

Portaler, innhold og CMS

Se også artikkelen "Portaler og Web-tjenester" i Mellvik-Rapporten nr. 110.

"Content Management? Nei, vi driver ikke med slikt. Det er IT-avdelingen og portal-gutta som beskjeftiger seg med den slags. Vi har annet å gjøre." Det spiller ingen rolle hvor eller hvem et slikt utsagn kommer fra. Poenget er at det dukker opp ofte – og at det alltid signaliserer en misforståelse. Nærmest uansett hvilken virksomhet vi snakker om, er det IT-avdelingen som har minst behov for innholdsstyring. At det på den andre siden er naturlig at IT-avdelingen har utviklings- og driftsansvar for slike verktøy, er en helt annen historie.

Begreper og forståelse

Poenget – eller problemet – i første omgang er at begrepet 'innhold' fortsatt er lite forstått, slik at 'innholdsstyring' blir meningsløst for de aller fleste. Dersom vi i stedet begynner å snakke om dokumenter, dokument-kontroll, revisjoner og eierskap, løser det. Vi sier ikke dermed at innhold og dokumenter er det samme, men at de er tilstrekkelig beslektet til at sistnevnte kan brukes som hjelpemiddel for å forklare det første.

Den korte introduksjonen til vår nye begrepsverden blir da at innhold er papirløse dokumenter. Spranget fra dokumenter til innhold er imidlertid vesentlig større enn fra papir til digital form. Nye verktøy gir nye muligheter, og å finne og utnytte disse mulighetene er i første omgang en oppgave i seg selv.

Når vi har tilbakelagt de begrepsmessige barrierene, kommer det raskt for en dag at verktøy for styring og deling av innhold allerede har vært med oss i et tosifret antall år, primært under betegnelsen gruppevare. Et CMS – *Content Management System* – er et moderne gruppevaresystem, med mange av de samme mulighetene, verktøyene og egenskapene. Den viktigste forskjellen er at et moderne CMS for det første benytter nettleseren som klient og for det andre har en helt annen grad av fleksibilitet med hensyn til styring, publisering og formattering av innhold. Dessuten – takket være utstrakt bruk av standarder, er grensesnittene mot et CMS både på klientsiden og i 'bakkant', typisk så fleksible at de lett kan integreres mot hva som helst av andre web-baserte løsninger.

Fra funksjon til løsning

Moderne web-baserte innholdsstyrings-systemer har vært under utvikling og i bruk siden slutten av 90-tallet. De har vært en viktig drivkraft bak både utvikling og etablering av dagens portal-konsepser. Faktum er at den delen av markedet som har et forhold til CMS, i mange tilfeller setter likhetstegn mellom CMS og portal – ikke minst fordi en rekke av dagens portal-produkter i hovedsak er nettopp CM-systemer. Mens denne sammenblandingen er naturlig, er den også et bidrag til forvirring – hvilket kvalifiserer følgende oppklarende punkter:

- ✓ De fleste moderne CMS-produkter inkluderer et portalrammeverk som gjør at de kan klare seg på egen hånd, uten hjelp fra et eksternt portal-produkt.
- ✓ De fleste portal-produkter på markedet inkluderer enten egen CMS-funksjonalitet eller aktive koblinger til ett eller flere CMS-produkter.

Det er naturlig å kalle den første varianten for en 'dokument-portal'. Spesielt som intern informasjonskanal har slike portaler fått raskt voksende utbredelse de siste årene, der de utgjør en viktig del av informasjonsflyten i organisasjonen. Typiske anvendelsesområder er distribusjon av interne nyheter, informasjon til ansatte, håndbøker, policy-dokumenter, diskusjonsgrupper og så videre. I noen tilfeller erstatter de eksisterende gruppevaresystemer, mens de i andre tilfeller inngår som en del av en større omleggingsprosess.

Et moderniseringsverktøy

Her er vi ved et nøkkelpunkt: CM-systemer har ingen verdi eller rolle å spille i seg selv, og kan kun unntaksvis introduseres som direkte erstatning for eksisterende mekanismer eller prosesser. Deres viktigste bidrag er for det første å effektivisere informasjonsflyten i organisasjonen, og for det andre å legge forholdene til rette for en modernisering av måten organisasjonen fungerer på.

Det finnes utallige eksempler på hvordan introduksjon av et slikt verktøy, som i realiteten er like viktig for alle deler av organisasjonen, kan

sette i gang – og bli en del av – en effektivisering som ikke bare langt overgår enhver forventning, men som på sikt bidrar til å forandre måten organisasjonen arbeider på. Naturligvis finnes det også eksempler på det motsatte – og analyser av forskjellen mellom suksess og fiasko (se margrammen).

Noen viktige observasjoner i den forbindelse, er:

- ✓ Kunnskap om hva et CM-system er og hvilke muligheter et slikt system gir, må finnes før planlegging startes.
- ✓ Planleggingen må ha bred forankring i organisasjonen, ikke minst på toppen. I motsatt fall har et portal/CMS-prosjekt lett for å bli IT-sentrisk, hvilket er en snarvei til fiasko.
- ✓ "Keep it simple" er en målsetting som aldri går ut på dato. Flinke selgere og produkter med et funksjonaltitetsspekter som kan ta pusten fra

Om ledelse, ansvar og portaler

For et års tid siden utga analyseselskapet Giga Research en betenkning som tok for seg behovet for nettopp engasjement fra ledelsen i forbindelse med portal-prosjekter. Oppsummeringen nedenfor henger 'bjella på katten' på en ypperlig måte:

Portals can support a wide range of strategic and tactical business objectives, from transforming how the organization acts to simply cutting costs. Regardless of the approach or investment level, active executive support contributes significantly to ongoing portal success. Portals change how people interact with information, process and each other, and, without clearly defined goals and investment strategies, they can founder like many other human productivity initiatives that overlook the importance of leadership, direction and consistent communication in addressing and attenuating cultural issues. The technology implications of a portal project are minor compared to the social and political factors that can arise. Therefore, leadership by example, unwavering focus on the business objectives and accountability through active monitoring of key metrics will keep portal implementations on track and align user behavior with the intended purpose of the portal. CEOs should never be responsible for the portal, but their actions should speak to its importance and support those who have the most to gain from its long-term adoption and use.

hvem som helst, gjør det lett å skru opp ambisjonene av de gale årsakene.

- ✓ En portal, ekstern eller intern, skal i 99 av 100 tilfeller inneholde et CMS. Ofte skal den også ha annen funksjonalitet som ikke dekkes av et CMS. Her er faktorenes orden ikke likegyldig. Erfaringsmessig er det smart å begynne med CM-systemet, implementere og få erfaring med dette, og deretter utvide funksjonalitet og tjenester. I noen tilfeller vil det bety at dokument-portalen blir foldet inn i en større portal, hvilket sjelden byr på problemer, og representerer en grei progresjon.
- ✓ Flere av dagens dokumentportaler (vi kommer tilbake til noen av dem avslutningsvis) har funksjoner og utvidelsesmuligheter som gjør det mulig å utvikle dem til nærmest vilkårlig funksjonalitet. At slike utvidelser alltid krever en porsjon skreddersøm, kan umiddelbart se ut som en ulempe – inntil vi innser at så er tilfelle uansett hvilket produkt som velges.

Hovedpoenget er at de fleste portalprosjekter med fordel kan starte med dokumenter: Dokumentflyt og innholdskontroll, fordeling av roller, ansvar, brukerkategorier/klasser, identifikasjon av dokumenter og prosesser – for eksempel HMS-dokumenter, strategier, policy-dokumenter, regler og rutiner, informasjons-skriv, salgsrapporter, og så videre. Erfaringene som erverves underveis er gull verdt når neste etappe skal planlegges og igangsettes.

Valg av verktøy

Gjennomgangen ovenfor impliserer også et annet viktig poeng: At oppgavene og dermed målsettingen defineres før verktøyet velges. Forbausende ofte skjer det motsatte – i noen tilfeller under motto “veien blir til mens vi går”. En slik fremgangsmåte gir imidlertid sjelden gode og aldri optimale resultater. På den andre siden er det ingen ting i veien for å gjøre undersøkelser på produksiden mens planleggingen pågår. Slike undersøkelser kan være både kunnskapsbyggende og idéskapende, i tillegg til at de bidrar til å forkorte valgprosessen når den tid kommer.

Portaler og plattformer

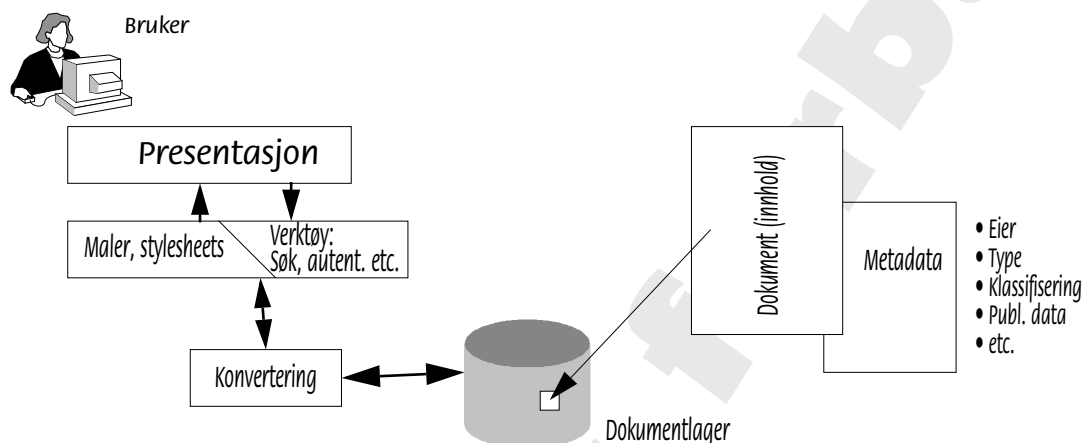
Det forundrer oss ofte hvor amatørmessige og rotete mange portaler fremstår – ikke minst med hensyn til typografi og plassering av grafikk. Årsaken er ofte tankeløshet fra utviklernes side: Portalene utvikles for og testes med Microsofts Internet Explorer, uten tanke på standarder og plattformuavhengighet. Resultatet er at portalen fremstår som uprofesjonell overfor en voksende del av potensielle besøkende. Som vi diskuterte på lederplass i forrige utgave av Mellvik-Rapporten, vil ‘reparasjon’ av slike portaler komme som en uventet og unødvendig kostnad for titusenvis av virksomheter i de neste 2 årene.

Å unngå slike plattformavhengigheter er verken vanskelig eller kostbart, og går heller ikke ut over resultatet. Faktum er at å følge standarder i lengden alltid er rimeligere enn det motsatte. Derfor er nettopp forholdet til standarder og plattformer et viktig element i evalueringen av produkt og utviklingspartner i ethvert portal-prosjekt.

Vi har allerede nevnt to kategorier portalverktøy: Komplette portaler der levering av applikasjoner og tjenester via et web-grensesnitt står i fokus, og dokument-portaler, der CMS er hovedingrediensen. Skillelinjen mellom de to er langt fra distinkt, hvilket like godt kan være en fordel som en ulempe. En fleksibel dokument-portal med muligheter for utvidelser i bakkant, vil for mange organisasjoner være alt de trenger, til intern eller ekstern bruk. Et godt eksempel er Lufthansas kundeportal [www.lufthansa.com] – som i tillegg til å levere kontinuerlig oppdatert informasjon, også håndterer billett-bestillinger og andre kommersielle funksjoner, basert på et Open Source CM-system.

Innhold vs. presentasjon

Et av de viktigste kravene til en dokumentportal er at den skiller klart mellom innhold og presentasjon. Innhold, som i fysisk forstand typisk er tekst og bilder, skal generelt ikke legge føringer på hvordan det presenteres. Fonter, farger, bakgrunn og andre presentasjons-relaterte elementer (utseende) skal kunne tilpasses og forandres uten tanke på selve innholdet, som i sin tur skal vedlikeholdes med verktøy som er optimale for 'redaktørene' – uten sterke føringer fra CM-systemet. Figur 1 illustrerer noen av disse sammenhengene.



Figur 1 Et klart skille mellom presentasjon og innhold er en viktig egenskap ved en dokument-portal. Videre skal verktøyene for å tilpasse utseendet være enkle og lett tilgjengelige. Det samme gjelder for redaksjonelle verktøy – for innlegging og endring av innhold og metadata og klassifisering av innhold – i forhold til såvel brukere som 'redaktører' (de som kan legge inn og endre ulike typer innhold).

CMS og egenskaper

Utover egenskaper vi allerede har vært inne på, er følgende faktorer viktige å se etter når et CM-system skal evalueres:

- ✓ Et fleksibelt system av **maler** som styrer hvordan innhold presenteres. I denne sammenhengen betyr fleksibilitet blant annet at maler må kunne referere til hverandre, slik at (for eksempel) sider med marginale forskjeller kan benytte samme hovedmal og gjemme forskjellene i underliggende maler.
- ✓ Såkalte **stylesheets** hører med til de viktigste nyvinningene web-teknologien har levert de siste 10 årene, og legger grunnlag for en nærmest ekstrem fleksibilitet i tilknytning til presentasjon av informasjon og tilpasning av utseende for web-sider. Maler og *stylesheets* utgjør til sammen selve grunnpilaren i en effektiv og fleksibel portal.
- ✓ Fleksible **dokumentformater**: Mens HTML er språket for web-sider, skal medarbeidere som lager eller bearbeider innhold, ikke verken måtte kjenne til eller bruke HTML. Systemet skal kunne ta imot dokumenter i de formater som er mest hensiktsmessige for organisasjonen, og inneholde verktøy for automatisk konvertering til de interne formater som måtte være påkrevet.

- ✓ **Metadata** er informasjon om innholdet, og finnes for hvert dokument som registreres i et system. Aktiv bruk av metadata er en av forutsetningene for å lage en levende og aktuell dokument-portal, og systemet må ikke legge hindringer i veien for utvidelser og tilpasninger i metadata etter behov. Eksempler på metadata er nøkkelord, publiserings-dato, utgår-dato, eier, forfattere, oppdateringsdato, revisjons-historie, godkjent-dato og så videre.
- ✓ **Roller og aksesskontroll:** Uten tilgjengelighets-kontroll og mulighet til å gi ulike brukere forskjellige roller, er et CM-system lite verdt. Et sofistikert og fleksibelt system har for det første et spekter å spille på med hensyn til roller, rettigheter og kontroll, og dessuten effektive og oversiktlige mekanismer for tildeling og administrasjon av brukere, roller og metadata. All verdens fleksibilitet er lite verdt dersom verktøyet for å administrere herligheten ikke er godt nok.
- ✓ **Angre-muligheter:** Feil skjer – og gjøres, og et avansert CM-system bør gi både brukere (som kan endre sine personlige data, profiler, preferanser og mer) og 'innholds-redaktører' mulighet til å gå tilbake til tidligere utgaver av et vilkårlig objekt.
- ✓ **Integrasjonsmuligheter:** Selv om en dokumentportal i mange tilfeller kan klare seg godt på egen hånd, vil virksomheter flest ønske at den samspiller med, kanskje integreres med, en eksisterende eller kommende portal. Her er ikke bare grensesnitt og standarder viktige, men også hvilke plattformer løsningen kan kjøre på, hvordan den forholder seg til brukeridentiteter (LDAP, *Identity Management*), krav til data-baser og så videre.

Listen fortsetter, og prioriteringene avhenger av behov, omgivelser og hvordan systemet skal brukes. De fleste produktene på markedet, inklusive de vi nevner i tabell 1, tilfredsstillende disse kravene i større eller mindre grad, og er naturlige kandidater for evaluering.

Det er spesielt interessant å legge merke til den sterke norske representasjonen i tabellen, hvilket blant annet signaliserer at det finnes mye solid kompetanse innen rekkevidde. Årsaken til at de fleste store portal-leverandørene (IBM, BEA, SUN, m.fl.) er utelatt, er ganske enkelt at deres CM-systemer er for svake til å regnes som selvstendige alternativer. Leverandørene selv legger ikke skjul på dette og anbefaler gjerne ett eller flere alternative systemer som lett integreres med deres portal.

Konklusjon

En dokumentportal er et universalverktøy i den forstand at den er nyttig og etterhvert viktig for praktisk talt enhver organisasjon. Den kombinerer og utvider egenskapene i og nytteverdien til et gruppevare-system og en web-tjener, og trenger ikke å koste særlig mer enn tiden som investeres – i forberedelser og implementasjon/tilpasninger.

Tabell 1 Blant de mest interessante CMS-produktene på markedet er det et forbausende tett innslag av produkter med norsk opphav – i såvel Open Source som kommersiell klasse. Se etter pekere til referanser via leverandørenes web-sider – og fra siden med tilleggsinformasjon til denne utgaven av Mellvik-Rapporten (se side 35 for detaljer).

Produkt/leverandør	Type	Kommentar
eZ publish fra eZ systems www.ez.no	Dokumentportal, Open Source	Et norsk Open Source-prosjekt som har fått fart i sakene de siste årene. Med base i Skien har eZ publish funnet veien til web-tjenere over store deler av verden. eZ publish er en komplett dokument-portal med brede muligheter for utvidelser i bak-kant. Primærplattformer er Windows og Linux, men produktets Open Source natur gjør det trivielt å flytte til andre plattformer (Unix, Mac OS X etc.)
CorePortal fra CoreTrek www.coretrek.no	Dokumentportal	CorePortal er en enkel generell portal og et komplett CM-system med betydelig utbredelse i Norge, ofte i kombinasjon med applikasjonsportaler fra for eksempel Sun. Produktet utvikles og selges av Sandnes-selskapet CoreTrek as.
SAPportal www.sap.com	Komplett applika-sjonsportal	SAPs portalprodukt inneholder et komplett og omfattende CM-system. Produktet er imidlertid først og fremst interessant for organisasjoner som allerede kjører SAPs ERP-system.
Plone www.plone.org	Dokumentportal, Open Source	Plone har tallrike fellestrekk med eZ publish, inklusive stor gehalt av norsk deltage-lse. Produktet er basert på et annet Open Source-produkt, Zope – et rammeverk for bygging av applikasjonstjenester og CM-systemer [www.zope.org]. Zope og Plone har stor utbredelse over hele verden, og systemene er godt dokumenterte, blant annet gjennom generelt tilgjengelige bøker. Vi ser nærmere på nettopp Plone i neste utgave (se baksiden).
Oracle Portal www.oracle.com	Komplett applika-sjonsportal	Oracles portalsatsing har flyttet seg fra ikke-eksisterende til å bli en av lederne i segmentet på forbausende kort tid, takket være blant annet satsing på standarder og gratis opplæring av utviklere. CM-systemet er omfattende og adekvat for de fleste formål.
Enonic www.enonic.no	Dokumentportal	Nok en norsk aktør i dette spennende segmentet, med en komplett og omfattende dokument-portal og muligheter for skreddersøm i alle tenkelige og utenkelige ret-ninger. Enonic brukes – som CorePortal – ofte i kombinasjon med store applika-sjonsportaler, for eksempel IBMs WebSphere.

Den relativt gode tilgangen på høykvalifisert kompetanse i markedet gjør at tiden er moden for de som hittil har sittet på gjerdet. For orga-nisasjoner som allerede har skaffet seg erfaring på området, kan det være opportunt med en evaluering av status og erfaringer i forhold til de verktøy som nå er tilgjengelige. Feltet er i rask utvikling – hvilket blant annet betyr at verktøy, muligheter og egenskaper av i dag er vesentlig bedre enn for ett og to år siden.

[I neste utgave skal vi se nærmere på ett av disse verktøyene, Plone, i vår faste spalte 'Godbiter'. Følg med!] ■