

NORDISKA MUSEET
SVENSKA TRENDER OCH TRADITIONER



MOT NYA MEDIER
STRATEGI OCH MÅLBILD

SAMLINGAR UTAN MOTSTYCKE

6-7 miljoner bilder

5 500 hyllmeter arkivhandlingar

1,5 miljoner föremål

4 000 hyllmeter publikationer

VISION



NORDISKA MUSEET **MOT NYA MEDIER**

VISION

Nordiska museet ska vara det främsta museet när det gäller digital kommunikation om kulturhistoria och kulturarv

Verksamheten ska bjuda in till en aktiv dialog och delaktighet och attrahera en bred och mångfacetterad publik

Museet ska vara den självklara arenan för alla som vill ta del av och dela med sig av kulturhistorisk kunskap

Besökaren ska stå i centrum och verksamheten ska genomsyras av:

- interaktion
- kommunikation
- medskapande

MÅL



NORDISKA MUSEET MOT NYA MEDIER

MÅL

Det övergripande målet är att Nordiska museet 2014 är ett av Nordens främsta museer när det gäller digital försörjning av kulturarvsinformation och kommunikation kring kulturhistoria och kulturarv

Nordiska museet ska:

- attrahera en större och bredare publik
- etablera ett starkare engagemang
- fördjupa relationerna med strategiska målgrupper

I målet ingår även att förstärka och fördjupa kontakten och relationen med vår nuvarande publik

MÅL

Nordiska museet vill kunna erbjuda besökarna ett mer sammansatt och utökat utbud som kan stimulera till en tätare dialog, ökat utforskande och medskapande inför, under och efter det fysiska besöket i museet. För att nå dit vill vi:

- öka kännedomen om vår kulturhistoriska kunskapsbank och göra den tillgänglig och intressantare för fler
- engagera fler människor att möta oss och varandra för att kommunicera kring det förgångna, nutiden och framtiden och att stimulera fler att vilja bidra med sin egen kunskap
- bli ett museum som berör människors känslor och som öppnar upp för kommunikation och delaktighet

MÅL

Vårt mål är att användarna ska komma människan närmare genom att få inblick i olika personers liv och arbete från skilda tider och samhällsklasser - hur de tänkte och resonerade, vad som inspirerade och roade dem, hur de såg på sitt förgångna och sin framtid

Därtill vill vi stimulera personer från olika delar av landet, samhällsklasser, etniska bakgrunder och nationaliteter att dela med sig av och samla in kunskap om hur vi arbetar, lever och resonerar idag samt bidra till att fördjupa och komplettera den kunskap vi har om den tid som varit.

På så sätt hoppas vi att den enskilde kan vidga sina referensramar och öka sin förståelse för kulturhistoriens betydelse för dagens samhällsutveckling.

STRATEGI



NORDISKA MUSEET MOT NYA MEDIER

STRATEGI

Tre strategiska områden har valts ut:

- Öppenhet, kommunikation och delaktighet
- Dynamisk och nyskapande användning
- Väl fungerande basinfrastruktur

ÖPPENHET, KOMMUNIKATION OCH DELAKTIGHET

- För att kunna interagera med vår publik behöver vårt kunskapsinnehåll öppnas upp mer och bli mer tillgängligt. Användarna ska enkelt kunna hitta, hämta och återanvända vår information
- Nordiska museet ska vidare välkomna publiken som bidragsgivare och samarbetspartner, dialog och debatt ska vara förankrad i hela den nya verksamheten, genom aktiv användning av forum, bloggar och interaktiva webbplatser

DYNAMISK OCH NYSKAPANDE ANVÄNDNING

Huvudmålet med området är att öka och bredda användningen av informationen genom att stimulera innovativa och nya användningsområden

För att nå dit behöver vi:

- förädla och paketera större delar av informationen så att berättelsen kan bli en ingång till källmaterialet
- förstärka befintliga men också att utveckla nya modeller för lärande anpassade för framförallt barn och skolan
- systematiskt publicera och kommunicera museets information och kunskap på andras webbplatser där de stora användargrupperna finns

VÄL FUNGERANDE BASINFRASTRUKTUR

Utan en väl fungerande basinfrastruktur fungerar i längden inte arbetet med att förmedla och kommunicera innehållet i vår kunskapsbank

För att nå dit behöver vi:

- kartlägga det digitala informationsflödet och bygga upp en verksamhetsövergripande och väl fungerande infrastruktur
- ta fram en fungerande processkedja för den digitala insamlingsverksamheten, likaså en strategi för digitalisering och långtidslagring
- koppla vårt arbete gentemot det nationella strategiarbetet och aktivt delta i detta arbete

VAD HÄNDER NU?

Nordiska museet har inrättat avdelningen för Nya medier, för att kunna implementera strategin i verksamheten

Vill du veta mer om Nordiska museets strategiarbete och vad som händer nu är du välkommen att kontakta Sven Rentzhog på:

[Twitter @sveren](#)

[Blogg](#)

sven.rentzhog@nordiskamuseet.se

070 – 655 05 14