tveksamma frågor, riktlinjer finns endast på mer eller mindre rudimentär nivå och till och med den juridiska forskningen har inte kommit särskilt långt inom området.

Jag vill inte låta som den tråkiga juristen jag är, och jag har till och med kallats för ”bromskloss”, trots att Katrineholms kommun, den organisation som jag för tillfälle arbetar mest med, av flera tunga och oberoende instanser kallats för ledande och föregångare inom sociala medier. Det sagt, så är det viktigt att se och till fullo utnyttja potentialen av sociala medier. Men det är också viktigt att kunna vara säker på att det man engagerar sig i faktiskt håller sig inom lagens ramar.

Som en del av mitt uppdrag i Katrineholms kommun har jag därför varit med och utformat oss veterligen det första policydokumentet inom hela riket, när det gäller just användningen av sociala medier inom den offentliga förvaltningen. Efter vårt initiativ har SKL släppt egna riktlinjer som förutom i vissa detaljer stämmer överens med Katrineholms slutsatser – och även Datainspektionen har kommit med uttalanden efter att specifikt studerat hur Katri-

neholm som föregångare gör. Jag nöjer mig därför att här hänvisa den intresserade till riktlinjerna som finns för nedladdning på Katrineholms kommuns webbplats. En uppdaterad lista med resurser och policydokument från olika aktörer finns även att tillgå på <http://penseo.se/juridik>

Med andra ord, när det gäller sociala medier och offentlig verksamhet: kör hårt men håll ett minimum av juridiska krav.

Framtiden av sociala medier i den offentliga sektorn

Idag ser vi endast de första försiktiga försöken av den offentliga sektorn att närma sig sociala medier. För oss som både har ett politiskt intresse och en gedigen förankring i konversationsmedia är frågan självfallet intressant; hur kommer kombinationen att se ut i framtiden? Några punkter.

- Mobila enheter.
- Geo-tjänster, fototjänster, augmented reality.
- OpenID, OAuth, BankID, e-legitimation.
- Mer användargenererat innehåll.
- Otydlig skiljelinje mellan politik, förvaltning och geografisk plats eller tema.
- Nydefinition av medborgarinflytande

Mobila enheter

De senaste årens utveckling för mobila enheter har varit fenomenal. Jag minns tiden i mitten på nittioalet när jag höll på med programmering på Palm OS och EPOC, det senare föregångaren till dagens moderna Symbian-smartphones — eller början på 2000-talet när jag var med och skrev delar av koden för iSync, det då banbrytande programmet för att synkronisera mobiltelefoner med Apples sprillansnya n*x-baserade OS X. En av de roliga aspekterna med uppdragen var att jag fick leka med det senaste inom handdatorer och mobiltelefoner. Egentligen är det förvånande att dagens modernaste telefoner inte kan göra så värst mycket mer än dåtidens handdatorer. Den stora skillnaden är dock att dagens smartphones inte längre är förbehållna några få nördar utan har nått den breda massan. Från

iPhones över Android-lurar till de senaste Symbian³-enheterna, idag bär vi mer kraftfulla telefoner med oss än vad vi hade stationära datorer stående på våra kontor för bara fem år sen.

Utvecklingen fortsätter att drivas framåt, inte minst på grund av den ganska nyligen uppblommade differensen mellan Apple (med fokus på mobil konsumtion av innehåll) och Google (med fokus på mobil innehållsproduktion). Den utvecklingen kommer vi säkerligen se mer av under de närmaste åren, och alltfler bedömare utgår ifrån att den traditionella stationära datorns dagar börjar bli räknade.

Den ökande användningen av mobila enheter kan vi idag tydligt se i besöksstatistiken över våra webbplatser. I takt med att nya plattformar tjänster och mashups dyker upp, kan vi dock räkna med att helt nya former av ”sociala medier” uppstår, som skiljer sig från sättet vi kommunicerar på när vi använder traditionella datorer med tangentbord.

OpenID, OAuth, BankID, e-legitimation

Sättet hur olika tjänster hanterar inloggning och identifiering, både på den sociala webben och på det offentliga traditionella webbplatser, skiljer sig massivt. I Sverige har man, som säkerligen bekant, enats om att använda BankID/e-legitimation för flertalet inloggningar till offentliga tjänster. Även om den förhållandevis höga säkerheten av t.ex. e-legitimationen självfallet i grunden är positiv, så är tekniken inte allmän tillgänglig. För mindre än två år sedan krävdes det kvalificerade nördkunskaper för en användare av Linux-system för att ens göra de enklaste myndighetsärendena online – inte för att Linux skulle vara underlägsen, utan för att man helt enkelt inte ansåg det vara lönsamt att skapa den behövliga mjukvaran på andra system än de absolut mest använda.

För att inte ens tala om mobiltelefoner: mig veterligen finns det inte ett enda mobilt operativsystem som kan användas tillsammans med e-legitimation. När man tänker på den ökande användningen av just mobilt webbläsande och på att vissa kommuner kräver inloggning med BankID/e-legitimation t.o.m. för så basala ärenden som att lämna synpunkter på kommunens verksamhet, så lär det inte

dröja länge tills medborgarna blir tillräckligt trötta på hanteringen och kräver en ändring. OpenID och OAuth fungerar alldeles galant på mobila enheter – och det gör även många andra länders varianter av elektroniska legitimationer och signaturer.

Geo-tjänster, fototjänster, augmented reality

En tredje större förändring som jag tror att vi kommer se inom sociala medier och som kommer vara av betydelse åtminstone för kommunerna och vissa myndigheter är framväxten av geo-tjänster och augmented reality på våra mobiler. Dessa, kopplade till bilddelningssajter ger användarna ett nytt lager av information just där de befinner sig. Riksantikvarieämbetets nya Android-applikation ”Kringla” är ett exempel på hur myndigheter kan använda geografisk information för att ge den intresserade tillgång till information som denna kanske annars aldrig hade upptäckt.

Användbarheten för turistnäringen är nog svår att ifrågasätta, men verktygen kan användas i många fler sammanhang. Endast fantasin sätter gränserna.

Mer användargenererat innehåll

Ytterligare en utveckling som vi kan se, även i relation till den offentliga sfären, är ökningen av det användargenererade innehållet. ”Fem myror är fler än fyra elefanter – och x tusen kommuninvånare är fler än fyra-fem informatörer” brukar jag skämta när jag pratar om projektet Katrineholm 3.0, som just bygger på användargenererat innehåll.

Fördelen med användargenererat innehåll blir dock inte endast uppenbar när det gäller att skapa en stor och intressant informationsmängd. Flertalet studier, både internationellt och i Sverige, har visat att ett aktivt deltagande på olika nischnätverk underlättar för många personer med kroniska sjukdomar och funktionshinder. Även om behållningen skiftar mellan olika former av sjukdom och funktionshinder, så har det *genomgående* påvisats vissa vinster. Visserligen är dessa nätverk, idag oftast byggda på klassiska forumsystem, ning- eller liknande nätverk, inte alltid oproblematiske, t.ex. i

och med att personliga tyckanden och professionella utlåtanden inte alltid går att skilja emellan. När man hittar lösningar på detta problem (och några andra) samt integrerar nätverken i de sociala medier som berörda personer använder till vardags (om något är säkerligen dessutom huvudsakligen på mobiltelefonerna), bör den redan idag uppmätta nyttan för berörda kunna mångdubblas.

I denna och många andra situationer bedömer jag att det offentliga alltmer kommer (behöva?) ägna sig åt att skapa fungerande infrastrukturer för kommunikationen, människor emellan, istället för att själv vara en primär innehållsproducent.

Otydlig skiljelinje mellan privat, politik, förvaltning och geografisk plats eller tema

En förändrad realitet som vi, som arbetar med kommunikation inom den offentliga sektorn, kommer se alltmer av, är uppluckringen av tidigare (åtminstone för oss ”insatta”) självklara skiljelinjer. När t.ex. en kommunchef tidigare uttalade sig i skrift, så var det antingen i officiella skrivelser eller möjligen i debattartiklar. En sak var dock säker: om det var kommunchefen, som uttalade sig, så var det just kommunchefen. Dessutom var det just ett uttalande, i den där formellt-juridiska bemärkelsen. Kungen har talat.

Så behöver det inte längre vara. Kommunchefen börjar för första gången i demokratins historia (nästan) tillerkännas (nästan) mänskliga kvalitéer, med rätten att tycka, känna och ha privata åsikter (nåväl. Nästan.) Självfallet är den förändringen dock en utmaning för vårt demokratiska system: jag som medborgare måste kunna veta vad som är ”sagt” och vad som är ”tyckt”.

Otydligheten möts av ännu en otydlighet, den här gången från medborgarnas håll: för oss som dagligen arbetar med det offentliga är det inget märkvärdigt att det finns tydliga distinktioner mellan politik och förvaltning. Den skillnaden tycks dock pratas förhållandevis litet om i våra skolor. På Facebook-sidor, tillhörande en kommun (dvs förvaltningen), kommer man utan större ansträngning kunna hitta frågor som rör allt mellan himmel och jord som medborgare på något sätt förknippar med en kommun: från politiska diskussioner

över frågor om arbetslivet, till klassiska förvaltningsfrågor tillbaka till evenemangstips och synpunkter på sstormarknadens öppettider.

Det är tydligt att medborgare ser en kommun som ett slags informationsnav inom ett geografiskt område.

Frågan är, om även kommunerna ser sig själva i den rollen – eller med hänsyn till serviceskyldigheten kanske till och med måste ta den rollen?

Nydefinition av medborgarinflytande

Den sista aspekten som jag tänkte beröra i den här artikeln är de demokratiska aspekterna av ett ökat medborgarinflytande som vi kan se genom en allt växande användning av sociala medier.

Aspekter som en ökad transparens (om än endast en partiell sådan) har berörts av många och även möjligheten att ”tycka till”. Alla kommuner och myndigheter som jag jobbat med har kunnat konstatera en massiv ökning av antalet relevanta synpunkter som inkom, så snart man etablerade sig på olika sociala medier, jämfört med tidigare möjligheter att komma i kontakt med organisationen, den ”traditionella” webbplatsen inräknad.

Jag utgår ifrån att man inom kort kommer börja använda denna ökade interaktion i projekt som liknar medborgarpaneler – men på den sociala webben och därigenom med en mycket större genomslagskraft och en större demografisk spridning – låt vara att man troligen kommer behöva hitta modeller för att kompensera för teknografiska snedfördelningar, dvs för nya aspekter av den gamla goda digitala klyftan.

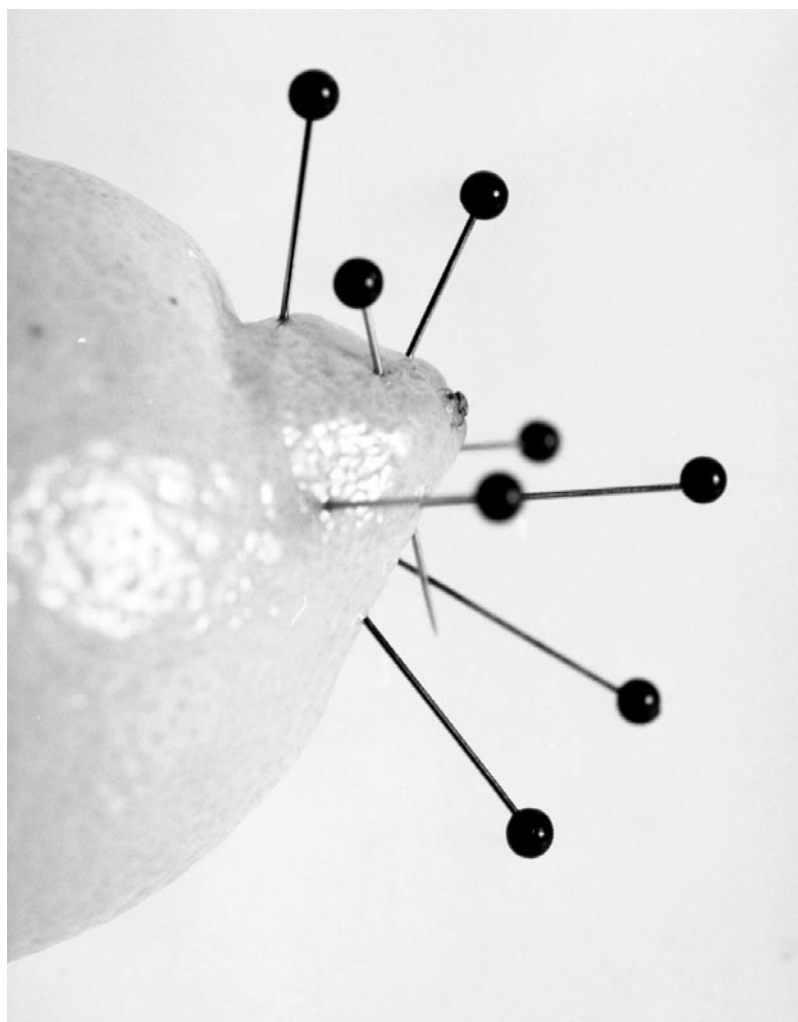
Den digitala sociala revolutionen har börjat...

Vi lever i en tid där en enskild bloggare kan ha större inflytande än en ledarskribent, där lilla jag på Twitter i det närmaste respektlöst kan slänga käft med en riksdagspolitiker för att hon där har precis lika mycket auktoritet som jag har och där webbsändningar från kommunfullmäktige har långt fler besökare än ”the real thing”.

I en tid där var och en kan ges rejäla möjligheter att vara med, tycka till, påverka och skapa.

I en tid, där all makt verkligen skulle kunna utgå från folket.
Är vi redo att kavla upp ärmarna och sätta igång?

Thomas Selig arbetar med många olika aspekter av sociala medier och kommunikation med fokus på den ideella och offentliga sektorn. Du kan nå Thomas via hans privata blogg på blog.seligs.info, via företaget penseo.se, via mail till thomas@penseo.se eller på Twitter [@selig](https://twitter.com/selig).



Gunnar har gått med i gruppen "Vi som gillar SM".

Medieaktivism/Medieaktivitet pågår #SSWC

Pernilla Severson

@pernillaseverso

Genom Sweden Social Web Camp (SSWC), en unconference om den sociala webben, verkar Sverige ha fått det som Maria Jacobson tar upp i en artikel¹ från 2008: medieaktivism som en social rörelse.

Det som syns i dokumentationen från SSWC, är att det är en kollektiv kraftsamling för att skapa och dela kunskap om digitala medier på olika sätt. Frågorna gäller yttrande- och tryckfrihet, demokrati, rättigheter, kultur- och konsumtionsklimat, medial rättvisa osv. SSWC utmärks av stark vi-känsla, ett engagemang i en konflikt och en önskan att utmana systemet. SSWC framstår som en process där människor utan formell makt går samman och försöker påverka makthavare för att genomdriva förändringar eller skapa uppmärksamhet kring frågor och konflikter som har med digitala medier att göra.

Det pekar på att SSWC är en social rörelse, en kunskapsrörelse för att förändra värderingar.

Låt mig ge ett konkret exempel. Många deltagare från SSWC 2009 pekar på betydelsen av Anders Mildners tal. I talet pratar Mildner om att etablerad makt alltid kommer att erbjuda motstånd, att det är en kamp som pågår och ”vi får skärpa oss om vi ska ha en chans att vinna den”. Kampen gäller lagar, där det är ett krig mot Internet i betydelsen ”krig mot människor”, och ”det känner vi, och det är därför vi är så engagerade i den här frågan”. Mildner uppmanar kollektivet att skapa något helt nytt och och vi kan göra det tillsammans – skapa något av värde.

Om det är så att SSWC:s ambitioner är att vara medieaktivism som social rörelse, kan det vara värt att uppmärksamma två saker:

En sak är det som Maria Jacobson tar upp i sin artikel att *”en konflikt, eller ett missnöje, inte alltid räcker för att mobilisera och efterhand har andra faktorer identifierats som viktiga för att en rörelse ska bildas. Politiska möjlighetsstrukturer, organisering, alliansstrukturer och ’framing’-processer är exempel. Framing innebär att det kollektiva agerandet föregås av en slags gemensam tolkning av vad man vill förändra”*.

En annan sak är de lärdomar som dragits från feministisk aktivism². Lärdomarna handlar om att för att åstadkomma förändringar krävs insikt om att det inte finns någon strukturlös grupp, lika lite som det finns en objektiv nyhetshistoria, värdefri vetenskap eller fri ekonomi. Det gäller att om alla ska ha en möjlighet att delta måste strukturen vara explicit, inte implicit. Reglerna för beslutsskapande måste vara öppna och tillgängliga för alla. Det innebär också att organisera sig på ett demokratiskt sätt.

Eller så är SSWC ett ställe för att träffa trevliga människor och prata. För medie-aktiva.

Fotnoter:

1. <http://www.arbetaren.se/articles/radar20081021-2>

(http://korta.nu/sswc10_123)

2. <http://www.jofreeman.com/joreen/tyranny.htm>

(http://korta.nu/sswc10_124)

Texten finns publicerad på:

<http://pernillaseverson.wordpress.com/2010/07/13/medieaktivismmedieaktivitet-pagar-sswc/>

http://korta.nu/sswc10_125

Pernilla Severson: Jag är forskare och lärare på Malmö högskola. Specialkompetens är medieutveckling. Särskilda intressen är medier och deltagande, visualiseringar av kunskap (kartor), diskussioner om kunskap/sanning och mötet mellan näringsliv och akademi.

Blogg: pernillaseverson.wordpress.com | Twitter: @pernillaseverso

Sweden Social Web Camp 2009 – den första generationen

Jerry Silfwer
@DoktorSpinn

Plötsligt befann jag mig på en liten ö i Blekinge tillsammans med nära 300 andra mer eller mindre galna webbentusiaster. Vi var där för att tälta, snacka social webb och framför allt för att lyssna på varandra.

Under min vistelse på den idylliska lilla skärgårdsön stannade jag ofta upp för att fundera över hur omvärlden egentligen ser på det här med att 286 fantastiska och webbälskande geeks träffas under enkla men ordnade former i en kontext väldigt långt från de digitala nätverk som vi annars träffas genom.

Tycker omvärlden att vi är *fantastiska*? Vi geeks?

Man kan ju ställa sig frågan hur mycket geeks vi var där på Tjärö, egentligen. Vi åt och vi drack, vi diskuterade både innerligt, djupsinnigt och lite så där mest i förbifarten. Vi dansade natten lång, vi blev fulla. En del satt i ring och rökte vattenpipa, andra badade bastu. Vi lekte, byggde, experimenterade. Skratten ekade över klipporna och alla var glada och vänliga precis hela tiden.

På flera sätt inte alls särskilt *geekigt*, egentligen.

Klart att många var entusiastiska kring sina egna specialområden, men de allra flesta verkade mest intresserade av att lyssna till andras kunskaper och specialiteter. Kännetecknande för en geek är ju annars att man går djupt in ett nischat specialistområde på bekostnad av annat, som exempelvis sociala färdigheter. Men så kändes det inte på Tjärö.

För världen utanför vår lilla bubbla bottnade nog allmänintresset i det lustiga i att fyrkantsögda datanördar för en helg möter varandra öga-mot-öga i en kontrasterande värld, en grönskande värld genomskuren endast av ljudet från havsfåglar, skärgårdsbåtar och traktorer.

”Här finns får!” konstaterade någon glatt på Twitter.

Men min bild är en annan. Det som håller oss samman är inte själva teknik-kunskandet, det är inte ens vår kollektiva kärlek till nätet, en kärlek som i sig är i allra högsta grad påtaglig. Nej, det som sammanbinder oss är våra *sociala färdigheter* på en webb som blir allt mer dynamisk.

Det är mötet med spännande människor och spännande idéer som triggjar oss, som är vår minsta gemensamma nämnare. Vi är något så motsägelsefullt som *sociala geeks*! Vi har gjort mötet och delandet av sociala objekt till vår religion. Nätet i sig är en fantastisk möjliggörare för det, men fortfarande just bara det – en *möjliggörare*.

Det är därför som vi kollektivt kände att den redan legendariska tweeten ”Ingen saknar internet. Internet är här” blev så talande för hur vi kände. Det som för omvärlden på sin höjd var en geeky one-liner med attityd, var för oss en förklaring till varför vi just då inte behövde gå via internet för att tillfredsställa vårt omätliga – ja, geekiga! – behov av spännande människor och idéer.

Kanske är det därför som ”The Grid”, översikten av frivilliga sessions snabbt fylldes upp på frivilliga mandat, något som skapade en hel dag fylld med *koncentrerad social interaktion*, alltså det som vi sociala geeks betraktar som vårt adelsmärke – oavsett om utbytet sker på eller utanför webben.

Jag har ju intresserat mig för dessa webbsociala varelser länge. På ett rent privat plan eftersom det är livskvalitet att i samtal utvecklas med inspirerande och kloka människor, men även för att jag i mitt yrke som PR-konsult behöver kunna förklara varför vissa människor fungerar bättre än andra på den sociala webben. Jag kallar dem *social media naturals* – för det är precis vad de är!

Vilka mötte jag då på Tjärö?

Sökmotorexperten Simon Sundén var supersocial och vi förund-

rades över hur det kunde komma sig att vi inte setts i Stockholm tidigare. Min vapendragare var Klaus-Peter Beiersdorf, en dramaskapare och på många sätt min raka motpol. PR-konsulten Mikaela Waxin, som för övrigt tar över min roll som community manager på webbcommunityt PR of Sweden. Syster Linda Waxin, även hon PR-konsult, förtjusade dansgolvet helt utan ansträngning.

Med Centerpartiets Ulrika Ingemarsdotter känner jag en gemenskap i det att vi bägge befinner oss i sådana positioner att vi ständigt måste väga det visionära mot det organisatoriskt värdeskapande. Och så är hon snäll. Vilket också kloke psykografiexperten Mattias Östmar är och vi passade på att fortsätta vår pågående diskussion om sinnlighet kontra instinkt i sänghalmen ytterligare några steg i någon sorts riktning.

Jag är även glad att jag fick hänga med startup-evangelisten Paula Marttila, men jag var verkligen inte den ende som ville vara i hennes närhet – det gick knappast att ta miste på det faktum att hon till fullo var i sitt rätta element bland alla dessa remarkabla människor. Jag är även glad över att Sofia Mirjamsdotter tror på mig som medredaktör för mediebloggen Same Same But Different – alla som känner Sofia vet att just hennes förtroende inte är något hon slösar på vem som helst.

Den mest värdefulla session jag var på var med online video-experten Björn Falkevik. Egentligen den första halvan när han så elegant förklarar sitt tänk. Jag plockade säkert fem-sex insikter direkt bara från de första tjuugo minuterna. Kanske är han briljant, eller så är det bara för att vi har samma uppfattning om den sociala webbens dynamik. Resten handlade om kamerastativ och grejer, men det var intressant det också.

Jag mötte också inspiratören och mobilexperten Morris Packer, egentligen för första gången, något enstaka mingel oräknat. Jag var vid ett enda tillfälle, strax efter den energikrävande debatten, lite blodsockerlåg, men han fångade oblygt upp det. Sofia förklarade det senare på ett mycket fint sätt – ”Morris räcker till för alla”. Det verkar onekligen vara en man med ett stort hjärta och jag tror jag fick några ledtrådar till varför så många tycker om honom.

Entreprenören Annika Lidne kläckte på plats en idé om skola och video som jag minsann tror att jag bidrog åtminstone lite till. Rätt genomförd kanske hon gör mer för svenska skolungdomar än vad mången skolpolitiker någonsin kommer att göra. I övrigt gillade jag skarpt alla små sessions och jag valde medvetet bort alla förhandspopulära dragningar. Det var i de små grupperna som de riktigt intressanta samtalen uppstod!

Andra social media naturals som gjorde intryck – om än bara korta sådana – var Maria Gustafsson, Sergej Kotliar och min charmante Debate On-kombattant, entreprenören Hannes Skirgård.

Kristin Heinonen och Tomas Wennström, arrangörerna förtjänar förstås att omnämnas om vi pratar om stora hjärtan. Joakim Jardenberg och Brit Stakston var ju lite av kändisar, men våra vägar korsades inte så mycket annat än just mellan debatterna som ägde rum på lördagskvällen. Och Henrik Alsén och Tomas Seo (som för övrigt gjort PR of Swedens logga!) för att de bad mig debattera.

Några hann jag inte träffa ordentligt, trots att jag gärna hade velat. Däribland Emanuel Karlsten, Johan Jenefeldt, Peter Rosdahl och Gustav Holmström. Sedan finns det förstås många som jag gärna hade velat träffa på plats *om de bara varit där*, Nikke Lindqvist, Tor Löwkrantz, Olle Ahnve, Billy McCormack, Stefan Ronge, Fredrik Stenbeck, Judith Wolst, Richard Gatarski, Jonas Nordin, Niclas Strandh och Johan Ronnestam – för att nämna några.

Vad jag menar är inte att dessa människor är sociala i den traditionella meningen. Tvärtom finns tydliga drag av excentrism, asocialitet och för all del diverse bokstavskombinationer. Nej, de är snarare remarkabla på något sätt. De attraherar kommentarer, i den analoga världen som den digitala. ”*They are worthy of our remarks*”, helt enkelt.

Jag insåg även att dessa människor skippar kallpratet. På riktigt – *alla* gör det, utan något som helst undantag. Många av oss har säkert ännu svårare att efter en sådan här helg gå tillbaka till den konventionella kallpratarvärlden. Bland alla dessa sociala entreprenörer och skrivarmänniskor var det helt enkelt lätt att trivas för just oss.

Så. Nu har jag antagligen adderat till något sorts hemskt inneslu-

tet, exkluderande och navelskådande. Kanske är det så delar av världen väljer att se på oss? Eller som Hippies 2.0 – geeks på grönbete? Eller kanske som pionjärer för en webb anpassad för mellanmänsklig interaktion? Framtiden får utvisa.

Den här texten är trots allt till alla oss som var där – eller som ville vara det. Något säger mig att vi kommer att minnas den här helgen under lång tid framöver. Ett varmt tack till er alla och om inte förr så ses vi på vackra Tjärö nästa år!

#signoff

Uppdaterat: Paula Marttila på Facebook:

”Damn Jerry, nu är det nära tårar i ögonen. Så klarsynt. Så självklart varför kallprat inte förekom och jag inte saknade internet. Det är inte möten via internet som är det centrala, det är möten i alla sina former. Bara vi får mötas och suga i oss allt intressant. Och jag är så glad att vi fick skåla i bastun. Det är på riktigt.”

Texten finns publicerad på:

<http://www.doktorspinn.se/2010/07/17/spinns-bidrag-till-sswc-boken/>

http://korta.nu/sswc10_126

Jerry Silfwer arbetar som kommunikationsrådgivare och PR-expert åt små och stora företag och organisationer. Jerry har grundat branschforumet PR of Sweden och håller ofta föredrag om strategisk kommunikation i sociala medier. Till vardags arbetar han på Springtime och på fritiden driver han PR-bloggen Doktor Spinn.

Blogg: doktorspinn.se och samesamebutdifferent.se | Twitter: @DoktorSpinn

Riktiga vänner

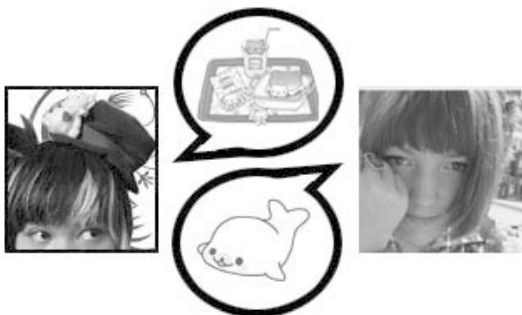
Maria Sjöberg

@maria_s

Min före detta kollega undrade vad jag menade när jag sa: ”XX har sagt på Twitter, YY har berättat på Facebook, i bloggarna pratar ZZ om...”. För henne var det en skillnad att skriva till någon och att prata med någon. En elektronisk kontakt kunde inte likställas med ett fysiskt möte. Det fysiska mötet var det enda riktiga mötet och därför det enda sättet man kunde träffas, pratas och umgås på. Kontakter via forum, Twitter och bloggar var skenbilder för henne och inte en samtalsplattform som det fysiska rummet. En chatt är inte ett riktigt samtal, en elektronisk kontakt kan aldrig vara som en riktig relation, sa hon.

Så jag försökte förklara för henne.

Jag hade inte svårt att prata med folk när jag var liten men folk ville inte prata med mig lika mycket som jag ville prata med dem. Jag var nog lite töntig. När jag upptäckte IRC upptäckte jag folk som ville prata. Med mig! Långa skriftliga samtal nätterna igenom blev i vissa fall telefonsamtal som blev till fikaträffar och till och med bröllopsinbjudningar.



Till en början gjorde jag en skillnad mellan internetkompisar och IRL-kompisar. Inte nu längre. Varför skulle jag? Jag vet vad de flesta av mina nätpolare heter på riktigt, oavsett skärnmamn. Jag har deras telefonnummer även om jag mest pratar med dem online. När jag läser meddelanden från personer jag har träffat IRL hör jag deras egna röster läsa upp meddelandena. Jag kan till och med föreställa mig deras gestikulerande när jag läser vad de har skrivit precis som om de skulle ha suttit bredvid mig.

En riktig relation har inget att göra med på vilket sätt vi kommunicerar. En riktig relation har att göra med hur värdefull relationen är för mig och min vän. AFK eller ej.

Maria Sjöberg, redaktör för sociala medier på Sveriges Radio Digitala medier, tar fram strategier och pepp i Radiohuset på dagtid och är MMORPG-hjältinna på kvällstid. Bloggar om japanskt lolitamode på paperlace.se och spelnostalgi på bloggkollektivet layers.se, knarkar After Eight-kaffe och går efter mottot: "Ju mer bling, desto bättre".

Twittrar i yrkesrollen som [@maria_s](https://twitter.com/maria_s) och kan nås på maria.sjoberg@sverigesradio.se

Hur svårt kan det va?!

Skyltat.se

@skyltat

Sunday, 4 July, 2010 -

2 kommentarer

Taggar:

flaska, kapsyl, läsk, öppnare

Man undrar ju hur många puckon som stått här och hållt läsk på skorna...



Tack till Jimmy Asklund som alltid är lika vaken i jakten på roliga skyltar.

Finns publicerad på:

<http://skyltat.se/hur-svart-kan-det-va/>

Skyllat.se drivs i huvudsak av Stellan Löfving och David Stark. Skyllat hittar du förstås även på Facebook och Twitter. Sajten drivs till stor del av läsargenererat innehåll. Den här bilden är exempelvis inskickad av Jimmy Asklund.

Citizenarena presenterar sig!

Robert Sköld & Citizenarena.com

@Citizenarena

Vi tror att nyhetsrapporteringen som den traditionellt har gestaltat sig är utdöende! Sociala medier har under ett par korta år helt förändrat den allmänna synen på hur nyheter förmedlas, samt varifrån människor hämtar sina nyheter. Redan idag är rapportering i sociala mediasammanhang många timmar före etablerade mediers hemsidor. Många nyheter når inte ens fram till etablerade media, medan de frodas i sociala mediasammanhang! Eventuellt uppmärksammar ”gammelmedia” i ett senare skede lightvarianter av vad som sker på internet i form av en notis! Dessa enkla skäl är två av anledningarna till att vi har startat vår site.

Citizenarena är en politiskt oberoende och religiöst obunden mediaplattform som siktar högt! Vi har skapat en site där nyheter genererade av användaren står i fokus. Det kan tyckas att det finns många etablerade alternativ till oss, men vi väljer i stället att rikta frågan tillbaka, gör det verkligen det?

Siter som liknar oss till det yttre i mångt och mycket, lider i stor utsträckning av samma problem, nämligen brist på fokusering på vissa kärnämnen. Det vi tycker är viktigast är en debatt om demokrati, miljöfrågor och kultur. Men vi vill samtidigt inte låsa in oss starkt just i de facken, utan det som användarna själva tycker är viktigast ska vara i fokus. En sak är säker dock, ni kommer inte hitta några filmer på gulliga kattungar som badar under vattenkranar hos oss (hur sött vi än tycker det är). Vi hoppas att våra användare kommer att använda vår site på många olika vis, dels som nyhetskälla eller varför inte som en videoblog i ett format där man vet att man når den publik man riktar sig till?

Alla våra användare har möjlighet att lägga upp ett antal filmer per månad och vara med och skapa debatter i videoformat samt kommentera andras alster (med text eller video!).

Tell your Story!

Mitt namn är Robert Sköld, jag och min kollega Christoffer Rogerson kommer att vara Citizenarenas representanter på SSWC 2010! Vi kommer att delta i evenemanget med stor glädje och med ett brinnande intresse! Vi kommer att filma en hel del för Citizenarenas räkning under helgen! Om ni vill diskutera social medier eller kanske till och med bli filmade när ni pratar om något ni brinner för så är ni välkomna fram till oss!

Besök oss gärna på www.citizenarena.com (eller .se) eller titta in till oss på twitter @Citizenarena

Att förstå

Brit Stakston

@britstakston

Människor, ord och händelser har påverkat och format den jag är idag. Det är många varma och hårda ord som passerats. Fantastiska upplevelser och vanliga vardagsvardagar. Djup sorg och högsta glädje. Ord fyllda av kärlek och svek. Ja ni vet. Allt det där är ju livet. Ord har förädlat den diamant som mitt eget liv är för mig... fått den att glimra på ett nytt sätt år efter år. Fasetterna slipas av kommunikation.

Min outtröttliga kommunicerande förmåga har tagit mig ur de knivigast tänkbara situationerna. Den har också styrt mina yrkesval. I vissa sammanhang har den gett inspiration och glädje för andra och handlat om ungdomar, möjligheter, teknik, internationalisering, miljö- eller energifrågor. Det är en motor i mig som aldrig stannar, som aldrig ger upp att försöka. Det är den där urkraften att försöka förklara. En vilja att nå fram. Jag får starta om. Och jag gör det om och om igen om det behövs. Den går på nästan inget bränsle alls. För jag ska nå fram.

En vilja att bryta igenom fördomar, envishet, invanda roller, tron på att saker ska vara som de alltid varit eller att allt minsann är omöjligt. Tänk att se någon komma från något av det och sedan vilja och våga tänka helt om. Det är extremt lustfyllt. Att dela med sig av tänkbara perspektiv för att åstadkomma det där. Jag vill verkligen hitta nyckeln till begripligheten.

Det finns ett superenkelt knep för att lyckas nå fram. Det är att förstå den jag vill ska förstå. Alltid. Och då menar jag inte att förstå på något översiktligt generaliserande målgruppsanalysmässigt sätt. Nej. Förstå på djupet. Dela vardagen. Varit i vardagen. Bli en del av vardagen.

Om vi inte har användarens förförståelse i fokus kommer inget vi vill åstadkomma att bli begripligt. All vår kunskap, alla våra idéer, all vår entusiasm blir fullständigt obegriplig. Vi kör på. Vi kör över. Vi mässar på. Vi talar om saker vi brinner för som om de vore självklarheter för alla andra. Vi tror att om vi slår in det i huvudet på folk tillräckligt ofta så kommer de att fatta. Sanningen är förstas att de slutat lyssna för länge sen.

Vår förmåga att utgå från den verklighet och den kunskap som den jag vill ska förstå har, är allt det handlar om. Insikten om andras förförståelse. Hur enkelt som helst.

När vi inte lyckas så beror det oftast på oförmåga från vår egen sida att se saker ur mottagarens perspektiv. För att lyckas med det måste man nämligen ha förmågan att släppa sin egen verklighet. De egna perspektiven. Den egna övertygelsen om att man har sett ljuset. Det enda rätta. Nej man måste börja om. I den kontext mottagaren befinner sig i.

Allt som ska lösa sig med hjälp av det vi tror oss veta är helt ointressant om det inte tar sitt avstamp från hur det kan lösa några av mottagarens problem eller utmaningar, underlätta eller ge dem ny kunskap.

Den pedagogiska grundsynen måste starta i förförståelsen. I praktiken handlar det om att ha en mångfald av metoder. Och metoder som ger, den du vill nå, möjlighet att se samband. De där sambanden mellan den värld och den verklighet de lever i och det du vill berätta om är allt vad som behövs.

Men hur ska vi komma framåt om vi bara stannar i nuet i de verkligheter som vi vill förändra tänker någon nu. Sant. Men det handlar om två arbetssätt för den som vill jobba med samhällsutveckling, påverkan eller kommunikation.

Det ena är den här ständiga blicken framåt, runt hörnet till och med. Förmågan att se vad som kommer närmast. Trender, tendenser, värderingsförskjutningar, nya möjligheter tack vare utveckling eller vad det nu kan vara. Men sen handlar det snabbt om att stanna upp. Se sig omkring och applicera det man just spanat in. Och det kan inte göras rakt av i något slags teoretiserande om andras verklighet. Nej

det måste göras i vardagen i de verkligheter man tror kan förändras på ett positivt sätt av den utveckling man vill förmedla. Och då växer och förändras det mesta. I mötet med de man vill ska förstå byggas något större. Nytt.

Och nu över till kvadrupeln i en pedagogisk grundsyn som utgår från förförståelsen. Det finns ytterligare en spännande dimension. Ett faktum. Att just nu. Just här. Är inte alltid all förändring möjlig. Trots att man alldeles nyss trott den skulle bli så fantastisk och absolut den enda rätta vägen att gå. Det handlar alltså återigen om förståelse.

Det här är varför jag avsätter tid för SSWC. En chans att upptäcka att spana framåt. Men framför allt en chans att förstå andras verkligheter mer. Se om vi kan bygga något nytt tillsammans. Eller kanske inte. Men då kommer vi haft det supertrevligt ändå. Och det ger ännu en slipning i min livsdiamant.

Brit Stakston, född 1961 i Graz, Österrike. Norsk medborgare. Aldrig känt mig svensk. Men älskar de svenska orden. Ägnat mycket av mitt liv åt att förstå nätets utveckling och hur det förändrar samt påverkar allt och då särskilt kommunikationsbranschen. Brinner för att ge insikter även på individnivå om vilka de förändrade kommunikativa möjligheterna är. Arbetar på JMW kommunikation som mediestrateg och ägnar en stor del av min arbetstid åt att debattera, föreläsa och skriva om nätets utveckling och påverkan. Under 2010 framför allt om politik bland annat som författare till Politik 2.0.

Följ mig gärna på twitter @britstakston

Läs mina inlägg på företagsbloggen hos JMW www.jmw.se/author/brit

Eller mer om Politik på <http://politik20.se>

Eller annat på min privata blogg som inte innehåller något privat alls <http://constak.wordpress.com>

This is the Internet: Sweden Social Web Camp

Erik Starck

@erikstarck

– Erik, my friend. Can you explain what the Internet is?

– The Internet?

– Yes, the Internet. You see, I read about it in the newspaper and watch people talk about it on TV but I just don't get it. How does it work?

– Well, OK. The Internet is sort of like a big, big island where anyone can make their voice heard simply by gathering people around them and start talking. People tend to trust people who don't just talk but also listens more so if you want many people to listen to you, you can't just talk but start a conversation.

– But won't you run out of places where people can gather to converse?

– No, it's a very big island.

– But how do people find where the interesting conversations are.

– Ah, that's the beauty of it: there's a big index table keeping track of all the places. Anyone can add to this index simply by creating a new post. Then there are numerous recommendation engines you can use to find the best conversations. These recommendation engines are also built on trust.

– Wow, that's really cool! But does it scale?

– So far it seems to have scaled pretty well.

– Hm, OK, so there's an index keeping track of the places where the conversations are. Anyone can start a conversation and the good conversations are found using a recommendation engine. You know,

I read about something like that in the paper¹. A bunch of nerds met on this island in Blekinge and did exactly that. It was called the Sweden Social Web Camp.

– Yeah, I know. I was there! I took some photos:



This was the first evening, the guy on the stage is Tomas Wennström. He was sort of the coordinator of the whole thing. That means he posted a blog post and then everything happened by itself. No, not really, but almost. 😊



This is my friend Björn Falkevik. He was one of the people who star-

ted a conversation. This one took place under an oak.



Here's the index table. On the "real" Internet this is called DNS and Google (sort of). Anyone could create a new session and if you ran out of places to be (the top column), you simply added a new column with a new place. The island was so big.

- Like the Internet!
- Well, not that big. But big enough.



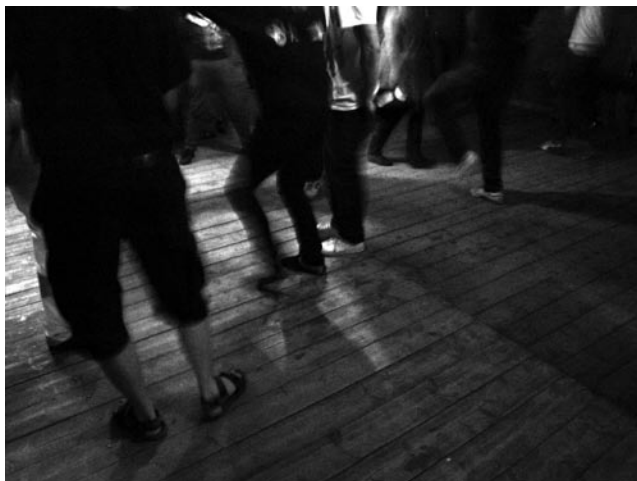
Even as it got dark people kept on talking to each other, but it was

less formalized.

– Yeah, I read about that. That’s the darknet, right?

– Haha, not really. The darknet is... something else.

There was also some dancing:



– Seems like you had a great time!

– It was super!

– Imagine that... someone building a conference about the net using the same basic architecture as the net itself. That’s really cool.

– Yeah, I know, but I think this is what most events will be like in the future. Not just events but also product development, companies, brands, maybe even countries! Everything will be driven by engines of trust.

– Sounds like this Sweden Social Web Camp should not be missed next year.

– That’s very, very true. Trust me on that!

Fotnot:

1. <http://www.sydsvenskan.se/kultur-och-nojen/article544873/Nordar-i-naturen.html> (http://korta.nu/sswc10_127)

Texten finns publicerad på:

<http://blog.opportunitycloud.com/2009/08/25/this-is-the-internet-sweden-social-web-camp/>

http://korta.nu/sswc10_128

Erik Starck: Framtidstänkande entreprenör ursprungligen från Malmö.

Twitter: @erikstarck | Blogg: skiften.se och blog.opportunitycloud.com
bl.a.

Mitt bästa köp

Bo Stark

@bstark

Prylar har aldrig varit min grej, jag har aldrig ägt en spelkonsol, jag har ingen digital-tv, datorn uppgraderas enbart när den gått sönder och antalet mobiltelefoner jag ägt kan räknas på ena handen. Men nu fanns det en pryl som väckte mitt intresse. Fast att jag aldrig sett den i verkligheten utan bara läst om den så förstod jag att detta var ingen vanlig pryl, detta var något speciellt.

Det var i början av 2008, jag befann mig i Kuala Lumpur, Malaysia och var mitt uppe i min asienresa. Här skulle det finnas möjlighet att få tag på ett exemplar, det hade jag läst innan jag reste. Men den gick inte att köpa i någon vanlig affär. I min nyinköpta Lonely Planet läste jag att köpcentret Low-Yat Plaza var det ställe med störst chans att hitta någon. Ett antal hållplatser med monorail senare så var jag framme.

Efter att ha virrat runt kvarteret en stund hittade jag till slut rätt. Väl inne förstod jag direkt att jag hade kommit rätt. Detta var verkligen prylnördens motsvarighet till himmelriket. Våning efter våning full med elektronikprylar. Men trots ett helt våningsplan i detta mecka tillägnat för just detta produktsegment så var den inte helt lätt att hitta. I någon enstaka monter kunde man få syn på den, men några priser gick inte att finna.

Efter ett tag förstod jag att den fanns att köpa ”bakom disk”. På håll såg jag en säljare demonstrera den för en kund. För första gången såg jag en som var igång i verkligheten. Wow! jo den var fräck, så jämnt den flöt runt bland menyerna. Så totalt annorlunda mot konkurrenternas produkter.

Som sagt, jag är ingen prylnörd. Jag skulle kunna leva utan den, jag hade dessutom redan två prylar som fyllde samma funktion. En

privat och en genom jobbet, men ingen av dessa två var lika smidig, lika elegant som denna. Jag kände hur köpsuget växte till skyhöga nivåer.

Skulle jag våga köpa en? Det är mycket pengar, halva resan var fortfarande framför mig, jag kan inte bränna semesterkassan redan nu. Att köpa bakom disk är helt klart suspekt. Tänk om jag blir lurad! Jag velade en lång stund. Till slut bestämde jag mig för att iallafall leta upp en bankomat och ta ut pengar, cash is king!

Men att hitta en bankomat i detta marknadsmysterium visade sig vara lättare sagt än gjort. Väl framme vid bankomaten så kom nästa bakslag, det var stört omöjligt att ta ut den summa som krävdes. Det började bli mörkt och snart skulle affärerna stänga för dagen. Detta var sista dagen jag kunde köpa den, sen skulle jag resa vidare. Paniken började komma. Snabbast möjligt tog jag mig tillbaka till försäljningsstället. Efter en stunds dealande med försäljaren och frenetiskt omräknande till svenska priser så slog jag till.

Väl tillbaka på hotellet så låg jag i sängen hela kvällen och kunde inte släppa manicken ifrån mig. Tack vare hotellets trådlösa nätverk kunde jag nu komma ut på mitt kära Internet. Med hjälp av min nya pryl kunde jag nu busenkelt leta upp och boka hotell i Mumbai som var mitt nästa resmål. Dagen därpå minns jag hur häftigt jag tyckte det var att gå och leta trådlösa nätverk runtomkring Petronas Towers.

Hemma i Sverige igen minns jag hur imponerade kollegorna blev. Den gick inte ens att köpa i Sverige! Det var en speciell känsla.

Den där speciella känslan har försvunnit nu. För någon dag sedan träffade jag mina gamla kollegor, nästan allihop hade skaffat en. Ja, man kan t.o.m. se gamla tanter på stan gå runt med den. Även om jag fortfarande älskar min pryl så är man numera bara en i mängden.

Men nu finns det en uppföljare ute på marknaden, med den kan jag kanske återigen få tillbaka den där speciella känslan av att befinna mig i framkanten, om än bara för en liten stund.

Jag säger hej till iPhone 4, du och jag kommer bli bästa vänner.

Bo Stark, iphonefantast sedan 2008.

Twitter: @bstark | Blogg: stark.nu


Jag kan vara nåt på spåret här...


David Stark


@Popfabriken

Alex Schulman, en skribent som jag verkligen uppskattar och respekterar, sökte hjälp på Twitter, men hade vissa problem trots över 12 000 followers.

 **Alex Schulman** 2 days ago ↩
Mobiloperatören 3 leker medeltidavecka året om här på Gotland.
Någon som vet hur man kan förstärka signalen? Kan man köpa nån
"mojäng"?

 **Alex Schulman** 2 days ago ↩
Hallå? Nån som kan hjälpa?

 **Alex Schulman** 2 days ago ↩
REAGERA!!!

 **Alex Schulman** 1 day ago ↩
Märkligt när jag ställer en fråga på twitter och ingen svarar. Känns
som 12.000 människor is silently judging me, som Tom Cruise i
Magnolia.

1 day ago **David Stark** 
@alexschulman Svarar du på andras frågor? Om inte kan ju det vara
förklaringen till tystnaden.

Tror ni jag fick nåt svar på min fråga?

Texten finns publicerad på:

<http://popfabriken.posterous.com/jag-kan-vara-nat-pa-spåret-har>

http://korta.nu/sswc10_129

David Stark – @Popfabriken – är chefredaktör på redaktionella kommunikationsbyrån Uppdragsmedia och bloggar bland annat på uppdragsmedia.se. Det här bidraget är hämtat från den personliga bloggen popfabriken.posterous.com



Couchsurfing in Bukarest spring of 2007.

Att höra hemma i verktygslådan

Sanna Stefansson

@sanapes

Våren 2008 fick jag ett brev hem. Det var från Medieinstitutet. Att öppna det var minst sagt ångestladdat. Jag hade bestämt mig för att jag ville bli webbredaktör. Och nu vilade allt på vad som stod i det där brevet. Mina gymnasiebetyg var inte direkt något att skryta med, så en högskoleutbildning med samma fokus var uteslutet. Tänk om jag inte kom in? Vad skulle jag då göra med mitt liv? Jobba i kassan på Systembolaget tills jag blev grå och bitter?

”Lita på magkänslan”, brukar folk säga. Jag känner inte av min magkänsla så ofta. Det är inte så att man kan stirra sig själv i naveln vid varje beslut som ska fattas och den ger ett svar. Men ibland känner jag av den. Det är lite som att vara nyförälskad. Helt plötsligt säger hela kroppen att ja, DET HÄR är precis det du ska göra. Intensivt. Och då vet jag.

När jag öppnade det där kuvertet var det precis så. Jag hade blivit antagen. Och det kändes klockrent.

Så till hösten började jag plugga kommunikation nya medier. Till sammans med ett gäng människor som skulle komma att bli som en familj. #knm08 – lite lätt störd, med en hel del interna konflikter, men med mycket kärlek.

En av våra första föreläsningar var med @annika. Om sociala medier. Vi blev förvarnade om att vi skulle komma att känna oss förvirrade och utpumpade av all ny information efteråt. Så kände inte jag. För mig var det två och en halv timme av aha-upplevelser. Jag har byggt egna hemsidor sedan jag var femton, bloggat – det vill säga

skrivit dagbok på nätet – sedan jag var tolv, haft en stor del av mitt liv online så länge jag kan minnas. Skillnaden var att jag var en anomali i min umgängeskrets. De betraktade min onlinenärvaro som slöseri med tid. Och jag trodde att det var så. En dum hobby som jag gjorde för att det var kul och för att jag inte hade något bättre för mig.

Men på den lektionen insåg jag att jag inte var den onormala längre. Jag var en i mängden. Och även om det brukar vara något jag vänder mig emot, så var det lite av en befrielse att för en gångs skull känna så. Här finns en massa människor jag kan prata med, om sånt som intresserar mig. Inte folk som skakar på huvudet och frågar varför jag sitter och slösar tid framför datorn. Folk som fattar.

Det var den första fasen. Förälskefasen, ni vet. Sedan drabbades jag av en ny insikt.

Jag vet inte längre vad jag vill göra.

Medie- och kommunikationsbranschen är bred. Det finns en uppsjö av olika riktningar man kan ta. Och för en som gillar att göra allt är det inte lätt att veta vilket ben man ska stå på. Webbredaktör kändes inte längre nog för att definiera min karriär. Inte på långa vägar. Så under hela våren 2010 försökte jag lista ut vad jag egentligen brann mest för. Journalistik? Copywriting? Fotografering? Bygga WordPress-siter? Arbeta med kommunikationsstrategier? Projektledare? Produktionsledare? Det där snurrade i huvudet, samtidigt som jag sysselsatte mig all vaken tid med skola, praktik och jobb. Det blev kortslutning.

Vår avslutningsföreläsning hölls av Teo Härén. Han tog upp det här med skiftnyckeln. I Sverige är det experterna som anses värda mest, de med nischad kunskap. I många andra länder anses den så kallade skiftnyckeln lika värdefull. Personer som inte är expert på något, men kan en hel del om mycket, och förhoppningsvis har förmågan att dra nytta av erfarenheterna från alla intressen. Det var då det gick upp för mig – jag är en skiftnyckel.

Och jag insåg samtidigt att vägen man väljer inte behöver vara spikrak. Den här branschen är som en liten inavlad by. Har man en gång bosatt sig här kan man ligga (det vill säga jobba) med vem (det vill säga vad) som helst, baserat på kontakter, erfarenhet och intresse.

Att vara en skiftnyckel utan expertkunskaper är kanske inte helt fel då.

Texten finns publicerad på:

<http://www.sanape.se/2010/07/att-hora-hemma-i-verktygladan/>

<http://korta.nu/1658>

Sanna Stefansson heter jag, nyexaminerad kommunikatör och jobbar som webbredaktör för SIME och Nya Affärer. Twitterar på @sanapes, bloggar på sanape.se och någotsmart.se

Det fysiska är det nya digitala

Pelle Sten

@pelles

Den digitala verkligheten har gett oss både nya och återupptäckt gamla sätt att arbeta på och dela med oss. Det är till exempel öppen kod, deltagarkultur och en iterativ utveckling. Under de senaste åren har denna kultur börjat sippra ut i den fysiska världen.

Öppen kod-rörelsens strategier baserade på öppen iterativ utveckling med ett självklart delande av underlaget skapar förutsättningar för flera att förbättra sin fysiska vardag.

Maker Faire

Den stora mötesplatsen är Maker Faire. En mässa som arrangeras av O'Reilly-ägda tidningen Make. Den arrangerades första gången 2006 i San Mateo. Förra året samlades runt 80 000 för att skapa och inspireras av andras skapelser.

Gör det själv

Den här Gör det själv-rörelsen leder till flera saker hos deltagarna. Att bygga sitt eget projekt gör att man förstår hur saker och ting hänger ihop, hur världen fungerar. Vi får också en stark koppling till våra saker. Vi bygger en mer hållbar värld. Det blir svårare att slita och slänga, men vi kan också reparera saker som går sönder.

Gör det själv-rörelsen har ju långa traditioner, men har fått ett uppsving och förnyelse med hjälp av samma accelererande nätverks-effekter som så många andra fått av internet. Instructables innehåller råd och tips för den som behöver hjälp. Sajter som Etsy gör att skaparna kan sälja sina kreationer enkelt och till en global marknad. Inspirationen står Youtube och Vimeo för.

Den digitala Gör det själv-andan som skapat mycket av webben som den ser ut i dag påverkar den fysiska skapar-kulturen lika mycket som den ger en arena för den traditionella hantverkskonsten som därmed får en ny boost. Och de går in i varandra; högteknologiska textilier ger möjlighet att skapa kläder som påverkas av både omgivningen och bäraren.

Arduino

Arduino är en plattform, ett gränssnitt, en både öppen hårdvara och mjukvara. I grunden är det ett enkelt kort du programmerar via en usb-kabel. Kortet kan sedan bland annat kopplas upp med olika former av sensorer för att till exempel känna av ljud eller ljus. Plattformen är skapad för att snabb iterativ utveckling.

En liknande plattform är Mbed.

Några exempel på Arduino i praktiken är:

Bakertweet

Bakaren kan twittra ut vad som precis kommit ut ur ugnen.

Blimpduino

En miniatyr-zeppelinare som styr sig själv med hjälp av sensorer.

Botanicalls

En sensor som kan ringa, sms:a eller twittra när växten behöver vatten.

Tweet-a-watt

En elmätare som offentliggör, och därmed tydliggör, din elanvändning.

Zygote Interactive Balls

Ett interaktivt konstverk som var en del i OS-invigningen i Vancouver.

3d-skrivare

3d-skrivare har det pratats om länge. Och nu är vi i en verklighet där det finns maskiner som i princip kan skriva ut sig själva. Det är

Reprap som är en helt öppen plattform för att skriva ut digitala ritningar i fysisk form.

Maskinen kan fortfarande bara skriva ut plast. Men systemet utvecklas hela tiden och nya material kommer snart kunna matas in i maskinen. Tänk er framtiden. Tänk dig The Pirate Bay men med ritningar över fysiska produkter. En annan variant är Makerbot.

Texten finns publicerad på:

<http://www.framtider.net/2010/03/18/det-fysiska-ar-det-nya-digitala/>

http://korta.nu/sswc10_130

Pelle Sten jobbar som inbäddad journalist på inUse, driver dagensspotifylista.net och älskar internet.

Twitter: @pelles | Sajter: dagensspotifylista.net framtider.net inuse.se
| Mejl: pellesten@gmail.com

Follow the 10 ground rules, or fail on the web

Emil Stenström

@EmilStenstrom

When you work with the web, there are a couple of basics you really need to get right. These are things I see people misunderstand over and over again, with a varying degree of failure as a result. Not only individuals make these mistakes, even really big organizations make them, and suffer as a result. So lets get at it.

1. Everyone is **anonymous** on the web, if they want to

If you depend on trying to identify who a particular user on the web is, you will fail in every way possible. This is what lots of law firms try to do, especially in the context of file sharing. You will never ever be able to know who someone online is, if they don't want you to.

Technical reasons: **IP-numbers are easy to fake**, but using proxy servers of different sorts. New services are constantly popping up, that makes this available for unexperienced users. Just push them a little more, send a couple of more cease and desist letters and even ordinary home users will start to cloak who they are. It's possible, it's easy.

Social reasons: It's very easy to surf using **someone else's internet connection**. Ways vary from just connecting to an unencrypted wireless network, to just using the free connection at a library or school. And it's getting worse: people are starting to move around while using the web (mobile), hopping from one connection to the next as their geographic position permits. The link between internet connections and users are getting blurrier as we speak.

Despite the above, there are things you can identify and use. One of those is categorizing users into user types. This is what Google (and lots of others) are successfully doing with their advertising system. “Based on what you’ve showed interest in previously, we think you will like this.” This enables you to personalize and customize your content to a particular user type, something that holds lots of economical value (if that’s what you’re after).

2. Give your content away for **free**, or watch someone else do it

The web is a gigantic content creation machine, and except for very niched content, you can find anything on it. If you are in the business of selling content online, you will see your profits **steadily decline**. The competition is just too intense when anyone can create content.

How do you tackle that? Well, put your previously costly content online for free, to **drive people to your site**. If the content is good, you will see a massive surge in number of users. Well on the site, you will need to figure out how to **make money of them**, either by showing them ads or getting them to buy something physical.

Industries that depend on online content creation are really living on the edge right now, and for a future prediction, just look at the music industry. You still have some time to rethink your business model.

3. **Linking** is the core of the web, make people want to link to you

It’s called a web because of the links. Trying to limit or control other sites linking to you is fundamentally breaking the web. It’s also downright stupid, since every external link is a vote for your site, and a sure way for people to find you. Having an “link policy”, controlling how people may link to you, is a sure way to make a fool out of yourself online. Not to say that people won’t care one bit about it.

Instead, you should encourage people to link to you. How? By first giving every piece of content a **linkable address**. Many flash- and frame-based sites miss this fact, and instead require users to click

through your frontpage to find the content they want. This is a sure way to turn users away. Just make your content linkable, it's not hard.

Then, make sure the content is in such a high quality that users want to link to it. This rules out saying what everyone else is saying, in the same way everyone else is saying it. You need to be **different**, and have **genuinely interesting** content, that no one else has. This is hard, but a problem you need to solve to make it on the web.

4. Link to **external sites** with good content, it's all about servicing your users

There are billions of sites a user can go to, and you need to work hard servicing your users if you want their attention. Sometimes your content is so extensive, that no matter how hard you work, users will still want more. This is a perfect situation where you should link to external sites and give your users what they want.

Many newspaper make this mistake, and end up with users leaving their site for Google, trying to find more information about a particular piece of content. They have instead linked to good follow-up content directly, given the user what they wanted, and be accessible via the most used button on the web, the back-button. **Happy users** that have **easy access to your site**, or annoyed users that leave for Google, your choice.

5. People will **copy your content**, and there's nothing you can do about it

Some people are worried about the copying of their content. And if they see that as an issue, they better be worried. You see, each time someone reads your texts, or looks at your media, it's copied from your server to the users computer. Web browsers are really effective copyright infringement machines, and by just clicking a link, you copy that page.

So if you are worried about users copying your content, please **don't put it online at all**.

Other people think that they can have their content on the web,

and still prevent people from copying it. This is pure lunacy, and all ways to prevent copying have failed. People even miss the most obvious way people can copy, by hitting the “Print screen” button on their keyboards. When it comes to video and audio it’s a bit more annoying, but everything that comes out of your speakers, or is displayed on the screen, is recordable. So stop worrying about copying, **you can’t stop it.**

Instead, know and accept that people will copy your content, and just ask for a simple **link back** if they do. That way, small pieces of your content on other sites will act as marketing for the whole site.

If you want this formalized as a license, there is the creative commons attribution license, which I use on this site.

6. Use the web to **communicate** with your users, or watch your impact fade

Almost everything is moving to the web, including most of your business and private life. This of course has implications for web sites. Back in 1999, a couple of smart people sat together and tried to formulate how the future would look for businesses. One of the fundamental truths they found was “Markets are conversations”¹. In essence, this means that **you sell stuff by talking** about it with customers. It can be through marketing or through recommendation, but it is talking. When that communication moves to the web, you too better start talking **on the web.** And quickly.

This movement of websites for two-way instead of one-way communication has been given the techy name Web 2.0. And it turns out, this new web is a terribly effective way of communicating. The more people realize this, the more of the conversations will move to the web.

The question is, when hoards of people come to your site to talk to you about your product, are you ready? Or will you give them: “Sorry, this store is closed, but we have this nice brochure you can read...”

7. Communicate with your users in **natural language**, marketing speech has no place on the web

It's easy to find marketing speech about products today. Companies compete with each other to make sure as much of your field of vision as possible is filled with their message. When people are subjected to that much information they have no interest in, there are consequences. On the early web, the consequences were banner blindness, people simply started ignoring some banner formats. On the modern web, people have started **ignoring marketing language** use instead. The words "Best", "Revolutionize" and "Cheapest", instantly makes people stop reading.

Why? Because companies writing about their own products don't have anything to compare to! They can't say what's **best**, because they don't use their competitor's products. They don't know if the product will **revolutionize** the users life, because they know nothing about the user. And any user can look up how **cheap** they are on a price comparison site.

So what to do? Talk to them like you would to a friend, in the afternoon, after two beers. This will make sure you don't turn customers away by trying to push to much crap on them. You wouldn't do it to your friend? Then don't do it to potential customers. Just changing your language has huge positive implications, but let me just sum it up like this: **it builds trust**.

8. Be **honest** about what your strengths are, liars are easily uncovered

Never has it been so easy to look up facts. Liars are easily uncovered by a couple of soft tapings on a keyboard. What's even better, is that even subjective things can be checked. If someone yells: "Our product is the best one!", you can find out if that's the case in a few seconds. Just read a couple of reviews, look at comparison charts, and you will know.

Lying in person is rather bad, but **lying on the web is worse**. All the facts are so close. A customer is literally seconds away from finding out if you're bullshitting them or telling the truth. This makes it

vital not to lie on the web.

If you want to brag anyway, make sure you add a “**we think**” before all your bold claims, and back them up with solid arguments. Because if you say “We’ve found no cheaper product than our own”, and I find out there are others that in fact are, you’re not a liar, you’re just badly informed.

9. Care about **search engines**, and double your number of users

You are not the only site on the web, and people will spend most of their time on sites other than your own. This means, that if you don’t think about how people find your site, all your content work is in vain.

So how are people found? I have yet to see a customer of mine that gets less than 50% of their users from search engines. **Usually 60-70%**. People tend not to understand the implications of this. An e-store could potentially lose over half their sales by misbehaving in Google’s eyes. This is huge.

You need to **care about search engines**. Luckily, they are well synced with the ground rules you’re reading. If you make your content linkable, unique, interesting, and talk to them in a language they understand, you will be successful. All serious search engine optimization guides will say the same.

The last step, and what many miss, is to **keep track of** how people find you, and what they find. Then feed that information back to your content producers. That way, you can produce content that people actually like.

Or, you could lose half your sales. Your choice.

10. Encouraging and acting upon **feedback** is currently the best form of marketing

Asking for feedback is unfortunately still uncommon. Unfortunate because there are so many out there that could benefit from knowing how they can do better. It’s also fortunate, because it means that you have a chance to be different, and stand out, just by **asking people**

what they want.

Dell IdeaStorm is a great example of this. They are simply saying: “Hi, we want your feedback”, and instantly they have media coverage everywhere. Additionally, they get great feedback on how to improve their business.

Of course, this means you need to act upon feedback too. Telling people that you listen, and then don't is a much worse offense than not listening at all. So find yourself a good chair, hand out the megaphones, and listen carefully.

Where to now?

Thanks for reading this far. This article comes from a frustration over how some companies, and individuals, think the web is still a place where they can make their own rules. I would therefore like to set the foot down, and tell people what I've learned about the web, about what works and not.

I also know that there are other people out there that needs to read this. Do you know some of them? I then appreciate if you could send them the link. **More people need to read this.**

Thanks.

Fotnot:

1. <http://www.cluetrain.com/book/markets.html>

(http://korta.nu/sswc10_131)

Texten finns publicerad på:

<http://friendlybit.com/tutorial/10-web-ground-rules/>

http://korta.nu/sswc10_132

Emil Stenström är både webbtänkare och webbgörare, och jobbar som konsult hos Valtech under dagarna, och i eget bolag (kundo.se) resten av tiden. Brinner för att ta riktigt bra idéer hela vägen till färdig sajt, och slutanvändare som inte kan säga annat än "Wow!".

Läs mer av mig, och diskutera vidare:

Twitter: @EmilStenstrom | Blogg: friendlybit.com | E-post: em@kth.se

Vilsen på en öde ö

Maja Stojanovic

@Caldeia

Min goda vän Sandra Jakob har länge inspirerat mig och introducerat mig till denna värld som kallas för social media. Men nu börjar jag undra vad har jag gett mig in på? En ö, full med främlingar och inte vilka främlingar som helst utan varenda en kommer att vara närvarande, med dator och gärna en iPhone. Precis som det ska vara i en tid då medvetenhet och närvarande aldrig varit mer populärt. Hur närvarande är man med dator på en konferens? Dubbelt upp eller inte alls? Jag menar, man lyssnar på någon samtidigt som man ska twittra, blogga eller facebooka om det. Är det mutlitasking i sin yttersta form?

Har länge funderat på det här med social media och hur enkelt det verkar vara, människor kopplas ihop på höger och vänster och snart har vi twitter som sänder ut våra drömmar så att någon kan tyda dem lagom tills vi vaknat så att vi vet hurdan dagen blir eller vad som ska hända oss. Väderleksrapporter har blivit old school. Men med sydeuropeiska rötter i ryggsäcken så undrar jag ofta hur det kommer att sluta. Kommer Facebook att ta över världen genom att fler människor träffas i verkliga livet eller kommer det att gå åt andra hållet att människor blir mer öppna men enbart genom varsin sida av dataskärmen? Vem vet, framtiden bestämmer vi och vi är på rätt väg tycker jag. Jag anser att det vi kallar för framtid är det som skapas utifrån de möten vi har med de människor vi möter. Varje människa man träffar har något att dela med sig av, om inte kunskap så erfarenheter som kan vara nytta för någon annan. Vår personliga utveckling beror på hur mycket och vad vi tar till oss av dessa möten. Vi är på mycket god väg att lära oss massor tror jag. Jag ser fram emot

en helg full av möten och det kan inte bli bättre; en öde ö, mitt i Blekinge och back to basics med tält, vandrarhem och förhoppningsvis spöken som står för den nattliga underhållningen. Det hade kunnat bli en saga av Astrid Lindgren men hon saknade en iPad som man kunde skriva på och det klamrar vi henne inte för. Storyn står vi för och jag som nybörjare ser fram emot att göra det jag älskar; träffa folk in real life.

Maja Stojanovic: Internationell civilekonom som för tillfället tar ett friår för att fundera ut nästa steg i livet. Fritidsförfattare på bloggen caldeia.wordpress.com

Mejl: maja.stojanovic@gmail.com | Twitter: @Caldeia

There is no box

Niclas Strandh

@deeped

Ett av de konstigaste buzzwords som vi använder i vår bransch är ”*thinking outside the box*”. Uttrycket ska komma från organisationskonsulters pedagogiska pussel¹ med nio punkter som ska bindas samman med fyra linjer. Inte ens i den kontexten känns det speciellt vettigt att vara i någon box.

Att tänka utanför boxen innebär att vara kreativ, originell – ni vet sådär... inte som alla andra. Det blir ett race efter att hitta just den där idén som ingen annan tänkt, lösningen som aldrig tidigare setts, genomförts eller ens antytts.

Själv funderar jag varför man satte sig i boxen från början? Och vem som ställde dit den för att jag och andra skulle sätta sig i den?

Problemet är att vi helt enkelt tänker oss själva som instängda. Av traditioner, det vi lärt oss är rätt och utifrån en massa social konvention, branschregler och rädslan att inte lyckas.

Människan bygger regelverk, traditioner, riter för att mäta, strukturera och hantera sin omvärld. Skräcken konstant för att inte leverera ”*det där*”: att leva upp till bilden av den genialiske kreatören som kläcker ”*den där*” idén. När någon kläckt en idé är många på och förklarar att det inte är någon bra idé ändå. För vi har säkert sett den förut. Eller så är den bara inte genomförbar. För dyr. För billig. För komplex. För enkel.

Vi bygger boxen själva. Sätter upp väggarna, lägger golvet och stänger locket.

Att tänka utanför boxen handlar om att inse att den inte finns. Den existerar inte någon annanstans än i vår skalle. Och att hela tiden fundera över varför man tror sig sitta i den – att våga

utmana sin egen självbild, branschens ”sanningar” och i slutänden kundens förväntningar.

Det innebär att vi, istället för att slösa tid på att tänka på boxen som vi ska tänka oss utanför, kan lösa det kommunikativa problemet direkt.

Strunta helt enkelt i boxarna. **Lev livet mer lateralt.**

Fotnot:

1. http://en.wikipedia.org/wiki/Thinking_outside_the_box

(http://korta.nu/sswc10_133)

Texten finns publicerad på:

<http://digitalpr.se/2009/05/11/there-is-no-box-refuserad-kronika-i-resume/>

http://korta.nu/sswc10_134

Niclas Strandh aka deeped. Creative planner & social web-strategist. Galet nyfiken. Sover sällan. Gillar dödsmetall. Pendlar mellan Borlänge och Stockholm.

Bloggar: digitalpr.se deepedition.com | Skriver på: jmw.se
mindpark.se politik20.se | Twitter: @deeped |
Facebook: [facebook.com/niclasstrandh](https://www.facebook.com/niclasstrandh)

”Vad brinner du för?”

Martin Svalin

@martinsvalin

För ett år sedan, på Tjärö, stod jag i minglet tillsammans med min vän Håkan (@hbruce). Jag hade gång på gång fått frågan ”vad gör du?” och kände att mitt svar inte ledde i den riktning jag ville. Håkan och jag kom överens om en bättre fråga:

Vad brinner du för?

Det ligger dock något i frågan ”vad gör du?”. Visst borde jag göra det jag brinner för. Om jag inte är nöjd med mitt svar är det dags att göra någonting åt saken.

I år har jag ett bättre svar – i år gör jag något jag brinner för. Tre veckor efter SSWC 2010 arrangerar jag Codemocracy (4–5 sept).

Jag är en datornörd som brinner för politik. Jag ser på världen runt om mig med en nördns ögon och undrar:

Varför är det default att vara stängd istället för öppen?

Varför är inte lantmäteriets kartor och geologiska data öppna? Varför är inte SMHI:s meteorologiska mätningar och prognoser öppna? Varför är inte SVT:s och SR:s arkiv öppna? Varför är inte våra kulturskatter landet runt digitaliserade och tillgängliga med CC-licens? Varför finns inget API mot SCB:s datamängder? Listan fortsätter. Varför är öppenhet undantag istället för regel?

Codemocracy är mitt bidrag till att ändra på default-värdet. Min fasta övertygelse är att öppenhet blir default när båda sidor av ekvationen vaknar upp och ser värdet som lurar bakom hörnet. Utvecklare, hackers och entreprenörer å ena sidan, politiker, myndighetschefer och tjänstemän å den andra. Därför arrangerar jag ett hackathon för oss som vill bygga tjänster på öppna datakällor.

Bygg något för dina medmänniskor. Du har 24 timmar på dig.

På 24 timmar hinner du kanske inte förändra världen. Men du hinner skapa något som visar potentialen om öppenhet vore default. När du bygger en tjänst ser andra poängen med öppenhet. Och du ser behoven – vilka datakällor som skulle göra det möjligt för dig att bygga tjänsten som gör en verklig skillnad. Då kan du ställa konkreta krav på makthavare.

Ni som är makthavare – politiker, generaldirektörer, utredare och tjänstemän med makten att öppna upp data – är lika välkomna till Codemocracy. På många håll finns det en vilja att öppna upp, eller nyfikenhet kring frågorna. Kom och träffa de entreprenörer och världsförbättrare som vill använda era datakällor. Knyt kontakter, skapa långsiktiga allianser, och framför allt – känn kreativiteten bland deltagarna. Era ambitioner för öppenhet blir mer konkreta i mötet med engagerade människor som försöker bygga något. Nördar som vill skapa någonting nytt med er data.

Jag hoppas att Codemocracy väcker idéer både hos utvecklare och makthavare. Idéer och allianser som kan bestå även efter att 24 timmar passerat och sömnlösa deltagare visat upp sina nyfödda skapelser. Och vem vet, kanske är det någon som förändrar världen?

Att jag var obekvämd med mitt svar på ”vad gör du?” gav mig knuffen att göra något jag brinner för. Jag ska till Tjärö i år också, och träffa engagerade nördar. Vilken fråga ska jag ställa? Den som ger utrymme för samtalet vi verkligen vill föra, eller den som ger knuffen att åstadkomma något?

Texten finns publicerad på:

<http://lite.nu/2010/07/vad-brinner-du-for/>

http://korta.nu/sswc10_135

Martin Svalin: Programmerar Ruby on Rails på dagarna och engagerar mig i politiken på kvällarna. Jag tror att vi kan förändra världen med nya verktyg för öppenhet och samarbete. 4-5 september anordnar jag Codemocracy, ett 24-timmars hackathon för öppenhet och demokratiskapande.

Twitter: @martinsvalin | Sajter: codemocracy.se och lite.nu

This is hardcore – varför porren måste fram

Gustav Svensson

@gustavsvensson

För lite mer än ett år sedan satt jag och lyssnade på killen bakom Jaiku, Jyri Engeström, berätta om ”nodal points” på Reboot i Köpenhamn. Precis som de flesta andra hade jag datorn i knät och växlade fokus mellan den och Jyris snack. Helt plötsligt såg jag vad grannen höll på med. Snett framför mig satt en medelålders kvinna och administrerade en porrsajt mellan twitter- och anteckningsvarven. Jag blev lite förvånad.

Årets Sweden Social Web Camp blir den femte webbträffen jag åker på. Ingenstans har det hittills snackats porr. Nätporren har däremot allt som oftast känts som den största elefanten i rummet (eller tältet): väldigt närvarande och samtidigt aldrig någonsin omnämnd.

Det finns tusen och ett skäl att ta upp porren i webbsnack: Porrindustrin omsätter stora mängder pengar och försöker – precis som andra traditionella mediebranscher – möta marknadens nätutmaningar på olika intressanta sätt. Nätporren påverkar sökmotorernas logik: länkar från ”fula sidor” som visar porr eller säljer viagra kan sänka en sidas placering bland sökträffarna. På svensk riks-tv skämtar Kristian Luuk om bajssexklippet och nätfenomenet Two Girls One Cup i Melodifestivalen. Kort sagt: nätporr finns och påverkar mycket, det syns bara inte speciellt bra i vår interna webbdebatt.

Så varför är vi tysta? Är verkligen porr fortfarande så tabu att vi inte kan prata om det? I så fall har vi mer att förlora än ett intressant snack på nästa konferens. Ger vi moralisterna formuleringsrätten i den här debatten – få i porrbranschen verkar vilja ta publicistiska

diskussioner – är risken också stor att de själva får styra friheten på nätet, och begränsa den.

Nätet gör extemporr mer tillgängligt än vad print och video kunde göra. Barnporr verkar delvis därför ha blivit ett växande problem och Sverige är ett av de länder som försöker censurera barnporrsidor. Polisen samarbetar med svenska internetleverantörer och spärrar sidor med barnpornografiskt material. Polisen skriver själva att deras meddelande om att en sida är spärrad visas ”mellan 30 000 och 50 000 gånger per dag, bara i Sverige”. Ett problem med den här lösningen är att spärrlistan inte kan granskas öppet – skulle den offentliggöras blir den en utmärkt guide till dem som vill se barn utnyttjas sexuellt, förutsatt att filtret spärrar rätt sidor. Det är i den där lilla reservationen som skon klämmer mest: hur vet vi att nätleverantörerna och polisen censurerar rätt sidor om vi inte kan granska spärrlistan? Polisen berättar inte hur många sidor som spärras, men det finns redan ett antal läckta censurexempel som kritiseras. Filtret spärrar till exempel tecknade bilder eftersom de faller under lagens definition av barnporr: ”skildring av barn i pornografisk bild”. Senast i juni fälldes en seriefantast för brott mot barnporrlagen i en uppmärksammat dom – polisen hittade vid en husrannsakan 51 tecknade bilder som klassades som barnpornografiska på mannens diskar med lagrade serier. I diskussionerna om domen och lagen är det svårt att få bedöma bilderna det gäller. Den som visar bevismaterialet riskerar att själv dömas för barnporrbrott och/eller att censureras på nätet. Samma sak kan hända om man visar bilder som fått sidor spärrade.

I somras blev det olagligt att titta på barnpornografiska bilder, alltså inte bara att inneha och/eller sprida dem. I framtiden vill Sveriges EU-kommissionär Cecilia Malmström att det ska bli alla EU-länders ansvar att barnporrsidor på nätet kan spärras. I Australien vill man gå steget längre och spärra betydligt fler porr- och spelsidor än de som har barnporr – svenska företaget NetClean har hjälpt till att bygga landets filter.

Att fiktiva skildringar – som serieteckningar – kriminaliseras när det gäller barnporr motiveras bland annat med att skildringarna kan inspirera till brott mot verkliga barn. I textform är dock skildringar

av övergrepp mot minderåriga eller sexualisering av barn inte förbjudet ”i nuläget” skriver Rikskriminalpolisen. Ekivoka barnliknande varelser i Second Life och liknande ställen kan ligga värre till.

Enskilda företags initiativ sträcker sig redan långt bortom lagens långa arm. Tecknade versioner av James Joyces Odysseus (*Ulysses*) och Oscar Wildes Mister Ernest (*The Importance of Being Earnest*) censurerades först båda i versionerna för iPad: den ena för ett par kvinnobröst och den andra för en bögkyss. Efter mycket uppmärksamhet bad Apple att få revidera besluten. Men de kan ändå visa på en trend. Tidigare i år skrev Steve Jobs i ett mejl hur iPaden skulle vara ”fritt från porr” (”Freedom from porn”) och den privata programförklaringen har citerats flitigt sedan dess. Rädslan är att moralism beskär det digitala utbudet och hotar yttrandefriheten.

Svaren är inte enkla här: De flesta är – tack och lov – överens om att barn är värda att skydda. Många är också – tack och lov – överens om att yttrandefrihet är värt att skydda. De två övertygelserna verkar svåra att kombinera. Ska vi hitta en lösning behöver vi nog snacka betydligt mer om det här – nätporr i allmänhet och nu barnporr i synnerhet – öppet och sansat. På Reboot 2009 var jag för rädd och generad för att börja prata med porrtanten framför mig, på Tjärö lovar jag att vara öppnare och mindre fördomsfull. Jag hoppas du vågar vara det också.

Gustav Svensson är webbjournalist (som aldrig jobbat med porr).

Twitter: @gustavsvensson | Blogg: onlinejournalistik.wordpress.com

Tweet nr 18426858543

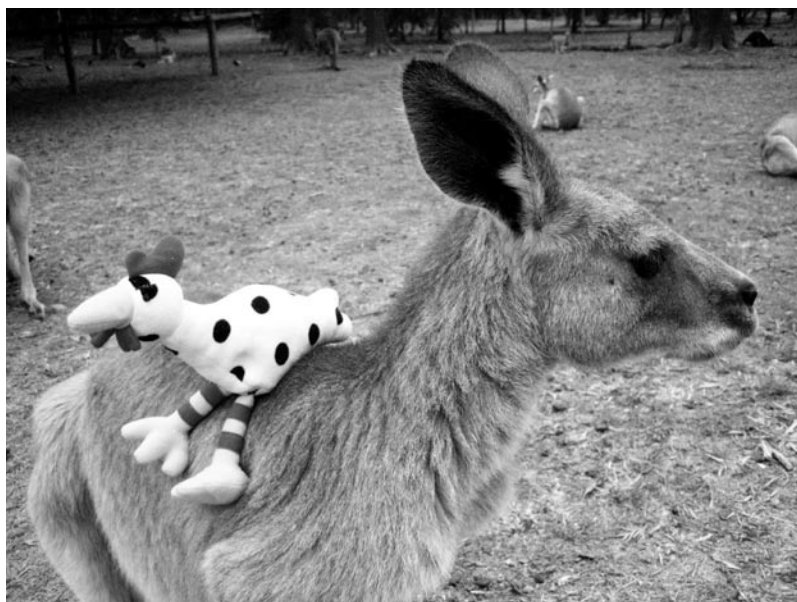
Jenny Svensson

@Youwza

Nu inser jag möjligheterna med kollektivtrafik! Smsande, surfande och twittrande är mkt lättare på buss än cykel. #multitasking
3:24 AM Jul 13th via HootSuite

Jenny Svensson: Designer och webbproducent i egna företaget Youwza! Har alltid haft ena foten i den kreativa världen och den andra i den tekniska. Och försökt hålla balansen. Älskar storstäder, havet och välriktad marknadsföring.

Webb: youwza.com | Mejl: hello@youwza.com | Twitter: @Youwza



Efter att ha provat flera olika dejtingsidor utan resultat
kände sig Håkan som ett omöjligt fall.
Sitt livs största kärlek mötte han på ett fält utanför Brisbane.

Tagline

Daniel Thor

@dth

”Live like a dragon, die like a bee”

Daniel Thor: Webbnörd från Stockholm.

Blogg: danielthor.info | Twitter: @dth

Ljus nätframtid för hundar och människor

Anders Thoresson

@thoresson

I en skämtteckning från 1993 slår Peter Steiner fast att ”på internet är det ingen som vet att du är en hund”¹. Möjligheten att vara anonym på nätet är kort sagt stor.

Ur integritetssynpunkt är det givetvis oerhört viktigt att det är så nätet fungerar, att vi kan vara anonyma och att det mesta av vad vi gör online inte går att koppla till enskilda individer. Men det finns också många tillfällen där kopplingen till individ är oerhört viktigt.

Två parallella tekniska utvecklingar är nu på väg att ge internets användare en helt ny dimension av digital identitet.

Den ena handlar om återanvändning. Att användarnamn och lösenord fungerar på fler än ett ställe, och att behovet av att hålla tiotals, kanske hundratals, lösenord i huvudet är på väg att försvinna. En viktig del är också att det inte bara handlar om återanvändning av inloggningsuppgifter, utan även andra delar av vår identitet. Våra vänskapsband till andra personer, inte minst.

Den andra handlar om koppling mellan den fysiska och digitala världen. I takt med att nätet används för allt fler saker som har verkliga ekonomiska värden, då ökar också behovet av att kunna vara säker på vem det är som lämnar in sin deklaration eller beställer en bil.

Men innan vi går vidare med den digitala världen, först en titt på den fysiska. Där är svaret på frågan ”Vem är du?” helt beroende på

sammanhang. På ett bröllop räcker ”brudens kusin”; den som frågat har ingen anledning att misstro påståendet. På en konferens är svaret ”säljare på Göteborgs-kontoret”, med ett överlämnat visitkort som bekräftelse. På banken, däremot, duger inget mindre än ett körkort.

De här situationerna går att sammanfatta på ett generellt sätt: Den tillfrågade svarar med ett påstående, och lämnar samtidigt någon form av bekräftelse på att det stämmer. Ju viktigare sammanhang, desto större krav ställs på bekräftelsen. Nästan alltid sker det genom att en betrodd tredje part står som garant för att påståendet verkligen stämmer, som i fallet med körkortet.

De webbplatser som behöver identifiera sina användare har tvingats att bygga upp sina egna databaser med namn och lösenord, eftersom en pålitlig tredje part har saknats. Det är förklaringen till att vi idag brottas med långa listor med lösenord, lösenord som dessutom är en kompromiss mellan användarvänliga (möjliga att komma ihåg, alltså) och tillräckligt säkra (svåra att gissa eller knäcka).

Försöken att hitta lösningar har pågått länge. Redan 2002 skrev jag en artikel i Ny Teknik, med rubriken ”Ett enda lösenord ska öppna nätet”². Men utvecklingen går inte alltid med det rasande tempo som ofta påstås vara typisk för nätet. Sedan 2002 har listan med inloggningsuppgifter som en vanlig nätanvändare måste hålla koll på knappast krympt och något enda lösenord som släpper in oss på alla de webbplatser vi besöker finns inte i sikte.

Det är inte heller säkert att en sådan lösning längre är önskvärd. För precis som i den fysiska världen finns det behov av att kunna identifiera sig på olika sätt i olika situationer. Stora delar av våra liv finns idag på nätet. Vi kommunicerar med våra vänner, vi handlar, vi deklarerar. Att separera de aktiviteterna i ett par olika elektroniska identiteter känns bättre än att samla dem i en enda, inte minst ur ett integritetsperspektiv.

Och åt det hållet tar nu utvecklingen rejäla kliv. Framför allt gäller det konsumenttjänster där behovet att knyta användare till en fysisk person inte finns.

Facebook Connect, som lanserades 2008³, är kanske det bästa exemplet. Det är en teknik som gör att en användares identitet på

Facebook fungerar på massor av andra tjänster över hela nätet. Spotify, Twingly och Planeto är tre exempel på svenska företag⁴ som gör livet enklare för sina användare på just det sättet.

Facebook Connect påminner på många sätt om Microsoft Passport, en av de tekniska lösningar som var på tapeten redan 2002. Tanken med Passport var enkel: Microsoft skulle hålla en central användardatabas, andra tjänsteleverantörer skulle kunna utnyttja den för att användarna skulle slippa skapa ett nytt konto för varje webbplats de vill använda.

Men Passport fick kritik, för integritetsrisker på grund av Microsofts centrala roll och möjliga affärsmässiga problem för de företag som var tänkta att utnyttja möjligheterna.

Samma kritik riktas idag mot Facebook Connect. Men Facebook har lagt till en viktig komponent i sin lösning som gör att det finns ett överseende med nackdelarna. Facebook Connect handlar inte bara om att återanvända lösenord. Tekniken behandlar inte bara användarna som enskilda individer, utan kopplar dessutom ihop dem i en social väv. Samma vänskapsband som finns på Facebook blir då tillgängliga på andra sajter – en kunskap som är ovärderlig när allt större delar av webben får sociala funktioner.

Gustav Söderström, teknikchef på Spotify, förklarade för mig i våras⁵ varför företaget valde Facebooks teknik i stället för att skapa en egen lösning:

”Facebook är den överlägset bästa kartan över vilka människor som känner varandra. Det är naturligt att vi erbjuder användarna den även i Spotify. Då slipper de ta reda på vad alla kompisar heter i Spotify.”

I Spotify utnyttjas möjligheten till att göra musikupplevelsen social. Twingly vill göra det enklare att chatta. Planeto satsar på frågesport och vill göra det lätt att tävla med kompiskretsen.

Att skapa en egen användardatabas som inte bara hade innehållit information om den enskilda användaren utan också kopplat ihop dem i en social väv hade varit tidskrävande och väldigt kostsamt. Med kopplingen till Facebook finns allt på plats första gången en använder loggar in på någon av tjänsterna.

För de inblandade parterna är det en win-win-win-situation⁶:

- Tjänsteleverantörer på nätet får enklare och billigare utveckling, och tillgång till användarnas relationer.
- Användarna får bättre, roligare, effektivare, smartare och inte minst enklare tjänster.
- Facebook stärker sin position på nätet.

Facebook har alltså nått framgång där Microsoft Passport misslyckades. Men Microsoft har insett vikten av användarnas relationer och lanserade i slutet av juni Microsoft Live Messenger Connect. Precis som Facebook Connect handlar det om en teknik som gör det möjligt att återanvända vänskapsband i andra tjänster. Liknande lösningar utvecklas också på andra håll. Open Stack, som baseras på ett antal öppna standarder, är ett exempel.

Men Facebook Connect, Microsoft Live Messenger Connect och de andra alternativen duger inte överallt. De är perfekta för spel, fotosajter och diskussionsforum. Men att det saknas en koppling mellan användarkontot på nätet och en person i den fysiska världen är ett problem i andra sammanhang. Ofta handlar det om kontakter med myndigheter eller affärsuppställningar av olika slag.

I Sverige har lösningen varit de e-legitimationer som bland annat utfärdas av bankerna, men de dras med flera brister. De är dyra att utnyttja för företag som vill identifiera användarna, de fungerar inte med alla tekniska plattformar och de vilar tungt på våra personnummer, vilket är ett potentiellt integritetsproblem.

Men också här är saker och ting på väg att hända. I den offentliga utredningen "Strategi för myndigheternas arbete med e-förvaltning"⁷ ägnas det sjunde kapitlet åt e-legitimationer. Ambitionen är ett helt nytt system för e-legitimationer i Sverige, där dagens brister ska åtgärdas. Tanken är att i framtiden bygga på öppna standarder, på ett sätt så att både offentliga verksamheter och privat näringsliv kan dra nytta av möjligheterna som en trovärdig identifiering möjliggör.

Tillsammans är det här två utvecklingsspår som har potential att lösa stora delar av de identitetsproblem som finns på nätet.

Behöver vi visa att vi faktiskt inte är en hund, då är det möjligt.

Och vill vi fortsätta låtsas ha fyra ben och en svans, men ändå ha en mer lättillgänglig nätupplevelse, då kommer lösningar för det också att finnas på plats.

Fotnoter:

1. http://en.wikipedia.org/wiki/On_the_Internet,_nobody_knows_you're_a_dog (http://korta.nu/sswc10_136)
2. http://www.nyteknik.se/nyheter/it_telekom/allmant/article19401.ece (http://korta.nu/sswc10_137)
3. <http://developers.facebook.com/blog/post/108>
(http://korta.nu/sswc10_138)
4. http://www.nyteknik.se/nyheter/it_telekom/allmant/article430963.ece (http://korta.nu/sswc10_139)
5. <http://anders.thoresson.net/blogg/darfor-far-spotify-social-kompetens> (http://korta.nu/sswc10_140)
6. http://www.nyteknik.se/nyheter/it_telekom/allmant/article430957.ece (http://korta.nu/sswc10_141)
7. <http://www.sweden.gov.se/sb/d/11456/a/133813>
(http://korta.nu/sswc10_142)

Anders Thoresson är frilansjournalist och skriver just nu en introduktion till nätidentiteter som kommer att ges ut av Stiftelsen för Internetinfrastruktur. Medverkar regelbundet i Ny Teknik och finns också på anders.thoresson.net

Twitter: @thoresson

Mitt hjärta är ditt

Anna Toss

@anna_t

Sonen har lämnat hemmet. Han packade sina väskor igår kväll och reste tidigt i morse. – Men hur länge ska han vara borta, frågar en kollega som ser mig sitta och stirra drömmande ut genom fönstret. – Bara två månader? Men då är det väl ingen fara, han är ju stor, han klarar sig!

Det är klart att han klarar sig. Han är jättebra på att klara sig. Jag är inte orolig för honom alls, och jag är jätteglad för hans skull att han får göra den här resan. Det känns bara ovant. Det slår mig att han och jag aldrig har varit ifrån varandra så här länge. På mer än 20 år har vi nog aldrig varit ifrån varandra längre än ett par veckor. Detsamma gäller hans yngsta lillasyster.

I fredags gick jag hem tidigare från jobbet. – Vad ska du göra? frågar kollegan. Jag svarar att jag ska kretsa runt honom medan han packar, vara ivägen, komma med goda råd, se till att han inte glömmmer tandborsten, packa ner godis som han hittar när han packar upp.

– Men herregud! Ska du inte bre ett par mackor också, så han inte svälter ihjäl på vägen? Stryka hans skjortor? Rita en karta?

Nej, han behöver ingen karta. Och jag strök inte skjortorna, däremot visade jag honom hur man kan rulla ihop dem till korvar innan man packar ner dem. De blir skrynkliga, men man får mer plats i väskan.

Och om jag nu skulle ha brett några mackor? Jag har brett många mackor till mina ungar. Det är en kärlekshandling. Jag vet att de kan bre sina egna mackor, sy i sina egna knappor, beställa sina egna blanketter på nätet. Ändå har det hänt att jag har beställt blanketter och

sytt i knappar. För att inte tala om alla koppar te jag kokar åt dem. När någon är morgontrött kommer jag med en kopp te. När någon är förkyld eller deppar gör jag en kopp te. Eller när någon ber mig. Det är ett enkelt (och varmt) sätt att visa att jag bryr mig.

Visst, man kan gå över gränsen. Man kan bli en kompismamma (våldigt dåligt). Eller ännu värre, en sån där mamma som man läser om, som gör allt för sina barn och som aldrig släpper taget. Som gör barnen osjälvständiga och ängsliga. Ärligt talat har jag aldrig träffat någon sån mamma på riktigt, men de kanske finns. Jag är inte en sån. Mina barn är högst kapabla och självständiga. De kan vara lata ibland, och de städar inte så mycket och entusiastiskt som jag skulle önska. Men de är smarta, kloka och modiga och de kommer att klara sig jättebra i livet.

Ibland tänker jag att svenska föräldrars högt ställda krav på självständighet har sitt ursprung i den karga svenska myllan. Kanske i statarlängan, i det lilla fiskeläget eller någon annan hårt arbetande, kärv och gudsfruktande miljö. Vi är misstänksamma mot närhet och ömsesidigt beroende. Bäst att inte bli för fäst vid någon som ändå kan bli uppäten av vargarna. Jag fick minsann ingen hjälp av min far. Bra karl reder sig själv. Själv är bäste dräng. Och så vidare.

Men det där funkar inte för mig alls. Mitt liv är för kort för att slösas bort på principer. Jag vill vara nära, jag gillar ömsesidigt beroende. Man är ändå alltid ensam innerst inne, varför göra det ännu svårare? Varför inte kramas och bre mackor åt varandra medan man kan?

Texten finns publicerad på:

<http://annatoss.blogspot.com/2009/03/mitt-hjarta-ar-ditt.html>

http://korta.nu/sswc10_143

Anna Toss: Författare, journalist, fyra barns förälder. Sedan 2009 anställd på Myndigheten för samhällsskydd och beredskap, där en av uppgifterna är att hitta bra sätt för myndigheten att använda sociala medier.

Blogg: contigo.se/anna | Twitter: @anna_t |

Facebook: [facebook.com/annatoss](https://www.facebook.com/annatoss)

Sommarprat

Danwei Tran

@DanweiTran

Jag kom i kontakt med teknik i väldigt tidig ålder. När jag var liten, eller rättare sagt när jag var mindre, jobbade min pappa som TV- och videotekniker. Jag brukade älska att följa med honom till jobbet där jag brukade sitta och titta på Disney-filmer på kassetband som hade fastnat i videoapparater, som var inne på verkstaden för lagning. Något annat jag tyckte var spännande med pappas arbetsplats var att plocka bland de lösa komponenterna som låg i lådorna med reservdelar. Jag har nämligen alltid gillat småsaker. Numera har jag en växande samling av miniatyrleksaker från Japan, men på den tiden samlade jag på små söta komponenter. Nu kanske det låter lite sorgligt att jag lekte med motstånd och transistorer som barn, men jag kan försäkra dig om att jag hade en superbra barndom.

Efter ett besök i USA i Silicon Valley som 12-åring, fick jag upp ögonen för datorer och mjukvara och att jag sedan valde att läsa IT på Chalmers var nog en ganska genomtänkt slump faktiskt. Under tiden som högskolestudent hade jag alltid ett antal datorer samtidigt och körde olika operativsystem på dessa – och då har det inte varit Windows 95 på den ena, XP på den andra och Vista på den tredje, fjärde och femte datorn. Utan med andra ord kan jag klara mig ganska bra utan högerklick och jag är inte heller rädd för kommandoprompten, om man säger så. Eftersom jag har suttit på olika operativsystem får jag ofta frågan vilken som är bäst. Även nu när jag jobbar på Microsoft fortsätter jag att ge samma svar som tidigare. Jag ser nämligen datorn som ett verktyg som man använder sig av för att utföra en viss uppgift. Att ställa en simpel fråga som ”Vilket operativsystem är bäst?” tycker jag är som att ställa frågan ”Vad är bäst – en

sked, gaffel eller kniv?”. Frågan går inte att svara på om den inte ställs i ett specifikt sammanhang. Sedan kan man ha favoriter, men det är en helt annan sak. Just nu är mitt favorit-operativsystem Windows 7. Windows 7 kanske är lite som en spork.

Jag är född och uppvuxen i Västerås, men mitt namn avslöjar nog att jag har något annat påbrå. Kinesiska är mitt modersmål. Mamma och pappa kom till Sverige som flyktingar för drygt 30 år sedan och de kom hit helt tomhänta. De kunde inte språket och hade knappt hört talas om landet Sverige innan de hamnade här. Det är en lång historia, men sammanfattningsvis kan jag säga att genom hårt arbete lyckades de skapa en bra tillvaro här trots väldigt tuffa motgångar. Det är nog lite av deras drivkraft som jag försöker bära med mig och dra lärdom av. Det går ju inte att styra över allt som händer i ens liv, men man väljer själv hur man tacklar det som dyker upp längst vägen som man går på. Jämfört med mina föräldrar har jag fått vandra på en väg där blommor växer vid vägkanten och fåglar flyger kvitterande runtomkring mig. Fast det har väl hänt att jag fått fågelbajs på huvudet och precis som alla andra har jag också fått kämpa igenom mina egna små krig...

Danwei Tran heter jag och titulerar mig numera som Developer Evangelist på Microsoft. Ovanstående är ett smakprov av mitt Sommarprat för MSDN & TechNet Radio från förra året. Lägg dig i hängmattan och lyssna på resten och avnjut mina branschkollegors sommarprat: www.msdn.se/sommarprat/veckor/vecka24.aspx (http://korta.nu/sswc10_145)

Twittra gärna dina kommentarer till mig @DanweiTran eller maila danwei.tran@microsoft.com

Lärdomar av negativ publicitet i sociala medier

Simon Vikström

@pojksimon

Den här artikeln handlar om hur en produkt som inte riktigt håller utlovad kvalitet snabbt kan få tråkig publicitet i sociala medier. Det hela började så tidigt som förra året i september då ett klipp kom ut på youtube...

Lite bakgrund

Assa är ett svenskt låsföretag. Somliga av er har redan hört talas om historien bakom deras lås ”Assa 2000 evo” som i september/oktober förra året fick en del negativ publicitet. Det är ett av Assas mest sålda säkerhetslås. Det har fått ganska mycket uppmärksamhet i både traditionella och sociala medier. På youtube spreds nämligen en video¹, där det visades hur man med endast ett bladmått och en tång kunde öppna detta säkerhetslås. Videon fick genast många liknande videosvar. Jag har inte räknat hur många visningar de sammanlagda videoklippen har. Men det är en hel del.

Det här blev så klart väldigt uppmärksammat även hos bloggare och i forum².

Klippet började på Youtube men blev sedan även publicerat av TV4 Nyheterna, SVTs uppdrag granskning, SvD³ med flera. Assa reagerade på ett sätt som inte alltid bloggare och andra gillar. De hörde av sig till youtube för att stänga ner videon. Under tiden för utredningen om klippet skulle vara kvar eller inte så togs klippet bort av youtube. Men då lades ett annat klipp⁴ upp – samma film men, som det står i klippet, ”censurerad så att man inte kan se bladmättet och tången...”.

Sedan beslutade youtube att det inte var något fel med det ursprungliga klippet utan lät det vara kvar. Om ni söker på ”Assa 2000 evo” på youtube så kan ni läsa kommentarerna till dessa klipp.

Om ni söker på ”Assa” på google så kommer det ganska fort upp ett antal sökresultat om detta. Söker ni på ”Assa 2000 evo” på google kommer ännu mer.

Lärdomar att dra av detta

Om olyckan är framme och en av dina produkter får negativ publicitet. Försök inte att mörka. Det blir oftast bara värre. Vi har skrivit förut om att det är väldigt viktigt att vara transparent i sin kommunikation i sociala medier och detta är bara ett exempel där det inte bara ger mer negativ kritik till företaget – utan även kostar mycket i tid. En del av ”snacket” om låset handlar om hur Assa har ”hört av sig till youtube och försökt stänga ner klippet”. Det kan vara en strategi i sig att göra en anmälan till YouTube om det är så att videon är osann. Men när det senare visar sig att det är många som själva lyckats ”dyrka” låset så blir den anmälan bara ett större slag och ett bevis på att man faktiskt försökt att mörka ett stort problem som innebär en säkerhetsrisk för många människor.

Vem är journalisten?

En annan intressant sak jag läste om är att Uppdrag granskning fick en nominering till ett pris för deras journalistik. Men vem var egentligen journalisten som borde nomineras? Uppdrag granskning eller youtube-användaren?⁵

1. <http://www.youtube.com/watch?v=kvrkLMUiYqM>

(http://korta.nu/sswc10_146)

2. <http://www.byggahus.se/forum/foenster-doerrar/58083-assa-2000-evo.html> (en bit ner i forumtråden hittar användarna klippet) (http://korta.nu/sswc10_147)

3. http://www.svd.se/nyheter/inrikes/lastillverkare-stoppar-lasmodell-efter-youtube-film_1840399.svd (http://korta.nu/sswc10_148)

4. <http://www.youtube.com/watch?v=TKfL2Dywnyk>

(http://korta.nu/sswc10_149)

5. <http://pr20.wordpress.com/2009/03/29/svt-nominerad-till-guldspaden-pa-felaktiga-grunder/> (http://korta.nu/sswc10_150)

Texten finns publicerad på:

<http://www.socialbusiness.se/lardomar-av-negativ-publicitet-i-sociala-medier/>

http://korta.nu/sswc10_151

Simon Vikström har grundat och driver den digitala reklambyrån 24 7 Creating AB och jobbar idag med strategi, rörlig grafik, livesändningar, design och weblösningar. Han jobbar idag med kunder som Berghs School of Communications, Svenskt Näringsliv, Ica Maxi, Ung Företagsamhet, Arlanda Shopping m.fl. Där arbetet sträcker sig från strategiskt arbete med sociala medier till teknisk implementering.

Twitter: @pojzensimon | Mejl: simon@247creating.com | Telefon: 0706-349410

Inför fotbolls-VM: Snegla inte på Europa

Leo Wallentin

@leo_wallentin

15 september 2009

Står man mitt på busstationen vid Temple Road i centrala Nairobi så ser man åtminstone tio, tolv grönvita skyltar med texten ”Mpesa” utanför affärer och kiosker runt den öppna platsen. Kioskerna är ombud för den nya generationens banker i Östafrika – mobiltelefonbankerna. För när Kenya och de andra länderna i regionerna tog steget in i den mobila tidsåldern, lämnade man också gamla institutioner bakom sig, som svårtillgängliga banker och svindyra Western Union-kontor.

Med ett sms kan du idag skicka pengar tvärs över landet, betala dina räkningar eller stoppa undan en sparslant som är för liten för att bankerna ska vara intresserade, men ett steg mot ett nytt hus för dig.

För tio eller fem år sedan skickades det också pengar från busstationen vid Temple Road. Det finns pengar att göra för den som lyckas skaffa sig ett jobb i stan, och många jobbar i Nairobi för att försörja en familj någon annanstans. Det vanliga sättet att föra över pengar var att skicka dem med en vän (i bästa fall), eller sätta dem i händerna på en busschaufför med hygglig uppsyn och hoppas på det bästa. Det fungerade ibland. När ett mobiltelefonbolag, ex-statliga Safaricom, i februari 2007 introducerade en tjänst för att föra över pengar via SMS förändrades allt i ett slag. Tjänsten, som kom att följas av flera liknande, kallades Mpesa, och byggde på ett nätverk

av ombud – i dag tiotusentals småbutiker och kiosker – där du som har ett mobilabonnemang eller kontantkort kan sätta in, ta ut eller föra över pengar. Två år senare används tjänsten både som sparkonto och för att betala räkningar, och tio miljoner användare har plötsligt fått del av den där särskilda makten som följer med att kunna spara pengar på ett konto, eller skicka pengar till varandra.

Mpesa är ett talande exempel på hur mobiltelefonutvecklingen i Östafrika bidragit till att göra de svagaste i samhället starkare, men inte det enda. För när det kommer till smarta mobiltelefonutrustningar ligger det internet- och datorfokuserade Nordeuropa numera ofta efter Östafrika. Sms-baserade spannmålsbörser ger bönder, som tidigare varit helt i händerna på sina uppköpare, informationen och kanalerna de behöver för att kunna ta skäligen betalt. Småsjukhus utan fast telefon och långt från närmaste internetuppkoppling använder sms-baserade blod-databaser för att hålla sig à jour med tillgången på blod på blodcentraler och sjukhus i närheten. Och innovations-takten verkar bara öka.

För några månader sedan öppnade det bahrainiska mobilbolaget Zain sitt sms-bank-system för att skicka pengar och göra betalningar också mellan olika länder i Östafrika (till att börja med Kenya, Uganda och Tanzania). Alla väntar spánt på att se vilka nya tjänster det leder till under hösten, men ett är säkert: När Östafrika ser sig omkring i världen på jakt efter inspiration till nya mobila tjänster så är det inte Europa man sneglar på. Tidigare i år startades ett socialt nätverk för mobiltelefoner kallat Sembuse (tänk Facebook, men utan krav på internet, 3G-nät eller annan dyr infrastruktur). Det är en östafrikansk utveckling av en tidigare, liknande sydafrikansk succé. Och om inspirationen till sociala medier kommer från södra Afrika kommer nästa generations mobiltelefonbanker troligen från Sydostasien, där Filippinerna har blivit en av de ledande nationerna. I inget av fallen hör man någonsin Europa nämnas.

Nästa år går fotbolls-VM i Sydafrika. Det väntas bli genombrottet för tv i mobilen på den afrikanska kontinenten, lite som fotbolls-VM 1958 blev televisionens genombrott i Sverige, fast i många gånger större skala den här gången. De stora mobiltelefonbolagen tävlar om

att leverera tekniken och telefonerna som krävs, hittills med störst framgång i västafrikanska länder. Men ska man lära något av historien, så är det inte tekniken som nu levereras från europeiska och kinesiska mobilföretag vi kommer att minnas om fem år. Utan de häpnadsväckande innovationer som blev resultatet, när den landade i dynamiska afrikanska länder i den mobila teknikutvecklingens absoluta framkant.

Texten finns publicerad på:

<http://nairobi koll.se/2009/09/15/snegla-inte-pa-europa/>

http://korta.nu/sswc10_152

Leo Wallentin, journalist och webbutvecklare, arbetar just nu som projektledare för SVT:s valbevakning på webben. Nairobi koll var en blogg jag drev när jag frilansade i Östafrika ett år.

Twitter: @leo_wallentin | Skype: leo_wallentin |

Mejl: leo_wallentin@hotmail.com

Lika barn leker inte bäst längre

Fredrik Wass

@bisonblog

Nu mognar sociala medier-utvecklingen på ett sätt som gör att vi entusiaster inte måste försvara oss själva hela tiden. Ingen kan längre förneka de sociala mediernas betydelse eller plats i människors liv och medvetande. Det medför att vi inte längre kan fokusera på att bara hylla allt som är bra med utvecklingen.

Vi vänder nu blicken från naveln och tittar kritiskt på grannen på bloggen bredvid. Från att förut ha stått enade mot ”de andra”, alla de otrogna som stått utanför ”kretsen”, blir vi nu mer självkritiska i de egna leden och ifrågasätter experternas uttalanden mer än förut. Den inflation vi sett i titeln *expert på sociala medier* får en motreaktion i form av internt ifrågasättande och en mindre grad av digitalt ryggdunkande. Bra så.

Det här är en jätteviktig och bra trend om de rådgivare som finns i branschen ska bli tagna på allvar. Det räcker inte att onyanserat utbrista att allt som är socialt och online är bra, nu måste vi kunna visa varför med både plånboksanalys och mätbart relationsbyggande, något som vi vetat och försökt hela tiden men som nu blir helt avgörande för att hävda sin särställning. *If you talk the talk, you got to walk the walk.*

Dessutom märks det hur både företag och byråer faktiskt tar stora kliv i utvecklingen, men ibland i det tysta. Det satsas stora pengar på strategier och lösningar men inte alltid i ljuset av trendbloggar-nas iphone-skärmar. Bland organisationer och företag där twitter-närvaro inte prioriteras jobbar man ändå aktivt och medvetet med

att både bevaka och finnas där ens målgrupp befinner sig. Kommunikationsbyråernas ökande rekryteringsbehov är ett tydligt tecken på den ökande förfrågan på digitala satsningar från kunderna.

Det för oss in på vårt löfte till omvärlden. Som entusiaster och nätoptimister har vi i flera års tid utlovat guld och gröna skogar bara du väljer att hoppa på tåget. Världskriser, lönsamhetsproblem och privata skilsmässor – allt går att lösa med sociala medier! Budskapet har trummats in genom tusentals bloggposter i en budskapsstafett där många glatt växlat in på delsträckorna. Bristen på historisk analys och fördjupad debatt har ofta varit påtaglig, något jag glatt varit skyldig till även här på Bisonblog.

Politisk kommunikation handlar om att få väljarna att köpa den beskrivning av verkligheten som det egna partiet eller ideologin står för. Att enas om en gemensam världsbild och vägen till framtiden. Nu har väljarna (företagen och organisationerna) gjort sitt val, och de valde ”rätt”. Men vem ska se till att valfläsket drivs igenom? För nu handlar det om att leverera på riktigt och inte bara i form av snygga strategier och välskrivna brandtal.

Det här har de smartaste aktörerna redan förstått. Därför kommer vi att få se en tydlig positioneringsfas med tydliga oliktankare som testar och pushar sina argument mot varandra. Känslan av ”vi och dom”, där ”vi” var alla som nån gång uttalat sig om kraften i sociala medier och ”dom” alla som tvivlat, kommer att försvinna. Nu kan du få både ryggdunkar och slag på samma plats där du förut fick ohejdad uppmuntran. Jag tror att det är bra. Jag tror att det stärker hela branschen.

Med bransch menar jag de konsulter och aktörer som jobbar med den multikommunikationsnisch som internet består av. Med jag menar jag vi. Med vi menar jag mig själv. Med du menar jag oss.

Alla vi, längtar efter sommaren.

Texten finns publicerad på:

<http://bisonblog.blogs.com/blog/2010/03/lika-barn-leker-inte-b%C3%A4st-l%C3%A4ngre.html>

http://korta.nu/sswc10_153

Fredrik Wass är bloggare och frilansjournalist med fokus på sociala medier och internet. Han bor i Stockholm men har de senaste två åren studerat Innovationsjournalistik vid Stanford University samt varit soldat i utlandsstyrkan i Afghanistan med ansvar för Psykologiska Operationer (Psyops). Han ingår även i redaktionen för Makthavare.se. Sedan 2004 bloggar han på www.bisonblog.se.

Blogg: bisonblog.se | Twitter: [@bisonblog](https://twitter.com/bisonblog)



Nils har fortfarande 17 månader kvar
på sin bindningstid på bredbandet.
Men i horisonten skymtar 4G med oändlig frihet och gränslöshet.

I vått och torrt

Mikaela Waxin

@MikaelaWaxin

Lillasyster Sanna och hennes kompis Elin har under maj, juni och juli utfört ett socialt experiment som gick ut på att under årets 90 soligaste dagar inte dricka en droppe alkohol. Allt för många gånger förutsatte människor runt omkring dem att radarparet skulle gå från partyprinsessor till panelhonor. Folk förutsatte att de skulle gå från festens medelpunkt till torrbollar. Goda vänner, bekanta och främlingar reagerade med känslouttryck som irritation och ilska. En god vän till Sanna och Elin sa bland annat såhär:

”Hela landet har precis kommit ut ur idet för att leva lite under de enda tre månaderna som är värda att leva i det här landet och då väljer ni att gå i ide??”

Andra slog vad om hur många dagar det skulle ta innan de började dricka igen. Tanken att partyprinsessorna verkligen skulle hålla sig nyktra under sommarens mest karaktärsprövande månader existerade inte. Elin skriver såhär i bloggen:

”Okej, mina (E) kollegor är ute på en rejäl mobbningsråd för tillfället. Från att ha gått från att vara säkra på att jag är gravid (”Annars skulle du ALDRIG kommit på den här dumma idén”), till att jag har tappat fattningen totalt. Efter det börjat betta om hur många dagar vi skulle lyckas hålla oss nyktra, har de nu tagit nästa steg. De har börjat ge pikar om att vi måste växa upp. Jag skrev i slutet av Örebrohelgens inlägg att ”för varje dag som går ser vi mer och mer positivt med nykterheten, samtidigt mer och mer negativt med alkohol” (eller nåt liknande filosofiskt). Tydligt ska man enligt dem vid 24-års ålder för länge sen ha kommit till den insikten...”

Under hela sommaren har de mötts av liknande reaktioner och

total oförståelse. Undantaget som bekräftar regeln var tennisproffset Robin Söderling som de träffade under tennisveckan i Båstad. Hans reaktion var ”90 dagar tjejer, det är mycket för er alltså...?”

När man börjar tänka efter är det inte många sociala sammanhang som är alkoholfria. Rödvin på familjemiddagar, drinkar på kick-off och event, rosévin på Almedalsveckan, picknicks i parken, bubbel på födelsedagsfirande, bröllop, seminarier, konferenser, mässor, kundmiddagar, öl på jobb-AW, branschmingel, SSWC... Ja, listan kan göras ännu längre. Är det för att vi inte kan slappna av och därmed inte ha kul utan alkohol? Har bilden av ”kul” verkligen blivit synonym med att dricka? Och varför har det blivit så? Sanna och Elin skriver i sin blogg:

”Märkligt att man ska behöva ”bevisa” att man kan festa för att andra ska godkänna att man är nykter. För att de själva inte kan släppa loss om de inte dricker och därför tar för givet att vi är likadana eller är de bara nervösa för att någon kommer ihåg om de skulle råka göra bort sig under kvällen?”

Varken jag, Sanna eller Elin förespråkar total nykterhet men det är intressant att reflektera över hur mycket man dricker och varför. Speciellt i jobbsammanhang. Med undantag för frukostar vågar jag påstå att det alltid bjuds på någon form av alkohol. Behövs det verkligen? Kan vi vara lika avslappnade och ha lika trevligt utan alkohol i glaset? Det enda jag vet säkert är att SSWC 2010 blir lika kul oavsett vad som finns i glaset.

Vill du veta var det serveras god alkoholfri öl eller vart de bästa alkoholfria drinkarna görs så kolla in Sanna och Elins blogg ivattochtorrt.wordpress.com

Mikaela Waxin har jobbat fyra år som pr-konsult med inriktning konsumentelektronik, älskar prylar, är mer uppkopplad än avkopplad, skäms inte över att spela mainstream-musik och föredrar konsekvent stuga framför tält. Hon kan även stoltsera med att ha dolda talanger som att vara vass på att sminka skotthål, filea fisk och jämt köpa skor i fel storlek.

Twitter: @MikaelaWaxin | Mejl: mikaelawaxin@hotmail.com

Så bygger du din egen solcells-wifi på 15 minuter

Tomas Wennström

@tomaswennstrom

Wifi över Tjärö under SSWC är en utmaning. Det är stora områden som ska täckas och el till routrarna finns inte överallt. Särskilt utmanande är wifi till campingängen. Lösningen under SSWC är två solcellsdrivna wifi-routrar. Här är en beskrivning på hur du bygger din egen.

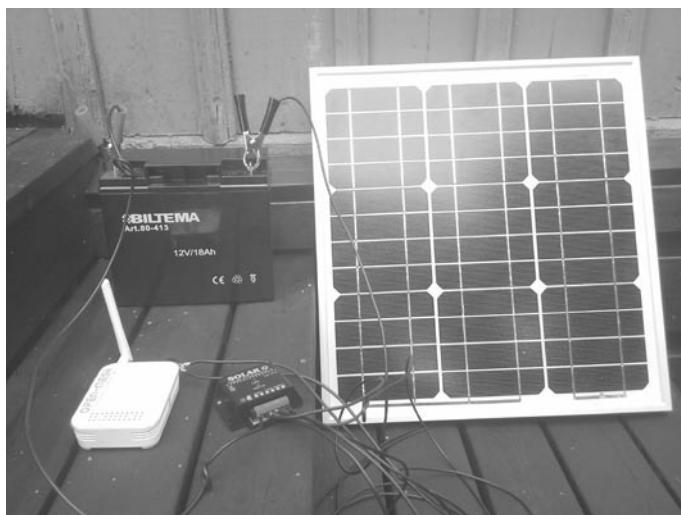
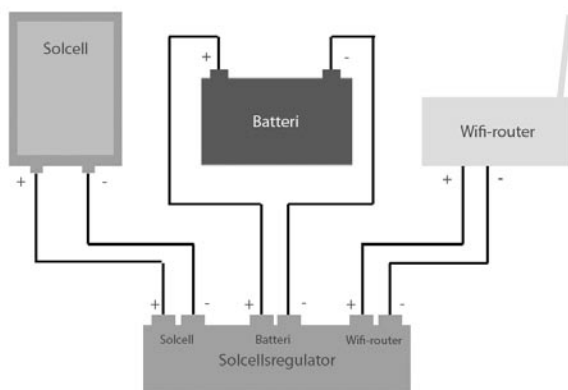


Bild: Testuppställning av anläggningen. Solcellen levererade el trots mulet väder.

Material

1. **En solcell.** Vi har köpt en 20 W solcell av monokristallint kisel. Materialet har fördelen att det ger ström även i mulet väder. Pris: ca 700 kr
2. **Ett batteri.** Vi har köpt en 16 Ah (amperetimmar) 12 volts blyackumulator från Biltema. Eftersom panelen bara levererar full effekt några timmar per dag behöver du ett batteri som lagrar energin tills när du behöver den. Pris: ca 500 kr
3. **En solcellsregulator.** Solcellsregulatorn är hjärtat i systemet. Det är regulatorn som laddar batteriet när solcellen producerar mer energi än vad som går åt, och det är regulatorn som slår över till batteriet när solen inte räcker till. Regulatorn ser också till att det alltid är 12 volt som skickas till routern. Vår solcellsregulator är köpt från Conrad. Pris: ca 300 kr
4. **En wifi-router.** Vår wifi-router drivs behändigt nog av 12 volt, så vi behöver inte omvandla spänningen. Många wifi-routrar drivs i dag på 12 volt. Pris: ca 500 kr
5. **Kabel.** Vi använder vanlig elinstallationskabel från Biltema för att koppla ihop delarna. Pris: ca 40 kr
6. **Vattentät låda.** I vårt fall räcker det med en enkel plastback från IKEA. Pris: ca 50 kr

Kopplingschema



Solcellsregulatorn har sex skruvkontakter i kopplingsplinten:

- Två kontakter för solcellen (plus och minus).
- Två kontakter för batteriet (plus och minus).
- Två kontakter för lasten (plus och minus). Lasten är i vårt fall wifi-routern.

Att koppla ihop solcellsregulatorn med batteriet, solcellen och lasten tar inte mer än en kvart. Nu är du klar!

Testa din installation genom att sätta solcellen i ett fönster och se om wifi-routern startar. Är det ljust ute bör också dioden som indikerar att batteriet laddar lysa. När du ser att allt fungerar monterar du anläggningen i din vattentäta låda och riktar solcellen mot söder.

FAQ

Hur många Ah bör batteriet ha?

Hur många amperetimmar du ska dimensionera ditt batteri för beror på hur mycket din last (din router alltså) drar. Ett batteri på 16 amperetimmar kan leverera en ampere i 16 timmar. Vår router drar 0,2 till 0,3 ampere. Ett batteri på 16 Ah räcker alltså i $16/0,3 = 53$ timmar.

Du vill dock aldrig ladda ur ett batteri till mer än cirka hälften. Laddar du ur batteriet mer tappar batteriet i kapacitet nästa gång du laddar det fullt. I vårt fall kan vi därför med gott samvete bara köra i cirka 26 timmar utan hjälp av solen. Det finns särskilda gel-batterier som har bättre urladdningskapacitet än blyackumulatörer. De är dock dyrare.

Men hur får jag internet till wifi-routern?

Bra fråga! Vi använder oss av särskilda mesh-routrar från Open Mesh som sprider uppkopplingen mellan varandra. Vi har alltså en router som är kopplad till internet, de andra routrarna skickar bara internet vidare. Också vanliga konsumentroutrar kan fungera som repetrar, om än med lite enklare funktionalitet.

Tomas Wennström är tillsammans med Kristin Heinonen arrangör av

Sweden Social Web Camp. Tomas är grundare av vädersajten
vackertväder.se, matsajten hittarecept.se och podcasten
whatsnext.se

Mejl: tomas@whatsnext.se | Twitter: [@tomaswennstrom](https://twitter.com/tomaswennstrom) | Telefon:
0739-464202

10 typiska twittrare

Jack Werner

@kwasbeb

Twitter används inte av så många svenskar i nuläget. Men de som faktiskt använder det gör det som galningar. Jag brukar jämföra twitter med heroin – de som inte håller på med det fördömer det, de som börjar med det blir snabbt djupt beroende. Vilka är det som twittrar då? Jo, det finns 10 urtyper.

1. Sociala media-proffs

Självklar kategori. Folk som twittrar saker i stil med ”Fan vilken flex för twitterspeak! RT @socialmediaman Sounderdog: FRAPS: A new model for social IT #dgr10”. En liten krets av oantastligt insatta förstår, resten kliar sig i huvudet och twittrar något om hur god deras lunch var.



2. Självutnämnda sociala media-proffs

Snarlik den ovan, men ändå så totalt annorlunda. De här jepparna har liksom, till skillnad från ovan nämnda kännarkategori, aldrig satt sig in i hur saker och ting faktiskt funkar. Men de har ett Facebook-

konto, ett Twitter-konto och vet hur man länkar till Youtube-filmer, därför kallar de sig ”twitter-godess” på sina beskrivningar och slänger ur sig tweets som ”Fan vad fräsch ny design på Facebooks gilla-knappar på Tjuvlyssnats inlägg!”



mediasnubbe alltså folk som inte crowdsoursar i twittersphären är så web 1.8

3. Partytwttrare

Företrädelsevis män och kvinnor i åldern 16-30. Mycket twittrande om hur sugna på sex och sprit de är. En och annan kortfattad redogörelse för hur gårdagskvällen slutade och antalet orgasmer den resulterade i, annars använder de Twitter mest för att planera nästa röjarskiva med sina andra partytwttrerkompisar. Jobbar ofta på Nöjesguiden.



4. Bloggtwttrare

En grupp som utgörs företrädelsevis av äldre och yngre män. Sömlöst spännande tweets i form av ”God lunch! Ska nu åka och hälsa på Yngve och Lena. Trevligt!”. Har 17 followers, följer 34 personer (där bland hittar man inte sällan Barack Obama och Göran Hägglund).

5. Kryptiska twittrare

Med en anonym användarbild och en bio som består av ett citat ur filmer typ Fear and loathing in Las Vegas kan dessa twittrare få dig

att tvivla på att det är en människa bakom skrivbordet och inte en ordbehandlare som fått spatt. Tweets i stil med ”Dagen fastnar. Jag har inte längre tre fötter. Fönsterputs” betar dessa lirare av innan frukost.



6. Vrickade stalkers

Jag vet inte hur många det finns på det här området. Men jag vet att det finns en. Och han överstiger alla exempel, och skapar sin egen subkategori. 3 300 tweets – alla riktade till Robyn.



7. Medelålders kvinnor

På samma sätt som de erövrade Facebook och bildade sina egna mafior börjar de nu också inse fördelarna med Twitter. Typisk tweet: ”@bettan Herregud Bettan, jag är helt förkrossad – Farmen-Jonte har varit otrogen mot Beatrice”. Typiskt svar på den typiska tweeten: ”@ingrid Men guuud ingrid! Rör dig inte ur fläcken – jag kommer över med en bag in box och kleenexservetterna omedelbums!”

8. ”Twittereliten”

Unga, fräscha och ofta extremt smarta. Twittereliten (som uppstod som begrepp i ett blogginlägg som eftersökte ett mer tolerant och jämlikt Twitter) har ofta tiofalt fler followers än de själva följer, och de förstår hur eftertraktade det gör dem. De slänger ur sig svala samtidsbeträktelser kryddade med cynismer mest hela tiden, idealt för retweets. Att försöka exemplifiera är omöjligt om man inte är en del i twittereliten. Det är liksom... naturens urval.

9. Spammare

Tänk dig scenariot: du sitter och slötwittrar mest i största allmänhet. Plötsligt ser du att din followersumma fått ett tillskott. ”Hurra!” tänker du, och klickar för att se vem som nu valt att följa dina intressanta tankegångar. Besvikelsen känns tung som ett hammarslag när du genom den nya followers namn – typ @sexyhotangelika8819 – förstår att du blivit followad av en spammare. Bara att blocka den jäveln och återgå till ditt slötwittrande. Spammare utgör någon slags plus minus noll för alla på Twitter – utom för den stackaren som kanske sitter där i Holland och faktiskt heter Britney Fuckvid 33 på riktigt.

10. Spextwittrare

Här har vi glada jönsar, ofta i yngre medelåldern, som mest av allt här i världen gillar att twittra ut en festlig ordvits eller en Arne Ankuesqe samtidsiakttagelse. Utgör en slags klassens clown-motsvarighet på Twitter. Den där snubben som alltid reciterade Hasse & Tage på roliga timmen, bara för att han till skillnad från sina klasskompisar

aldrig fick se South Park för sina föräldrar. Hå hå ja ja...



Texten finns publicerad på:

<http://lista.se/listor/10-typiska-twitrare-1431>

http://korta.nu/sswc10_154

Jack Werner är inte bara redaktör för hemsidan Lista.se, en användargenererad lekplats för alla som älskar listor, utan också en twitrare som passionerat går helt upp i rollen som nummer 10 på denna lista. Mejl: jack@lista.se | Twitter: [@kwasbeb](https://twitter.com/kwasbeb)

Service – en frihet utan pris

Pelle Wessman

@voxpelli

På kafé är det inte kaffet utan baristan och lokalen som kostar ägaren de stora pengarna. Det är de fasta kostnaderna som står för de stora utgifterna i verksamheten - inte råvarorna. Det är inte kaffet man betalar för – det är servicen.

Om du föreställer dig ett idylliskt fik med bästa läge och underbar atmosfär – ett sådant alla vill besöka. Om du då också föreställer dig att vi alla jobbar på nergångna platser dagarna i ända och blott hinner in om detta fik en gång i månaden för att ta oss en latte, men att vi ser fram emot och värdesätter den stunden stort – den får oss att fortsätta kämpa. Om du föreställer dig det så måste du också föreställa dig en dyr hyra, en påkostad inredning och bästa personal – men föreställer du dig då också att du kommer att få betala 150 kr styck för din latte för att detta fik ska gå runt?

150 kr en gång i månaden kan vara okej för något som får livet att gå runt, men fortsatt nu att föreställa dig detta fik fast sätt dig i situationen att du precis blivit arbetslös. Ditt liv håller på att rasa samman och för att samla krafterna att hitta nästa jobb så söker du upp det som ger dig din livsgnista – detta paradiset på jorden till kafé – som nu serverar dig en latte för 150 kr styck – något din A-kassa snyftar raka vägen till fattighuset för. Det funkar inte va? 150 kr en gång kan vara okej, men när du inte passar i normen så kraschar det.

När de fasta kostnaderna för en service läggs som ett påslag, marginal, på en produktkostnad blir det svårt för kunden att köpa det den vill ha. Är det servicen eller är det latten? Om servicen blir mer eftertraktad än produkten får kaféet problem – 150 kronors problem.

När gym tillhandahåller servicen av en gymhall som de i princip

enbart har fasta kostnader för tar de betalt för den genom en fast serviceavgift. Netflix tar likaså ut en fast serviceavgift för sin DVD-tjänst – men låter dessutom ett påslag på fasta kostnaden för inköp av DVD:er täcka den rörliga kostnaden i utskicken av dem – en typ av ”omvänd” marginal.

Ett fik som vill fokusera på service, såsom Kujenga¹, skulle som gymmen och Netflix kunna införa en serviceavgift som betalar för att kaféet kan ha härlig personal, generösa öppettider och stor fin lokal. Ett sådant fik kanske till och med skulle kunna tillämpa Netflix omvända marginal och bjuda på kaffet för de som betalat serviceavgiften? Oavsett så får de genom serviceavgiften reda på vad gästerna faktiskt önskar sig och kan anpassa sig efter den konsumentmakten – något alla tjänar på i slutändan.

Service är frihet – men en frihet utan pris. Genom att gömma undan servicekostnaden i marginalen på en produkt inskränker man folks frihet att välja och gör dem till konsumtionssamhällets slavar. Genom att ge service ett pris gör man också friheten tillgänglig på marknaden och gör det på så vis möjligt för folk att köpa sig en mångfald utan att för den delen behöva konsumera sig till döds. Det erkänner att livskvalité är minst likvärdigt med konsumtion – att det kan vara minst lika givande att få ta sig en liten kopp kaffe i ett paradissolsken som att vräka i sig ett storpack på en p-plats.

Produkten är inte allt – utan servicen är den inget.

Fotnot:

1. <http://kujenga.se/>

Texten är en omarbetning av ett inlägg på min blogg: <http://voxpelli.se/2010/07/fika%20som%20pa%20gymmet%20med%20fastpris>

http://korta.nu/sswc10_155

Pelle Wessman, pragmatisk perfektionist från Malmö som gärna grottar ner sig i filosofiska utläggningar kring något galet webbkoncept eller någon spännande ekonomisk modell. Spenderar dagarna som webbutvecklare på Good Old och som aktiv inom opensource projekt såsom Drupal.

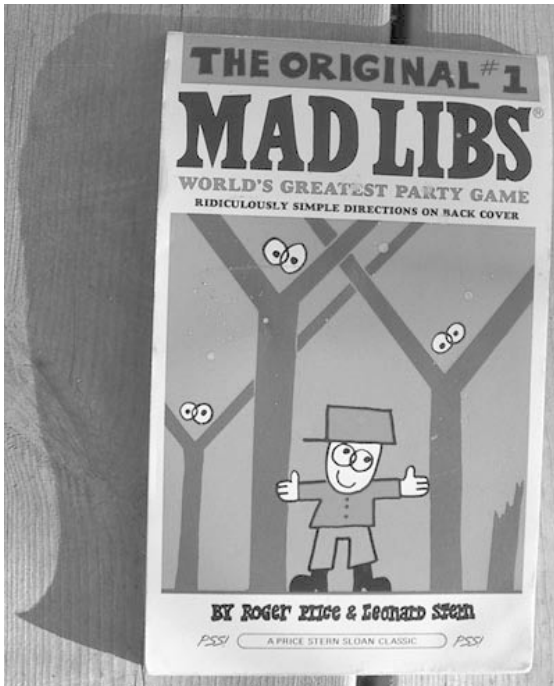
Blogg: voxpelli.se | Twitter: [@voxpelli](https://twitter.com/voxpelli) | github.com/voxpelli

”Do this fast every day
and you will soon be
as fat as Jonsy”

Gitta Wilén

@gitta

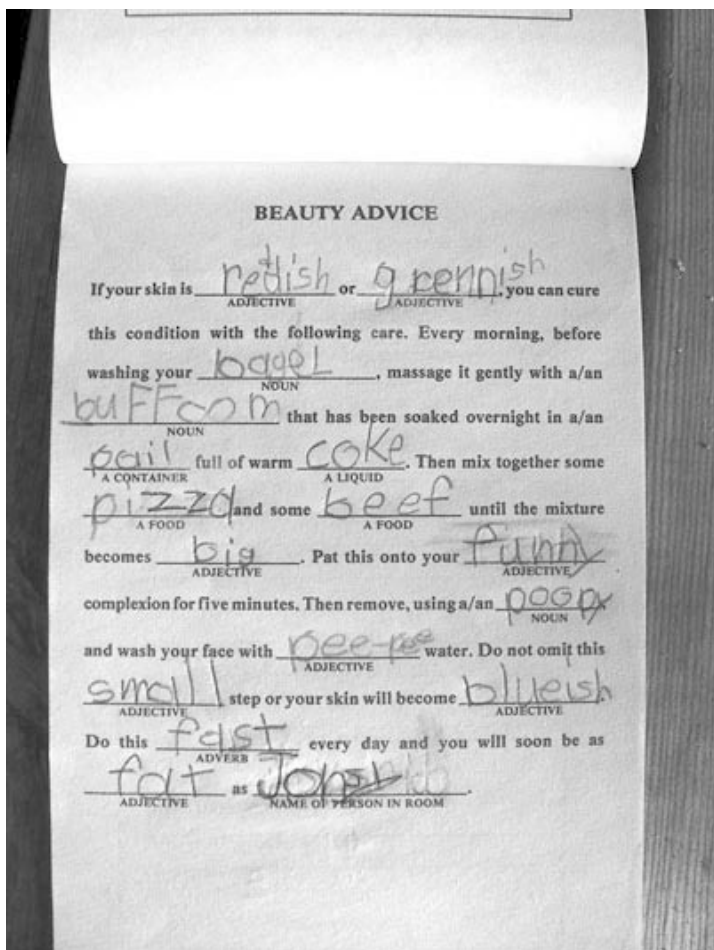
When storytelling is not about having a total control of the story. When user friendly is about having fun. When interactivity is about creativity.



Last weekend I found this Mad Libs book at a flea market. It lets you fill in the blank words.

His name might be Klas, the guy who used to own this book. My guess is that he was about 12 years old and that he did spend a holiday together with his parents at the Holiday Inn by the Nags Head Beach, North Carolina, USA. The hotel address and telephone number is written on the cover.

I guess that his parents wanted him to study English during the trip and bought this book, where the trick was to fill in the missing words.



Klas realized really quickly that he could fill out the blanks with any word that he wanted, as long as it was an adjective, adverb or noun. And he got really creative.

ADJECTIVE: _____
NAME OF PERSON IN ROOM: _____

MY DREAM MAN

My "Dream Man" should, first of all, be very fat and red ADJECTIVE ADJECTIVE. He should have a physique like creepy NAME OF PERSONALITY. a profile like Harold NAME OF PERSONALITY and the intelligence of a/an cat NAME OF ANIMAL.

He must be polite and always remember to light my nope NOUN to tip his knutt NOUN, and to take my heeb NOUN when crossing the street.

He should move fast ADVERB, should have a/an chees ADJECTIVE voice, and should always dress stily ADVERB. I would also like him to be a/an shutle ADJECTIVE dancer, and when we're alone, he should whisper stinky ADJECTIVE nothings in my peer-nee NOUN and hold my love ADJECTIVE NOUN.

I know a/an happy ADJECTIVE man like this is hard to find. In fact, the only one I can think of is Klas NAME OF PERSON IN ROOM.

From The Original Mad Libs® • Copyright © 1982 Howe Stern Books, Inc.
A member of The Putnam & Grosset Group, New York, New York

Do not underestimate the power of letting the user being able to twist and tweak the story.

Fotnotlänk:

Wikipedia om Mad Libs: http://en.wikipedia.org/wiki/Mad_Libs

Texten finns publicerad på:

<http://mysecondblackbook.wordpress.com/2008/10/19/%e2%80%9ddo-this-fast-every-day-and-you-will-soon-be-as-fat-as-jonsy%e2%80%9d/>

http://korta.nu/sswc10_156

Jag, Gitta Wilén, är en webbveteran, nyamedierjournalist och socialamediergeek. Arbetar sedan drygt ett år tillbaka som digital storyteller och story DJ på Veidekke Bostad.

Twitter: @gitta | Mejl: gitta@dataphone.se | Skriver också på: www.citizenmediawatch.com

Vi som stannar hemma

Cecilia Wisén

@ceciliawse

SSWC. Sweden Social Web Camp. Bara orden gör att de flesta twittare tittar till en extra gång. Förra årets camp blev legendariskt så fort det börjat, årets upplaga är minst sagt efterlängtat av de flesta.

...Förutom av mig.

Ellerjo, missförstå mig rätt – självklart skulle jag längta till årets SSWC, om det bara vore så att jag skulle åka. Det ska jag nämligen inte. Förra året åkte jag inte eftersom jag inte riktigt visste vad jag kunde förvänta mig, och jag visste inte riktigt vem jag skulle kunna åka med. Förvisso fick jag ångra det beslutet bittert, det insåg jag redan när jag började titta på fotona på flickr från incheckningen. Sedan ångrade jag mig ännu mer när jag läste blogginslag på blogginslag om hur fantastisk SSWC 2009 var, eller när jag följde twitterfeeden med exalterade tweets. Samtidigt var jag rätt glad över att det gick så lätt att följa allt som hände, att så mycket lades ut på nätet så vi som var hemma också kunde vara med.

Men visst undrade vi, vi som var hemma. Hur var stämningen där i tälten? Skedde några skandaler som det talades tyst om? Vem blev fullast, vem tappade sin telefon i havet? Råkade någon trampa på sin laptop? Visst hörde vi några rykten, men jag misstänker att Tjärö och SSWC omfattas av samma lag som gäller i Las Vegas; det som händer på SSWC, stannar på SSWC.

I år vet jag att SSWC troligtvis kommer vara fantastiskt, roligt och underbart – men i år funkar det inte med min semester. När Tjärö invaderas av webbnördar och höjer iPhonetätheten i Blekinge med flera tusen procent kommer jag vara instängd på ett varmt kontor, görande sånt jag får lön för. Visserligen kommer jag följa SSWC via

twitter och bloggar, men det kommer givetvis inte vara samma sak som att vara där. Även om foton, bambuser och tweets ger en bra bild av verkligheten, är det inte som att sitta där själv vid lägerelden, lyssna på diskussionerna mellan hundratals webbnördar och se alla iPhones och Androidtelefoner lysa i mörkret när solen gått ner bakom horisonten.

Visst hade jag kunnat planera annorlunda. Visst hade jag kunnat se till att lägga undan både semesterdagar och pengar så jag hade kunnat åka, men... nu blev det inte så. Tjärö får klara sig utan mig, och jag är övertygad om att deltagarna kommer ha fantastiskt roligt ändå.

Som tur är, måste ju någon hålla koll på twitter och läsa alla blogg-inlägg om SSWC också.

Jag anmäler mig härmed som frivillig.

Cecilia Wisén: Lantis med förkärlek för pocketböcker, glee och skrivande.

Bloggar på pocketblogg.se och ceciliaw.se | Twitter: [@ceciliawse](https://twitter.com/ceciliawse)

Ett nytt grepp?

Heidi Wold

@heidiupdate

En gammal sanning är att man litar mer på vad kompisar säger om ett företag och ett varumärke än på vad företaget själv kommunicerar. Detta trots att företag enligt marknadsföringslagen faktiskt inte får fara med osanning.

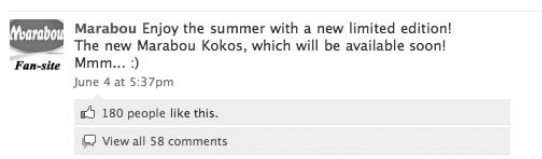
Det finns många sätt att utnyttja kraften i målgruppens eget nätverk men idag stötte jag på något jag inte sett förut. I min andra blogg, Dåligt Samvete, ville jag ha en bild på en chokladkaka och gick in på Marabous hemsida. Efter att jag konstaterat att just den bilden jag ville ha låg fångad i en tramsig flashhistoria (varför?) gick jag tillbaka till startsidan. Där upptäckte jag en Facebookgrupp för chokladälskare där Marabou helt släppt kontrollen och lotsade sina besökare vidare till andra likasinnade.

The image shows a screenshot of a Facebook page for Marabou. At the top, there is a banner with the Marabou logo and the text "Lite mer **Marabou** i livet". Below the banner, there is a section titled "START VÅR CHOKLAD KAMPANJ OH MARABOU POLKA". The main content area features a large image of a chocolate box with the text "...och dansa loss med oss i sommar". Below this, there are several posts:

- A post dated 12 JUNI 2013 titled "I sommar är det polka och choklad som gäller!". The text says: "Vi har nämligen lanserat en ny chokladsås med de två klassiska smakerna. I samband med det har vi bland annat tagit fram Polkapelet på Facebook, där du kan testa dina danskunskaper och samtidigt ta en bra prisa." Below the text is a button that says "Läs mer!".
- A post dated 18 JUNI 2013 titled "Marabou Kokos". The text says: "Marabou lanserar till sommaren en ny rulle under en lagplåstad föl med en smula som får oss att drömma om vita sandstränder och långa pärmor. Marabou Kokos har den klassiska mjölkchokladsmaken blandad med exotiska, söta kokosflingor. En perfekt sommarschoklad i behålligt format." Below the text is a button that says "Läs mer!".
- A post titled "Dagens **Marabou**". The text says: "Gillar du mint och choklad? Det är inte alla som gillar den kombon, men om du är en av de lydlige rekommenderar vi verkligen Mentkocand! Läs mer!" Below the text is a button that says "Läs mer!".
- A post titled "ÄLSKAR DU CHOKLAD!". The text says: "Jag ska med andra emulstater på vår återstående Facebook-sida som startats av en kille i Danmark." Below the text is a button that says "Läs mer!" and a Facebook logo.

Texten ”Umgås med andra chokladälskare på vår oberoende Facebooksida som startades av en kille i Danmark” känns som ett nytt och fräscht grepp. Och ett rätt sådant. Styr inte diskussionen, bidra bara med värdefullt innehåll. Wow! tänkte jag och blev glad.

Väl inne på sidan blir intrycket lite annorlunda. Det känns inte alls så oberoende som Marabou vill ha det till och vem var killen som grundade sidan? Varför finns inte han namngiven? Trovärdigheten sjönk avsevärt. Nog för att där finns aktivitet från andra än Marabou men de meddelanden som faktiskt kommer från företaget är väldigt traditionella i sin utformning och är allmänt pushiga. Till exempel:



Oberoende? Njæ. Mer en reklamig formulering. So what att det finns reaktioner på inlägget. Det kommer det alltid att göra kring den här typen av produkter och särskilt från dem som inte är en cynisk kritiker och sociala medierelitist som undertecknad. Och varför finns det inga användarfoton tagna av chokladälskare? Endast officiella bilder ligger i fotoalbumen. Inte ens en video på någon som äter massa choklad finns. Bara reklamer.

Konklusionen blir att det var rätt tänkt från början men det slutade i en dikeskörning. Killen som startade sidan borde fått kvarstå som en aktör och Marabou skulle ha bidragit till konversationen på ett dialogmässigt sätt. Tillåt att användarna styr sidan. Det var ju en oberoende sida, remember? Gör om, gör rätt.

Texten finns publicerad på:

<http://www.heidisnews.se/2010/07/ett-nytt-grepp>

http://korta.nu/sswc10_157

Heidi Wold är projektledare och rådgivare sociala medier på en kommunikationsbyrå. Engagerad i Geek Girls och WP Girls samt bloggar på heidisnews.se om kommunikation och personliga ting och träningsbloggar på daligtsamvete.wordpress.com. Hittas på twitter som @heidiupdate.

Kaffekokarkokt fiskhuvudsoppa

Katja Wulff

@kaffekokarkock



Tid

Ca 2 timmar

Ingredienser

Ett ganska stort fiskhuvud

En buljongtärning

Purjolök

Morot

½ paket passerade tomater

Salt

Peppar

Gör så här

Häll vatten i bryggaren och fiskhuvudet i kannan. Får det inte plats är det bara att skära av en bit av nacken, det är bara att pussla ihop fisken igen vid servering. Sätt på kaffekokaren och låt det puttra i 45 minuter. Häll av vattnet. Tillsätt moroten och purjon, lägg en buljongtärning i tratten och häll lite nytt vatten i bryggaren. Rör sedan ner de passerade tomaterna och låt det stå i ytterligare 45 minuter. Smaka av med salt och peppar. Servera och avnjut gärna med ett glas vitt vin. Stäng av kaffekokaren.

Jättegott!



Koka fiskhuvud.



Avnjut med ett glas vitt.

Foto: Dan Sörensen.

Texten finns publicerad på:

<http://kaffekokarkokboken.blogg.se/2010/may/fiskhuvudsoppa.html>

http://korta.nu/sswc10_158

Mitt stora intresse här i livet är matlagning. Dock inte matlagning på spisen utan i kaffekokaren. Det hela började för lite drygt ett år sedan när jag bodde i ett studentrum utan kök. Kan man inte hänga med de andra studenterna i det gemensamma köket får man ju ta vad man har på rummet, eller hur?! Snart har jag tillräckligt många recept till en hel kokbok som förhoppningsvis kommer kunna göra vardagen lättare (och lite roligare) för alla socialt handikappade studenter. Även för alla som inte tycker det är roligt med spismatlagning med förstås!

Blogg: kaffekokarkokboken.blogg.se | Twitter: @kaffekokarkock |

Facebook: [facebook.com/group.php?gid=92130096436](https://www.facebook.com/group.php?gid=92130096436)

http://korta.nu/sswc10_159

En svindlande tanke

Mikael Zackrisson

@zackrisson

”Jag tror inte han har fattat”, viskar min kollega under lunchen.

Vi pratar om den prominenta kulturjournalisten, en aktiv bloggare, twittrare och nästan en del av vår lilla internetbubbla, men bara nästan.

”Jag tror inte han har fattat...”

Han säger det aldrig rakt ut, men det är tydligt att han menar internet och den revolution som vi båda brottas dagligen med. Dialogen, samtalet, massmediernas död och konversationsmediernas födelse.

Jag tänker på detta när jag läser Publicistklubbens årsbok och debatten som följt på den. Jag funderar på hur det gick till när denna prominenta förening gör sin årsbok, och inte lyckas få in en enda röst som ser nätet som en möjlighet, inte ett hot.

En kollega mejlar en länk till Svante Weylers krönika i Godmorgon Världen från i söndags. Weyler tycker vi borde läsa Stig Dagermans ”Tysk Höst” och återuppliva det klassiska reportaget. ”Se bakåt inte framåt.”

Lösningen är hela tiden densamma: Tillbaka till print. Tillbaka till det klassiska reportaget. Lägg ned gratiswebben. Lägg ned det ytliga snacket, de korta meningslösa nyheterna.

Stefan Melesko, docent i medieekonomi, skriver att webben ”publicistiskt sett aldrig kan bli annat än en snabb kanal för nyheter”¹.

Samtidigt pågår en diskussion om hur boken som publiceringsform förändras av den digitala tekniken. Paul Carr skriver ett intressant inlägg² om hur Ipaden kommer döda Kindle och hela den avkopplade, ostörda läsoplevelsen.

Jag tänker och tänker och tänker och hur jag än tänker så blir jag

inte klok på det.

Jag är rätt dålig på att läsa böcker. Jag älskar att kasta mig över en spännande bok, oftast facklitteratur, men jag orkar sällan mer än ett eller ett par kapitel. Hemmet är fullt av halvlästa titlar.

Men det betyder inte att jag inte läser. Men jag gör ju tvärtom mot Publicistklubbens skribenter: Jag läser på skärm.

Jag börjar när jag vaknar och slutar när jag somnar, i sängen med Iphonen bredvid mig, laddad med inlägg via Twitter, Facebook eller Instapaper.

Jag läser nyheter, korta tweets och facebooksuppdateringar. Sport, kultur, nöje, till och med lite skvaller. Jag läser bloggar, personliga betraktelser och snärtiga sammanfattningar.

Men framför allt läser jag en massa långa, rätt nördiga, komplicerade blogginlägg. Jag läser inläggen, jag läser kommentarerna på inläggen, ibland är de tio, ibland 20, 50 eller över hundra, om det är ett välskrivet och provokativt inlägg. Jag läser bloggare som svarar på inläggen, jag följer debatten vidare.

Hela ämnet lever, rör sig och jag följer med. Kommenterar, diskuterar, ibland på bloggarna, ibland bara med korta tweets. Och jag lär mig enormt mycket.

Den enorma boom i läsande – och skrivande³ – som skett i vårt land sedan bloggarna slog igenom för fem år sedan saknar motstycke i modern tid. Genombrottet för bloggar och sociala medier har inneburit en enorm flora av nya nischade ställen där folk diskuterar allt från utrikespolitik till trädgårdsodling. Varje dag kan vi läsa och delta i djupa debatter där nya vinklar och nya spår ständigt för diskussionen vidare. Debatter där man ofta ägnar sig åt att diskutera sakfrågan i mycket större utsträckning än vad som oftast är fallet på de fina tidningarnas kultursidor.

Jag får helt enkelt inte ihop denna bild av vad man läser på webben med GP-reportern i Publicistklubbens domedagsskrift om hur ytlig och tramsig webben är.

För mig är webben allt annat än ytlig och tramsig. Visst toppar Aftonbladet sajten med kändisar, sex och korta händelsenyheter. Men det är ju bara en liten liten del av webben. Aftonbladet går man ju

bara in på när man verkligen inte har något annat för sig, när tråkningen är för stor, tristessen för seg.

Jag tänker på det min vän sade på lunchen: Jag tror inte han har fattat.

Och då slås jag av Tanken: Tänk om det är så att Svante Weyler, Stefan Melesko & co i Publicistklubben och alla mina papperskramande kollegor inte vet om att DET FINNS NÅGONTING ANNAT?

Tänk om de aldrig har hittat de där bloggarna som gör att de känner sig smarta varje dag när de läser dem?

Tänk om de aldrig har deltagit i en debatt i ett kommentatorsfält? Aldrig har diskuterat med meningsmotståndare offentligt och fått erkänna sig besegrade? Eller vunnit?

Tänk om de bara ser webben som ett ställe där man hämtar in senaste nytt?

Tänk om de aldrig vågat fråga om hjälp på webben och därmed aldrig fått uppleva den givmildhet som folk generellt uppvisar i de sociala nätverken?

Och det blir med ens så mycket klarare: Om den gängse bilden av vad en tidnings sajt ska vara är att den ska vara ett ställe för korta, snabba nyheter – ja, så klart att det blir så då.

Vill man inte vara redaktör för det där lite djupare samtalet, den viktiga debatten, då blir man inte det.

Fotnoter:

1. <http://www.expressen.se/kultur/1.1949032/elandiga-medier>

(http://korta.nu/sswc10_160)

2. <http://techcrunch.com/2010/04/11/who-needs-catch-22-when-you-have-flight-control/> (http://korta.nu/sswc10_161)

3. <http://www.expressen.se/kultur/1.1841603/allt-fler-skriver>

(<http://korta.nu/c056>)

Texten finns publicerad på:

<http://samesamebutdifferent.se/2010/04/13/en-svindlande-tanke/>

http://korta.nu/sswc10_162

Mikael Zackrisson, född 1969, har jobbat som journalist inom teknik- och affärspress sedan mitten på 90-talet. Han har bland annat varit chefredaktör för Internetworld och Ekonominyheterna.se och affärsutvecklare på Bonnier Tidskrifter. Idag är han webbchef för Veckans Affärer och Privata Affärer och projektledare för en ny entreprenörs-sajt, Nya Affärer.

Mejl: mikael.zackrisson@va.se | Bloggar: va.se/asikter/bloggar/natet och Zackrisson.net | Twitter: [@zackrisson](https://twitter.com/zackrisson)

#twitterbebis

Daniel Åberg & Johanna Ögren

@dannyboysthlm @jossilaloo

På eftermiddagen den 9 mars gick vattnet för Johanna under ett kundmöte, en dryg månad före beräknad nedkomst. Väl inne på Danderyds sjukhus stannade värkarna av. Det visade sig att bebisen efter att Johanna ramlat på en isfläck några dagar tidigare snurrat runt i magen, satt sig i sätesbjudning och sedan i sin nya, ovana position sparkat sönder sin fostersäck. Sätesläget i kombination med vattenavgången omöjliggjorde mekanisk igångsättning av förlossningen, vilket gav att vi i dagarna tre blev liggande på sjukhuset, i väntan på att förlossningen skulle sätta igång av sig själv eller att läkarna skulle säga ”nu kan vi inte vänta längre, vi måste ta ut honom med kejsarsnitt”. Under tiden av väntan gjorde vi som vi alltid brukar göra – bloggade, twittrade och facebookade. Det skulle vi enligt somliga inte ha gjort. 95 procent av reaktionerna vi fick var visserligen peppningar och hurrarop, men vi fick även en del spott och spe.

Torsdagen den 11 mars, dagen innan Tage föddes genom kejsarsnitt, var följande notis publicerad i tidningen Stockholm City.



Daniel kommenterade notisen i följande blogginlägg:

Förlossningsrapport #3

Ja jösses. Det slutar aldrig att förvåna mig vad som sticker somliga i ögonen. Att människor som har barn är självutnämnda experter på att ge råd till sådana som är på väg att få det – eller precis har fått, eller kanske åtminstone tänker att de kanske ska skaffa sig någon gång – var jag medveten om, men jag hade aldrig riktigt själv råkat ut för det ännu, kanske för att killen under graviditeten är så sekundär, blott ett bihang till den blivande modern. För jo, Johanna har fått ta emot förnumstiga råd och förmaningar tills det blött ur öronen på henne de senaste månaderna.

Nu är det dock slut på sötebrödsdagarna även för mig. Sedan vi kom in på BB i tisdags seneftermiddag har jag blivit åthutad från flera håll för det här med att vi haft mage att delge omvärlden att vi befinner oss här på BB. Att vi – medan vi ligger här och väntar och väntar och väntar och väntar på att värkarna ska sätta igång ordentligt (41 timmar sedan vattnet gick nu) – har skrivit på Twitter om vår väntan och de uttryck den tar sig har på Facebook kallats *det jävla dumaste*, och vi har blivit tillsagda att *pröva att bara uppleva* istället för att hålla på med ... ja vad det nu är vi gör. Detta dessutom av människor som jag faktiskt trodde bättre om.

Och så i dag ser jag att vårt twittrande tagit sig ända in i tidningen Stockholm City. Narcissismen slår nya höjder, verkar budskapet vara. Och ja, så är det väl kanske. Men det är också intressant att konstatera att när mitt eget bokförlag skickade ut pressmeddelande samt exemplar av min nya roman till Stockholm City för en dryg månad sedan – en roman som i mina ögon är en rätt intressant betraktelse om en generation stockholmare av i dag – så bemöttes det av tystnad från tidningen. Men när jag som privatperson beskriver mina upplevelser inför födseln av vårt barn, bedöms det ha ett nyhetsvärde på deras nöjessidor. Det säger mer om dagens samhällsklimat än vad min twitterfeed gör, tycker jag

*

Kort efter att Tage föddes skapade vi ett twitterkonto i hans namn, som kopplades till en Posterousblogg där vi med ojämna mellanrum postade bilder på honom. Begreppet #twitterbebis var fött.

Fyra månader har gått sedan dess, Tage har precis lärt sig att rulla runt och har en bästa vän som heter Kninis och är en snuttefiltskanin. Vi bestämde oss för att summera erfarenheterna av hans nätliv hitills genom en googlechatt:

10.07.14 21.03

Johanna: Pysen

vad ska vi säga om att vi har skjutsat ut Tage i sociala medier från dag ett?

10.07.14 21.04

Daniel: Jag tycker att det har gått bra. Jag tycker nog ändå att hans twitterfeed känns ganska uppskattad men ändå harmlös.

10.07.14 21.05

Johanna: Ja och jag tycker på något sätt - om man ska återgå till förlossningen och att vi skrev om den medan det hände – att det är så märkligt att det alltid ska upplevas som finare att skriva om saker lång tid efter att de hänt

10.07.14 21.06

om jag hade skrivit mina memoarer om hundra år och tagit med förlossningen där, hade ju det varit OK, ingen hade klagat.

Men att realtidsrapportera är inte bra.

10.07.14 21.09

Daniel: Nej, visst. Men de som har varit skeptiska har väl tyckt att vi har lämnat ut Tage. Dina memoarer är ju i första hand dina egna upplevelser av ditt eget liv, vi har ju ändå skapat ett twitterkonto som ska vara hans eget. Visserligen publicerar vi bara söta bilder på vårt

exemplariska A-barn plus en medföljande mening, men det blir ju någon typ av exponering som han inte valt själv.

10.07.14 21.10

Johanna: Jo, men det kan man väl ändå inte kalla förlossningen, den var ju mest min upplevelse – och lite din. Tage var kanske en huvudperson men inte så aktiv.

och många var ju skeptiska mot att vi twittrade inifrån Danderyd

Daniel: Nej, det är sant, går vi tillbaka till förlossningsdiskussionerna är det ju så.

10.07.14 21.11

Fast SÅ många var de ju ändå inte som gnällde. Typ två-tre stycken 50-talister.

Johanna: ja

Daniel: Även om de var högt uppsatta.

Johanna: ja

fast jag förstår vad du menar om hur vi beter oss nu

att han har blogg och twitter

10.07.14 21.12

jag tyckte det var lite kul att jag bara:

”åh vad kul för honom när han blir vuxen att han har haft sitt twitterkonto sen han föddes” och du bara ”eh, tror du ens att twitter finns då?”

jag är inte så smart alltid

10.07.14 21.15

Daniel: Självklart kommer han att tycka att det är roligt att så mycket av hans första tid finns dokumenterad. Jag tror ju visserligen att de flesta barn kommer att ha det i framtiden, eftersom deras föräldrar lär ha hårddiskarna fulla av bilder på barnens första tid, men i och med att vi har en Posterous-blogg där alla bilderna kommer i kronologisk ordning och med en liten rubrik till allt, så tror jag att vi har ett försprång. De där tusentals bilderna man har liggande i sitt iphoto har ju en tendens att förbli där, otaggade och orensade.

Och även om twitter- och bloggbegreppet är long gone då så tror jag absolut att han kommer att uppskatta det vi gjort.

10.07.14 21.19

Johanna: Ja, jag tycker att även om en del anser att vi exploaterar honom, så är det inte bara för oss själva vi gör det. Utan faktiskt även för honom. Det kanske låter konstigt, men jag hade blivit jätteglad om jag fått något sådant av mina föräldrar, klart jag tycker att det är något bra jag vill ge till Tage.

Och så är det ju bra för hans far- och morföräldrar. Jag är genuint glad över att de kan följa hans utveckling så bra via bloggen. Mamma påpekar nästan varje dag något om bilderna och hur han utvecklas.

10.07.14 21.20

Fast vi ska ju inte göra det till ett försvarstal heller, det här.

Daniel: Ja, det gör ju mina föräldrar och systrar också. Fast för deras skull hade det ju räckt med bloggen, den skulle ju inte behöva göra om inläggen till twittringar för deras skull.

10.07.14 21.21

Johanna: Sant. Men jag tycker också att det är roligt att Tage har ett sammanhang att höra till

som nu när vi åker till SSWC eller när vi var på Moving Images

att han är Twitterbebis

10.07.14 21.22

Daniel: Jo, det håller jag med om.

10.07.14 21.23

Nu när jag tänker efter så var det ju några på twitter som ondgjorde sig över det här med twitterbebisar också, för ett par månader sedan. De var ju inte kritiska mot oss specifikt, men tyckte att det var patetiskt att det fanns de som låtsasskrev åt sina barn på twitter.

Johanna: Ja. Egentligen är det ju lite småtöntigt, visst.

10.07.14 21.24

men vafan, hur många hund- och kattbloggar finns det inte därute

och de är sämre på att prata än vad Tage är.

10.07.14 21.26

Daniel: Fast jag har tänkt på det där med att man låter bebisen – eller hundarna och katterna då – tala i jag-form, trots att det är man själv som skriver. Det är ju inget nytt egentligen, det är ju så alla ”Mitt första år”-böcker är uppbyggda också.

Johanna: Japp

Daniel: Så vi har ju bara tagit en gammal tradition in i den digitala tidsåldern.

Johanna: Eller för all del fotoalbum, men vårt album är öppet för världen

ja, exakt så.

10.07.14 21.27

Fast så är ju egentligen hela sociala mediesvängen uppbyggd

det som driver oss att hänga i soc medier är ju på intet sätt nytt, det är bara tekniken som är det.

Daniel: Nej, visst.

10.07.14 21.29

Johanna: Men kanske kommer Tage slå bakut mot oss och bli en sådan där kille som tar semester från datorn och bara ”nu kopplar jag ner, vi ses om ett halvår” och vägrar framtidens Facebook.

Det vet man inte.

Daniel: Det vore just snyggt.

Johanna: Det kanske beror lite på hur länge vi håller på och twittrar åt honom också?

Jag tänker på att Schulman har lagt ner sin blogg

det går ju bara till en viss gräns.

10.07.14 21.32

Daniel: Ja, twittra och blogga i hans namn tycker jag inte att vi kan göra längre än tills han kan börja uttrycka sina egna åsikter. Däremot tycker jag att Schulman gott hade kunnat fortsätta blogga om han ändrat riktning och börjat pappablogga på riktigt istället, alltså satt sitt eget faderskap i fokus istället för att ha Charlie i centrum som en seriefigur.

10.07.14 21.33

Men det är ju en annan diskussion.

Johanna: Ja, håller med.

om båda.

10.07.14 21.34

Men jag tycker också att för mig skulle det ha blivit skitkonstigt att lämna Tage utanför mitt nätliv för att skydda hans integritet.

Daniel: Men vadå integritet, på vilket sätt skadar vi honom?

Johanna: Jag kan förstå att man vill det, visst, men nätet och allt omkring det är ju en så stor del av mitt liv

10.07.14 21.35

ja, men i det att han inte kan bestämma själv om hela världen ska få se honom osv

10.07.14 21.39

Daniel: Visst, han är en person och han har rättigheter. Men vi är ändå hans föräldrar, han lever under vår vårdnad. Jag kan tänka mig tusentals saker som är värre att göra mot ett barn än att publicera en bildblogg om delar av hans liv. Vi är ju ändå inte helt korkade i bol-len, det är ju inte som att vi lämnar ut honom i känsliga situationer. Vi skildrar hans – och därmed också vår – vardag med två-tre bilder per dag.

10.07.14 21.40

Johanna: Det är sant och ett bra argument.

10.07.14 21.41

Daniel: Men visst, jag säger ju samtidigt emot mig själv lite också, eftersom jag ändå vill att vi slutar när han kan börja tala för sig själv. Vi kommer ju att vara hans vårdnadshavare och bestämma över honom långt efter att det har inträffat.

10.07.14 21.42

Johanna: haha!

Ja, men då kan vi ju släppa in honom och låta honom vara delaktig.

Hursom, det ska bli kul på SSWC, att han är med igen

jag minns förra året när han var 9 veckor i magen

10.07.14 21.43

det är redan en tradition för honom ju

Daniel: Jo.

10.07.14 21.44

En annan grej – det är ju ändå så att det här med att Tage har ett twitterkonto inte är SÅ intressant för folk i gemen. Visst, han har runt 85 followers, men det har legat rätt konstant runt 80-strecket länge. Inte ens när vi var på Moving Images och pratade framför flera hundra twittrare och han var med på scenen fick han mer än två-tre nya followers. Gemene man är inte så intresserade av hans förehavanden som de som blir indignerade verkar tro. De som gillar att ibland se söta bilder på Tage följer hans flöde, resten skiter högaktningfullt i honom. Så roliga är helt enkelt inte andras bebisar.

10.07.14 21.46

Johanna: Exakt.

Och jag skulle tro att många av de som följer honom är sådana som träffar honom IRL lite då och då åtminstone. Det finns liksom ett band på något sätt.

10.07.14 21.48

Men låter han inte lite nu från sovrummet?

Vi får nog gå och natta om honom.

Jag kan göra det så kan du skicka in vårt bidrag till boken

10.07.14 21.49

Daniel: Kvinnan sköter barnet, mannen sköter tekniken. Fint.

Johanna: Exakt

Du får nog ditt så småningom också ska du se.

Daniel Åberg är författare och journalist på nyhetsbyrån TT Spektra. Han bloggar på danielaberg.se samt twittrar som @dannyboysthm. Johanna Ögren jobbar som kommunikationskonsult med inriktning mot nätet. Hon driver också bloggarna bokhora.se samt lillagumman.se och twittrar under namnet @jossibaloo. Tage Ögren föddes fredag den 12 mars klockan 11.53. Hans twitternamn är @tageogren.

Daniel och Johanna gifte sig i kapellet på Danderyds sjukhus den 11 mars. Eftersom tidningen Stockholm City samma dag ondgjort sig över parets behov av att twittra under tiden på förlossningsavdelningen, vågade de inte delge omvärlden nyheten om vigseln förrän ett par veckor senare.



Efter att Patrik i början av 2007 startat en webbyrå med Drupal som publiceringsverktyg blev han ganska chockad när han insåg att det fanns de som inte ville att han skulle lyckas.

Den som är den som är det

Per Åström

@Pelletsmaskinen

Inte alla har råd att bjuda på sig själv. Men vi som anser oss ha råd att göra det tror jag har en viktig uppgift.

På fjolårets Sweden social web camp, SSWC, kom jag som total nykomling. Jag började blogga som anonym i början av 2009. Första veckan delade jag inte ut min bloggadress till någon. Sedan blev det lite tråkigt så jag började dela ut adressen till en person i veckan, som ett test. Sedan en om dagen.

Efter en stund hittade jag till Twitter och gav upp. Kom ut från anonymträsket och blev helt öppen. Jag, mina känslor och livet, helt upp till var och en att läsa.

Många som bloggat om sina känslor och upplevelser tror jag någon gång har försökt skriva den här texten, där man berättar sin personliga internetresa. Det är inte alldeles enkelt, men jag ska försöka göra det så naket jag kan.

Anledningen att jag åkte på SSWC var att min då nya internetväninna Elvira – @notonmyshift [Twitter] – skulle plugga till webbstrateg. Jag hängde på som kompis. (Trust me, vankas det party, mycket folk och camping är inte jag den som är den som är det som ni vet. Läs det en gång till.)

Tyvärr råkade Elvira bli sjuk, så jag åkte helt på egen hand, pengarna redan inbetalda och ”sociala medier” – ett begrepp jag ställer mig aningens tveksam till – i varje vrå av lilla hjärnan.

Väl där visade det sig att jag faktiskt redan kände några, samt hade en rad andra bekanta från Twitter, så det gick ingen verklig ensamhetsnöd på mig, ens inledningsvis.

Innan det helglånga – numera närmast sönderhyllade eventet –

var över, hade jag träffat några av de finaste människor jag mött, och druckit minst fyra öl för mycket. (Något jag ämnar göra även i år.)

Men, undrar du, vad är det som är så konstigt då?

Tja, kanske kommer jag i år att vara den ende (av närmare 400, som jag förstått saken) som inte har något jobb. En äkta arbetslös.

På SSWC florerar diverse mediechefer, start-up-vd:ar, socialmediekändisar, PR-nissor, ultraspetsiga personer med datorkompetens och en och annan i övrigt duktig, samt ett stort antal andra, mer eller mindre vanliga.

Jag är utbildad journalist och har arbetat som skribent, redaktör och layoutare. Vissa år har jag tjänat ganska duktigt med pengar, men överlag är min karriär en ganska sorgesam historia.

Till saken hör att jag inte alltid mår så bra. Lite oavsett omständigheter. Då och då går jag liksom ner mig, blir dålig, självömkande, något svår att umgås med. (Ni som träffat mig vet att jag tillhör de tydligt extroverta som inte är räddhågsen.)

Men det är man ju inte ensam om, vilket allra tydligast visas, tada ... på internet, i sociala medier.

Numera är det inte ofta jag klämmer ur mig något viktigt personligt. Jag har, tänker jag mig, fått ”andra uppgifter” – hjälpa nya nybörjare, vänchatta och ställa upp bakom kulisserna.

Ändå vet jag, eller försöker åtminstone alltid minnas, var jag har mina rötter. Bland de som inte alltid ligger överst på framgångslistan, inte alltid har flest vänner, inte alltid tycker att nästa utmaning är lika spännande som förra. Kanske bland dem med en diagnos, de som känner sig misslyckade, de som strävar efter att hitta sig själva.

Jag funderade ett tag på att hålla ett föredrag på årets SSWC om att ”må dåligt på internet”, men jag tror inte att det blir något. Och jag tror ni förstår varför.

Ändå vill jag säga detta: Även människor som inte passar in i den norm som finns uppsatt, har något viktigt att bidra med, till samhället och webben.

Ibland kanske till och med något de andra inte har ...

Per Åström, utbildad journalist, kulturföreläst och mångsysslare. Gillar blommor, träbåtar och socialt umgänge men bryr sig inte så mycket

om baseball. Läser i perioder mängder av bloggar men är sedan ett år djupt nedsjunken i den ljuvliga sumpmarken som är Twitter.

Twitter: @Pelletsmaskinen | Blogg: pelletsmaskinen.wordpress.com

Ditt meta-jag

Per Åström

@perkovich

Nyårslöften tycker jag är en dålig metod för att skapa förändring. Hellre små ändringar i rätt riktning för att uppnå resultat än ett stort tungt löfte om förbättring. Men i år gjorde jag ändå ett och tog tag i vad jag faktiskt ändå medvetet eller omedvetet gjort tidigare. Mitt löfte handlade om att bli bättre på att spara ”mitt meta-jag”. Alltså spara undan information om livet, vad jag gör och mina intryck. Som en dagbok fast mer strukturerat och bara i bra verktyg som gör det enkelt och praktiskt och som sen kan tillföra något, alltså göra mig klokare eller kunnigare.

Helt enkelt: du sparar din meta-information på en webbtjänst där den lagras, bearbetas och presenteras. Genom det får du översikt, statistik, historik och feedback som leder till bättre beslut och intressant information. Du kan – om du vill – dela information och följa personer du känner eller tycker verkar intressanta. Tillsammans leder allt det här till roliga insikter och mycket bättre kunskap om dig själv.

Och det finns hur många tjänster som helst att sätta igång med, till exempel aNobii för böcker, Runkeeper för löpning och cykling, IMDb för filmer och TV-serier, Corkd för viner, Dopplr för resor, Sleep Cycle för sömn, Last.fm för musik eller Daytum för att räkna eller hålla reda på just vad som helst. Mer hardcore? 23andMe för gener och anlag.

Mer och bättre data leder till bättre analyser och bättre förslag så ju tidigare man kommer igång desto mer underlag kan samlas in och desto bättre blir analysen.

Att låta allt det man gör förbättra eller på något sätt bidra i fram-

tiden är en schysst princip. Som Kal Ström så bra uttryckte det i en Jaiku-kommentar: Ingenting är värt att göra om det inte lämnar metadata efter sig.¹

Hur det går med nyårsloftet? Som jag trodde: små steg är bäst.

Fotnot:

1. <http://adamerlandsson.jaiku.com/presence/50447146#c-1944093>
(http://korta.nu/sswc10_163)

Texten finns publicerad på:

<http://strm.se/2010/07/19/ditt-meta-jag/>

http://korta.nu/sswc10_164

Per Åström: 35 år, pappa, gift, teknikchef på TV4 Nya Medier och bloggar på strm.se. Heter oftast perkovich på nätet, bland annat på Twitter, Facebook, Flickr och på Jaiku där jag är en av få fortfarande aktiva användare.

Jag, min far och sammanflätande berättelser

Mattias Östmar

@mattiasostmar

Igår fyllde min pappa 63 år och vi hade familjemiddag i mitt barndomshem. Idag skriver jag en text till #SSWC-boken på vänlig inbjudan av Mattias Boström och tänker förstås skriva om psykografi, min stora passion. Så slår det mig att det ju finns många fler sätt att läsa andra människors psykologiska och själsliga karta än att göra textanalys och använda systematiska psykologiska teorier. Man kan även ta del av en annan människas berättelse helt enkelt. Såsom jag tagit del av min pappas berättelser och i min tur spinner vidare med egna trådar.

Den här berättelsen börjar med en låt som farsan lärde mig att gilla. Han brukade sjunga den med sin djupa basstämma när jag var liten. Igår kväll när jag och min polare Björn drack för mycket rosé och battlade ihop en gemensam Spotify-lista¹ med favoritlåtar blev jag påmind om pappa. Vi gillar båda den här låten². Lyssna på texten och du får kanske en inblick i både mina och min pappas drömmar och längtan, dolt djupt därinne.

Pappa har gjort en resa från fattiga förhållanden som barn och fick tidigt lära sig att klara sig själv. Hans egen matlagande, socialt begåvade och omtyckta pappa dog ifrån honom alldeles för tidigt. Med arbete, självdisciplin och en enveten jävlaranamma jag gärna vill tro att jag ärvt tog han först sig själv, därefter hela sin familj uppåt och framåt år efter år. Några bakslag. Några verkliga framgångar. Fortsatt uppåt och framåt. Till, vill jag tro, en sån kväll som idag.

Zen-buddhisterna vet att nyckeln till sinnesfrid är att inte sträva.

Om man vill nåt blir resultatet tandgnisslande nätter, en liten vulkan i magen och ibland eldfångda eruptioner som bränner de man älskar mest och strävar för. Som man önskar att få uppleva det vi upplevde tillsammans igår när hela familjen samlades, delade god mat, lekte och lät våra olika livshistorier delas och dansa runt en stund – och alla MÅR BRA ihop en stund.

Jag tänker på pappas strävan idag när jag är i samma ålder som han var när han var mitt i strävandet. Jag var en liten hyperaktiv 2-åring som blev introducerad till böcker och berättelser av min pappa liggandes mot hans bröst på kvällen. Men som också kände hans spändhet och vulkan och blev rädd först och sedan arg själv, så liten jag var. Jag är så väldigt glad för att pappa nu kan lägga den där strävan bakom sig och njuta av resultatet i det som jag vet betyder mest för honom – hans familj. Vi.

Och jag vet att pappa vet när han ser mig och min strävan, känner min vulkan och hur jag skyler över hur jag gnisslar tänder på nätterna. För nu har jag min egen strävan, med- och motgångar och långsiktiga dröm. Som jag i min tur hoppas ska ge tillbaka till alla som har gett och ger till mig. Ingen av oss är perfekta. Vi är alla lika i botten. Ytan är bara smaker av samma mat – och resan vi alla gör är alltid densamma. Har vi tur får vi, som jag, fortsätta på en inspirerande resa påbörjad av våra föräldrar.

Pappa – jag är väldigt stolt över dig och det du skapat för oss omkring dig! Koppla av och njut nu!³ 😊

Fotnoter:

1. <http://open.spotify.com/user/bjornfalkevik/playlist/7aUxkBBTmRjZt9OFYiXS> (http://korta.nu/sswc10_165)
2. Roger Miller: King of the Road <http://www.youtube.com/watch?v=9GOkc6aEfkM> (http://korta.nu/sswc10_166)
3. Pernilla Andersson och Dregen: Jag och min far http://www.youtube.com/watch?v=T_Mn5vNMaX8 (http://korta.nu/sswc10_167)

Texten finns publicerad på:

<http://www.mattiasostmar.net/jag-min-far-och-sammanflatande-berattelser/>

http://korta.nu/sswc10_168

Mattias Östmar är nyfiken på nätet, samhälle, filosofi – så det rymmer ju en del att nosa i. Passionen stavas psykografi och drömmen är att analysera all mänsklig kommunikation i de sociala medierna i realtid för en karta över det mänskliga medvetandet.

Twitter @mattiasostmar | Blogg: mattiasostmar.net