

Fakultet for lærerutdanning og kultur

Morten O. Reiten

Masteroppgave

Digital Kulturarv – Bruk av digital teknologi i samlingsforvaltning og formidling i norske museer

Digital collection management and dissemination in Norwegian museums

Master i digital kommunikasjon og kultur

2019

Samtykker til tilgjengeliggjøring i digitalt arkiv Brage

JA NEI

Innhold

INNHold	3
NORSK SAMMENDRAG	8
ENGELSK SAMMENDRAG (ABSTRACT).....	9
1. INNLEDNING	11
1.2 BAKGRUNN	11
1.3 PROBLEMSTILLING	13
1.4 DEFINISJONER OG OPPBYGGING AV OPPGAVEN	15
1.4.1 <i>Definisjoner</i>	15
1.4.2 <i>Oppbygging av oppgaven</i>	17
2. METODE	19
2.1 VALG AV METODER.....	19
2.2 UTVALG	22
2.2.1 <i>Maihaugen</i>	22
2.2.2 <i>Rockheim</i>	23
2.2.3 <i>Norsk jernbanemuseum</i>	25
2.3 INTERVJUENE	25
2.4 EVALUERING AV INTERVJUPROSESSEN.....	27
2.4.1 <i>KulturIT</i>	27
2.5 TIDLIGERE FORSKNING.....	29
3. TEORIER OM DET DIGITALE.....	31
3.1 TEORETISKE PERSPEKTIVER PÅ DET DIGITALE OG DIGITAL KULTURARV	31
3.2 FRA WEB 1.0 TIL WEB 3.0	32
3.3 WALTER BENJAMIN OG REPRODUKSJONSTEORIER	34

3.4	AMATØRENE TRUSSEL – ANDREW KEEN.....	36
3.5	CHRIS ANDERSON OG THE LONG TAIL.....	38
3.6	NINA FURU - FRA TRIGGERORD TIL HASHTAG	40
3.7	SOSIALE MEDIER VED IDA AALEN	42
3.8	HVOR TEORIEN SLUTTER OG POLITIKK OG PRAKSIS OVERTAR	44
3.9	OLE MARIUS HYLLAND - #MANGLETRE – OM MAKT OG IDEOLOGI I DEN DIGITALE KULTURARVENS POLITIKK.....	45
4.	DOKUMENTANALYSE. KULTUR- OG MUSEUMSPOLITIKK I NORGE PÅ 2000-TALLET	
	50	
4.1	MODERNE KULTURPOLITIKK	50
4.2	ST.MELD.NR. 22 KJELDER TIL KUNNSKAP OG OPPLEVING (1999-2000) OG ST.MELD.NR. 49 FRAMTIDAS MUSEUM (2008-2009).....	50
4.3	ST.MELD.NR.24 (2008-2009) NASJONAL STRATEGI FOR DIGITAL BEVARING OG FORMIDLING AV KULTURARV.....	52
4.4	RIKSREVISJONENS UNDERSØKING AV DIGITALISERING AV KULTURARVEN (DOKUMENT 3:4 2016-2017). 54	
4.5	MELD.ST.8 (2018-2019) – KULTURENS KRAFT	55
4.6	OFFENTLIG OPPMUNTRING TIL DIGITALISERING AV KULTURARV.....	57
5.	OBSERVASJON AV MUSEUMSANLEGG, UTSTILLINGER OG DIGITAL FORMIDLING	
	58	
5.1	MAIHAUGEN.....	58
5.1.1	<i>Maihaugens anlegg og utstillinger.....</i>	58
5.1.2	<i>Maihaugen på nett.....</i>	61
5.1.3	<i>Maihaugen i sosiale medier</i>	63
5.1.4	<i>Kort oppsummering Maihaugen.....</i>	65
5.2	ROCKHEIM	65
5.2.1	<i>Rockheims anlegg og utstillinger</i>	65

5.2.2	<i>Rockheim på nett</i>	69
5.2.3	<i>Rockipedia</i>	72
5.2.4	<i>Rockheim i sosiale medier</i>	73
5.2.5	<i>Kort oppsummering Rockheim</i>	74
5.3	NORSK JERNBANEMUSEUM	74
5.3.1	<i>Norsk jernbanemuseums anlegg og utstillinger</i>	74
5.3.2	<i>Jernbanemuseet på nett</i>	76
5.3.3	<i>Norsk jernbanemuseum i DigitaltMuseum</i>	78
5.3.4	<i>Norsk Jernbanemuseum i sosiale medier</i>	81
5.3.5	<i>Kort oppsummering Norsk jernbanemuseum</i>	82
6.	DISKUSJONEN OM DET DIGITALE	83
6.1.1	<i>Museums goes digital – Direktørens kvarter</i>	83
6.1.2	<i>Kulturpolitiske føringer</i>	84
6.1.3	<i>Visjoner og mål</i>	86
6.1.4	<i>Makt og demokratisering</i>	90
6.1.5	<i>Bruk og erfaringer fra det digitale</i>	93
6.1.6	<i>Samarbeid og endring</i>	95
6.1.7	<i>Utfordringer og muligheter rundt det digitale</i>	97
6.1.8	<i>Kort oppsummering direktørene</i>	99
6.2	SAMLINGSFORVALTNING	100
6.2.1	<i>Museet og samlingene</i>	100
6.2.2	<i>Digitale verktøy og digital delingskultur</i>	100
6.2.3	<i>Erfaringer knyttet til digitale verktøy i samlingsforvaltning</i>	104
6.2.4	<i>Utfordringer i samlingsforvaltningen</i>	107

6.2.5	<i>Fremtidens digitale samlingsforvaltning</i>	110
6.2.6	<i>Kort oppsummering samlingsforvaltning</i>	113
6.3	FORMIDLING.....	114
6.3.1	<i>Digital teknologi i museumsanleggene</i>	115
6.3.2	<i>Tilgjengelighet og det digitale</i>	117
6.3.3	<i>KulturIT og DigitaltMuseum</i>	118
6.3.4	<i>Sosiale medier</i>	120
6.3.5	<i>Erfaringer fra det digitale</i>	121
6.3.6	<i>Fremtidens museum og det digitale</i>	123
6.3.7	<i>Kort oppsummering formidling</i>	124
7.	AVSLUTTENDE DRØFTINGER OG ET FORSØK PÅ OPPSUMMERING	126
	LITTERATURLISTE	129

Illustrasjoner brukt i oppgaven (alle foto er tatt av forfatteren):

- Fig. 1. Maihaugen, foaje/inngangsparti, 2019
- Fig. 2. Maihaugen, lydstasjon, 2019
- Fig. 3. Maihaugen, radio i stue med digital lyd, 2019
- Fig. 4. Maihaugens nettside, skjermdump 2018
- Fig. 5. Maihaugens nettside, skjermdump 2018
- Fig. 6. Maihaugens nettside, skjermdump 2018
- Fig. 7. Maihaugens Facebookside, skjermdump 2018
- Fig. 8. Rockheim, ved inngangen til basisutstillingen 2018.
- Fig. 9. Rockheim, 1960-tallsrommet 2018.
- Fig. 10. Rockheim, touchskjerm 2018.
- Fig. 11. Rockheim, skjerm ved Rockens Verktøy, 2018.
- Fig. 12. Rockheim, Rockens Verktøy, 2018.
- Fig. 13. Rockheim, turnebuss i 1970-tallsavdelingen, 2018.
- Fig. 14. Rockheim, skjerm i 1970-tallsavdelingen, 2018.
- Fig. 15. Rockheim. Laserpenn til bruk i utstilling, 2018.
- Fig. 16. Rockheim. Laserpenn til bruk i utstilling, 2018.
- Fig. 17. Rockheim. Film, lyd og bilder i 1980-tallsrommet, 2018.
- Fig. 18. Rockheim, miksebord styrer lyd, film og bilde, 2018.

-
- Fig. 19. Rockheims nettside, skjermdump 2019.
- Fig. 20. Rockheims nettside, skjermdump 2019.
- Fig. 21. Rockheims nettside, skjermdump 2019.
- Fig. 22. Rockheims nettside, skjermdump 2019.
- Fig. 23. Rockipedia, skjermdump 2019.
- Fig. 24. Norsk jernbanemuseum, iPader med KulturPunkt, 2019
- Fig. 25. Norsk jernbanemuseum, lydkulisse i togkupe, 2019
- Fig. 26. Norsk jernbanemuseum, skjerm i utstilling, 2019
- Fig. 27. Norsk jernbanemuseum, skjerm i utstilling, 2019
- Fig. 28. Norsk jernbanemuseum, bruk av Kulturpunkt-app i friluftsmuseet, 2019
- Fig. 29. Norsk Jernbanemuseums nettside, skjermdump 2019.
- Fig. 30. Norsk Jernbanemuseums nettside, skjermdump 2019.
- Fig. 31. Norsk jernbanemuseum på DigitaltMuseum, skjermdump 2019
- Fig. 32. Norsk jernbanemuseum på DigitaltMuseum, skjermdump 2019
- Fig. 33. Norsk jernbanemuseum på DigitaltMuseum, skjermdump 2019
- Fig. 34. Norsk Jernbanemuseums Facebookside, skjermdump 2019

Vedlegg:

- 1: NSD vurdering av meldeskjema
- 2: Samtykkeskjema
- 3: Intervjuguide direktører
- 4: Intervjuguide samlingsforvaltning
- 5: Intervjuguide formidling

Norsk sammendrag

I denne masteroppgaven undersøker jeg hvilke digitale verktøy som brukes innen samlingsforvaltning og formidling i norske museer. Jeg spør også hvilke erfaringer museene har fra bruk av denne teknologien. Oppgaven favner om både en dokumentanalyse, en observasjonsstudie og en hoveddel bestående av intervjuer gjort med 10 informanter på Rockheim, Maihaugen og Norsk jernbanemuseum i 2018/2019. Masteroppgaven viser at det er en del forskjeller i hvordan man jobber med det digitale, og ganske mange likheter. Alle tre institusjonene forholder seg til og kjøper tjenester fra bransjens egen utvikler og leverandør, KulturIT. Det er til dels svært ulikt omfang og ulik bruk av digital teknologi i formidlingsarbeidet i de ulike museumsanleggene, og dette diskuteres relativt inngående med begrunnelser på hvorfor de har tatt de valg de har tatt. For å kunne forstå og vurdere en del sentrale problemstillinger har jeg brukt et utvalg teori som jeg mener belyser ulike deler av det digitale feltet som kan være relevante for min problemstilling. Jeg bruker først Walter Benjamin for å kunne si noe om det originale objektet kontra reproduksjon. Deretter bruker jeg motsetningene mellom Chris Anderson og Andrew Keen, som står på hver sin side i debatten om demokratisering, medvirkning og eierskap til det som skjer på internett, med utgangspunkt i teorien om web 2.0. Denne teorien belyses også gjennom en artikkel av Tim O'reilly. Videre bruker jeg lærebøker skrevet av Ida Aalen og Nina Furu for å kunne belyse en del aspekter i observasjoner av museenes aktivitet på nettsider og sosiale medier. Avslutningsvis bruker jeg Ole Marius Hyllands artikkel #Mangletre, som bygger bro mellom teoretiske diskusjoner og praktisert nyere norsk kulturarvpolitikk.

Engelsk sammendrag (abstract)

In this thesis, I examine which digital tools are used in collection management and dissemination in Norwegian museums. I also ask what experiences the museums have from using this technology. The thesis includes both a document analysis, an observation study and a main part consisting of interviews done with 10 informants at Rockheim, Maihaugen and the Norwegian Railway Museum in 2018/2019. The master thesis shows that there are some differences in how to work with the digital and quite a few similarities. All three institutions relate to and purchase services from the industry's own developer and supplier, KulturIT. There are, in part, very different scope and different use of digital technology in the dissemination work in the various museum facilities, and this is discussed relatively in depth with reasons for why they have taken the choices they have made. In order to understand and evaluate some key issues, I have used a selection theory that I believe illuminates various parts of the digital field that may be relevant to my problem. I first use Walter Benjamin to say something about the original object versus reproduction. Then I use the contradictions between Chris Anderson and Andrew Keen, who are on the opposite side of the debate on democratization, participation and ownership of what is happening on the Internet, based on the theory of web 2.0. This theory is also illustrated by an article by Tim O'reilly. Furthermore, I use textbooks written by Ida Aalen and Nina Furu to be able to elucidate some aspects in observations of the museums' activity on web sites and social media. In conclusion, I use Ole Marius Hylland's article #Mangletre, which bridges the gap between theoretical discussions and practiced recent Norwegian heritage policy.

Forord

Ved siden av full jobb som fotograf, utstillingsprodusent, researcher og tekstprodusent ved Norsk vegmuseum skulle jeg skrive masteroppgave på heltid. Oppgaven skulle leveres tre uker før vi åpner den største og mest omfattende utstillingen i museets 27-årige historie, et helt nytt, nasjonalt museumsbygg med en utstillingsfalte på 2000 kvadratmeter. Samtidig skal man forsøke å være pappa for to små. Det har vært nok å henge fingrene i det siste året.

Ved å fordele tiden, komme tidlig i gang med litteratur, gjøre unna intervjuer og la tanker og prosesser modnes, i tillegg til å skrive jevnt, har dette latt seg løse med en kort, planlagt permisjonsperiode og ganske intens jobbing de siste to ukene før innlevering.

Tilfanget av informasjon og stoff har vært stort, og utfordringen har først og fremst vært å kutte ned, ta vekk det som ikke griper inn i problemstillingen på en god måte, og skape naturlige sammenhenger og flyt. Takk til velvillige informanter, forståelsesfulle kolleger og ikke minst kone og barn som til sammen har gjort dette mulig. Takk også til veileder Mona Pedersen som har gitt gode råd underveis i prosessen og musikerkollega og venn Ole E. Wattne som har lest gjennom teksten og gitt gode innspill i avslutningsfasen.

1. Innledning

1.2 Bakgrunn

Jeg har alltid vært opptatt av historie. Derfor er jeg også levende opptatt av museer, og særlig de mekanismer som, når de lykkes, får et nær sagt hvilket som helst tema eller en hvilken som helst gjenstand til å fascinere meg i koblingen mellom objektet og fortellingen rundt, som gjerne omfatter mennesker tilknytning til det som stilles ut eller vises frem. Jeg er også en samlere, som gjennom tre tiår har kjøpt, solgt, byttet og samlet vinylplater. Dette tilfredsstiller mitt private behov for å jakte, innlemme, sortere og bruke objekter, med bakgrunn i et instinkt og en egenskap mange mener er blant de mest grunnleggende blant oss mennesker. Psykologiprofessor Leif Edvard Ottesen Kennair oppsummerte det slik i et intervju med NRK i 2017: "*Vi mennesker er samlere av natur. Vi har et behov for å koordinere, systematisere og samle. Og slik har det alltid vært.*" (nrk.no, 2017). Samlinger kan representere en hukommelse for samleren, og mange av mine LP-plater er for meg like sterke minneobjekter som postkort, fotografier og suvenirer. I mange tilfeller kan jeg huske hvor plata er kjøpt, hvem jeg var sammen med, og andre fragmenter fra samme tur, år eller periode. Dette er i overraskende sterk grad knyttet til det fysiske objektet, løsrevet fra dets egentlige funksjon som et medium for avspilling. Denne egentlige funksjonen vil likevel i mange tilfeller bidra til en forsterkning av sanseopplevelser og minner. På samme måte som man skiller mellom en original Munch og en reproduksjon fra møbelbutikken, er det sterke følelser knyttet til originalitet og førsteutgaver blant platesamlere. *Tingenes magi*, som er et såkalt *Verdiord* fra H. C. Andersens univers (hcasouvenirs.com u.å.) spiller på at gjenstander kan inneha en langt større verdi enn dets opprinnelige funksjon. Jeg liker begrepet, og låner det gjerne inn i eget ordforråd når jeg prøver å beskrive hvordan helheten av Lyd, lukt, materialitet, farger og bilder på omslaget, papirtykkelse og vinylvekt samlet skaper nærmest en populærkulturell relikvie.

Det digitale er likevel mye brukte verktøy i min platesamlerhobby. Mye av samlingen er kjøpt via nettauksjoner, bestilt digitalt fra platebutikker eller innkjøpt av kjente og ukjente samlere etter kommunikasjon på e-post eller chat. Jeg kommuniserer mye med andre samlere via sosiale medier som Facebook. Hele samlingen er registrert i et regneark med vitale data på alle utgivelser, og dette regnearket er skylagret. Stadig vekk sjekker jeg verdi eller andre opplysninger opp mot store internasjonale databaser. Det meste av dette kan relateres til det man i museumsfaglig terminologi ville kalt samlingsforvaltning. Når man sitter med alle

disse objektene, opplysningene og kontaktnettet er heller ikke veien til digital formidling så lang. Jeg har delt lidenskap gjennom blogger, sosiale medier, nettsteder, artikler i aviser og tidsskrifter.

I jobbsammenheng har jeg også måtte forholde meg til kontrasten mellom det analoge, håndfaste og det nye, flyktige digitale. Med 15 år i den kommersielle delen av fotobransjen har jeg vært tett på prosessene hvor analogt foto ble byttet ut med digital teknologi. Måltrettet salgsargumentasjon om det digitale effektivitet og muligheter har gått hånd i hånd med trøstende ord og mer eller mindre håpløse forsøk på å gjenfinne bilder fra slettede minnekort, redde høyteknologiske kameraer fulle av saltvann og sand eller prøve å få liv i en tilsynelatende ødelagt harddisk.

I 2016 valgte jeg å si opp min jobb i fotobransjen og gikk tilbake til kultursektoren, hvor jeg har en Cand.mag. innen kulturformidling. Jeg startet i et engasjement som fotograf og utstillingsprodusent hos Norsk vegmuseum, et av landets største teknisk-industrielle museer. Fra april 2019 er jeg fast ansatt ved museet, i en stilling som vil favne om flere ansvarsområder. Det er denne jobbsituasjonen, i kombinasjon med det pågående masterstudiet i Digital kommunikasjon og kultur, som har spisset spørsmålet om hvordan vi skal forholde oss til, og jobbe med det digitale i en verden som på mange måter er den siste, sikre skanse i bevaring av det ekte, fysiske og håndfaste. Jeg deltar nå i daglige diskusjoner og spørsmål knyttet til hva som bør digitaliseres, hvordan det bør vises frem, og hva som fortsatt fungerer best analogt. Ikke bare innen samlingsforvaltning, men også i utstillingsproduksjon og annen type formidling. Samtidig er jeg fortsatt fersk i museumsbransjen, og en av de store drivkreftene i arbeidet med denne oppgaven har vært å høyne mitt eget kompetansenivå på digital kulturarv. Denne masteroppgaven vil kreve at jeg setter meg grundig inn i hva som har skjedd på det digitale kulturarvsfeltet før jeg selv ble en del av det, og den vil gi meg mye nyttig kunnskap om hvordan man jobber og tenker hos andre museer. Dette vil igjen kunne hjelpe meg å bedre forstå de utfordringer vi står ovenfor og gjøre gode, faglig forankrede valg og vurderinger i fremtiden.

1.3 Problemstilling

Hva vet vi egentlig om situasjonen for digital kulturarv i Norge i dag? Når man først begynner å sette seg inn i og studere temaet, finner man noe nyere forskning på området, og det har vært et politisk tema over noe tid. De statlige organene ABM utvikling og senere Kulturrådet har satt en offentlig dagsorden, og har de har publisert mye godt materiale ment som rettesnorer i museenes arbeid. Dette materialet inkluderer en hel serie håndbøker som jeg som museumsansatt har hatt stor nytte av, og disse omfatter titler som *Viktig og Vakkert – Utvalgsprinsipper for Fotografi*, *Standard for Fotokatalogisering* og *Digitalisering av Fotosamlinger* (kulturradet.no, u.å.). Løsningsleverandøren KulturIT, initiert og finansiert av museene selv i samarbeid med ABM utvikling/Kulturrådet leverer en rekke digitale verktøy som skal hjelpe museene til å bli enda bedre på digital samlingsforvaltning og digital formidling.

Hva mener museene selv og hva er situasjonen ute i institusjonene? Hvordan tenker og jobber man med det digitale i det daglige, publikumsrettede arbeidet? Hvilke digitale visjoner har ledelsen ved museene? Det er dette jeg skal prøve å si noe om i denne oppgaven. Jeg vil se på hvordan tre norske museer spesifikt jobber med digitale verktøy i samlingsforvaltning og i formidling. Jeg vil avgrense oppgaven til å gjelde de prosesser og flater som er synlig for publikum. Følgende problemstilling er valgt for min masteroppgave:

På hvilke måter har norske museer tatt i bruk digital teknologi innen samlingsforvaltning og formidling? Hvilke erfaringer sitter man igjen med i dette arbeidet?

Jeg ønsker å se nærmere på hvordan ledelsen ved de tre utvalgte museenes forholder seg til de siste års kulturpolitiske føringer, representert ved tre utvalgte stortingsmeldinger og en rapport fra Riksrevisjonen. Hvordan vil disse føringene komme til syne i det arbeidet museene har gjort og fortsatt gjør innen digital kulturarv? Jeg inviterer direktørene til å snakke om målsetninger og erfaringer i det digitale feltet, og sammenstiller ikke bare likheter og ulikheter mellom museene, men også ledelsens visjoner opp mot de politiske ønsker og mål som har vært uttalt de senere år. Videre lar jeg medarbeidere med operativt ansvar innen samlingsforvaltning og formidling komme til orde, og si noe om hvordan de oppfatter den digitale utviklingen i museumssektoren og på egen arbeidsplass. Alt dette prøves så opp mot problemstillingen. Helt siden 90-tallet har gode, digitale verktøy for registrering og håndtering

av samlinger vært i bruk i norske museer. (Gleinsvik, Wedde og Nagell, 2014, s. 19). Har så innføringen av digitale verktøy i samlingsavdelingene betydd noe for museets eventuelle bruk av digital formidling? Det ligger en klar forventning fra bevilgende myndigheter om at museer skal ha en utadventd formidlingsvirksomhet (St.mld.nr.24 (2008-2009) s. 9). Det later også til at det er en viss forventning blant publikum i at museenes samlinger er søkbare og digitalt tilgjengelige. Tall fra 2016 viser at 16% av befolkningen har sett kunst eller museums-gjenstander på internett siste 6 måneder (Gran, Vestby og Booth, 2018, s. 10).

På den ene siden finnes det noen tunge, statlige føringer som sier noe om temaet. Sentralt her står den såkalte digitaliseringsmeldingen, St.meld.nr.24 (2008-2009), Nasjonal strategi for digital bevaring og formidling av kulturarv. Denne sier først og fremst noe om hvor vi skal.

Videre har vi en rekke publikasjoner fra ABM-utvikling, det statlige organet for Arkiv, bibliotek og museum som eksisterte i perioden 2003-2010. Etter 2010 har Norsk kulturråd utgitt relevante publikasjoner (Kulturradet.no, u.å..). Disse tar for seg eksempelvis digitalisering av fotosamlinger og utvalgsprinsipper, og er i håndbok/veilederform. Disse utgivelsene sier noe om hvordan vi skal komme oss fremover.

Endelig har vi *Riksrevisjonens undersøkning av digitalisering av kulturarven* (dokument 3:4 2016-2017) som sier noe om hvor vi er i dag. Denne vil suppleres med *Digital infrastruktur for museer, En evaluering av Kulturrådets satsning* fra 2014, samt ferske undersøkelser knyttet til forskningsprosjektet *Digittization and Diversity (DnD)*, et samarbeid mellom BI, NTNU, Nasjonalbiblioteket og universitetet i København.

Jeg har også gitt plass til Ole Marius Hyllands artikkel *#Mangletre* fra 2014, hvor han gir et overblikk, tidvis litt kritisk, over det arbeidet som har vært gjort innen digitalisering i museumsfeltet. Hyllands perspektiver er i all hovedsak rettet inn mot det politiske og offentlige arbeidet, men han bygger også bro mot viktige teorier som ligger bak både kulturarv, kulturformidling og ikke minst og digitalisering og tilgjengeliggjøring av kulturarvsmateriale.

I oppgavens hoveddel har jeg intervjuet ansatte ved tre norske museer, institusjoner som representerer ulike typer samlinger og som har valgt ulike mål og strategier i hva de ønsker å oppnå ved hjelp av det digitale. Museene som er intervjuet er Rockheim, Maihaugen og Norsk jernbanemuseum. Hos alle museer er både direktør, samlingsansvarlig og formidlingsansvarlig eller personer med tilsvarende ansvar intervjuet.

...Digitalisering av kulturarv har først fylt et internt behov for ryddig forvaltning, og siden fungert som middel til ekstern formidling av kulturarven. Denne dobbelte funksjonen til digitalisering – som verktøy for forvaltning og formidling – preger fortsatt feltet. (Hylland, 2014, s. 7).

Hylland peker her på en sammenheng mellom forvaltning og formidling som er av vesentlig interesse, og som også danner spørsmål som tas med inn i diskusjonen med mine tre utvalgte institusjoner. Selv om de store organisasjonene fortsatt har spesialstillinger som eksplisitt jobber med enten forvaltning av samlinger eller formidling, har museene en ledelse som ikke bare må ha forståelse for begge områder, men også se hvordan de griper inn i hverandre og hvordan de kan trekke veksler på hverandre.

Oppgaven vil også inkludere en observasjon av de digitale løsninger hvert av de tre museene har tatt i bruk i sine egne bygg og anlegg, samt på egne nettsider og i sosiale medier.

1.4 Definisjoner og oppbygging av oppgaven

1.4.1 Definisjoner

Det er flere sentrale begreper i denne oppgaven som må defineres for å inneha en felles forståelse av hva de omfatter og hva de betyr. Det finnes mange varianter av disse definisjonene. Hylland (2014) benytter konsise begrepsdefinisjoner som jeg ikke oppfatter er i særlig konflikt med hva andre har definert begrepene som. Jeg tar derfor utgangspunkt i hans tekst. Man kan likevel si at det er rom (og behov) for å utdype, og i enkelte tilfeller å legge til utvidede eller supplerende definisjoner.

Digitalisering: Teknisk prosess der analogt informasjonsinnhold gjøres lesbart for datamaskiner. (Hylland, 2014, s.2). Digitalisering er en konkret, teknologisk styrt prosess som er konsist formulert av Hylland. Innen museumsarbeid med vekt på samlingsforvaltning og formidling er det i forlengelse av selve den tekniske prosessen interessant å se på hvilke utvalgsprinsipper man legger til grunn for hva som blir digitalisert, og *hvorfor* man digitaliserer kulturarvsmateriale. Dette vil jeg diskutere med flere informanter senere i oppgaven. De tekniske prosessene vil i all hovedsak basere seg på at man eksponerer det originale objektet og foretar et nytt opptak med digitalt utstyr. Ved film scannes filmrutene og lagres digitalt. Fotografier kan scannes eller avfotograferes med digitalt kamera, mens lydbånd spilles av og signalene fra avspiller går inn i en datamaskin.

Kulturarv: De objekter (i bred betydning) og dokumenter som behandles som kilder til fortidsforståelse og som forvaltes av en eller annen form for kulturarvsinstitusjon. (Hylland, 2014, s.2). Definisjonen til Hylland er konsis, men favner også bredt. Den dekker dog ikke begrepet immateriell kulturarv, som omfatter historier, muntlig tradisjon, folkemusikk og ikke-nedskrevet kunnskap om eksempelvis håndverk, jordbruk og fiske. Riksantikvaren har en supplerende definisjon:

Samlebetegnelse for materiell og immateriell kultur. Betegnelsen kulturarv blir særlig brukt i samarbeidet mellom kulturminneforvaltningen, arkivverket og museumssektoren, sammen med kommunene og lokale lag og foreninger. (riksantikvaren.no u.å.).

Kulturpolitikk: Den offentlige førte politikken på området, den som iverksettes gjennom offentlige tilskudd, reguleringer, organisering, prosjekter og tiltak. (Hylland, 2014, s.2). Her synes jeg Hylland på en god måte dekker et begrep som favner svært vidt. Vi har på mange måter et relativt stabilt politisk klima i Norge, med to nesten jevnstore politiske blokker som i utstrakt grad sørger for en balanse i politikken uten de store omveltningene fra periode til periode. Tradisjonelt har man sett et politisk landskap i Norge ledet an av Arbeiderpartiet eller av Høyre og samarbeidspartier. Partienes grunnleggende ideologi vil i noen grad også speile den gjeldende kulturpolitikken. Under Arbeiderpartiet har vi sett et sterkt fokus på demokratisering av kulturarven og de offentliges rolle for å bidra til dette. Nåværende regjering, med den siste kulturmeldingen legger særlig vekt på hva de kaller *Eit fritt og uavhengig kulturliv* (Meld.St.8 (2018-2019) s.9.)

Museum: International Council of Museums er den internasjonale museumsbransjens interesseorganisasjon, og jeg foretrekker å bruke ICOMs definisjon:

A museum is a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment. (icom.com, 2018)

I denne oppgaven avgrensner jeg museer til å være profesjonelle, tilgjengelige institusjoner med faste samlinger/publikumsbygg, fast ansatte og faste åpningstider. Man kan også merke seg museenes samfunnsoppdrag knyttet til forskning, noe som skiller profesjonelle museer fra mer tilfeldige samlinger og utstillinger. I Norge i dag mottar de fleste profesjonelle museer

betydelig statsstøtte, og mottak av en slik støtte gjør også at museene ikke kan forholde seg likegyldige til de kulturpolitiske føringer som gis fra det offentlige.

Tilgjengeliggjøring og formidling: St.meld.nr.24 (2008-2009) påpeker at det er et definert skille mellom tilgang og formidling. I dette ligger at formidling også omfatter en tilrettelegging, tilpasning til bestemte grupper og en mer inngående og aktiv forklaring av kontekst og innhold til det materialet som er tilgjengelig (St.meld.nr.24 2008-2009 s. 14). Tilgjengeliggjøring vil ofte dekkes ved at publikum har mulighet til å søke i materialet og få innsyn i de treff man ønsker. Med formidling forstås da en mer tilrettelagt og utvalgt presentasjon av materiale, hvor det forsøkes satt i kontekst.

Samlingsforvaltning: Nasjonalmuseet bruker denne definisjonen på sine nettsider:

Forvaltningen av museumssamlingene har som mål å bevare kulturarven for fremtidige generasjoner og omfatter alle aktiviteter og tiltak som sikrer at samlingene blir tatt vare på, beriket, utviklet, dokumentert og tilgjengeliggjort for allmennheten i henhold til dagens profesjonelle standarder. (nasjonalmuseet.no u.å.)

Definisjonen samsvarer med de oppgaver mine informanter har gitt i forhold til arbeidsoppgaver og ansvarsområder, og den harmonerer også godt med erfaring fra egen museumsinstitusjon.

1.4.2 Oppbygging av oppgaven

Jeg starter oppgaven med et metodekapittel, hvor jeg forklarer de metodiske tilnærminger jeg har brukt og de utvalgene jeg har gjort for å svare på problemstillingen, som naturlig nok også vil bli presentert i dette kapitlet.

Deretter følger et kapittel som tar for seg et utvalg teorier som kan knyttes til fagfeltet digital kulturarv, og som kan brukes for å belyse problemstillingen. Jeg vil bruke blant annet Andrew Keen, Chris Anderson og Walter Benjamin til dette arbeidet, supplert med stoff fra Nina Furu og Ida Aalen som brukes særlig til å belyse museenes kulturarvsaktiviteter på web og i sosiale medier. Avslutningsvis vil jeg bruke Ole Marius Hyllands artikkel *#Mangletre* fra 2014, som på en god måte knytter det teoretiske materialet sammen med moderne norsk kulturpolitikk.

Deretter følger et kapittel viet dokumentanalyse, knyttet til de mest sentrale politiske føringer innen digital kulturarv. Dette gir et grunnlag for å forstå den digitale virkeligheten det i dag forventes at et profesjonelt museum befinner seg i. Hovedvekt i dette kapitlet vil ligge på den

såkalte *Digitaliseringsmeldingen* (St.meld.nr.24 2008/2009) og *Riksrevisjonens undersøkning av digitalisering av kulturarv* fra 2016/2017. Sistnevnte må sies å være en direkte oppfølging og nærmest et ettersyn av hvorvidt Stortingsmeldingen har blitt etterlevd i praksis. Dette kapitlet inneholder også en presentasjon av museumsbransjens egen utvikler og leverandør *KulturIT* og deres mandat og rolle i den diskusjonen om digital kulturarv.

Etter dette kommer en presentasjon av hvert av de tre museenes digitale aktivitet, både i eget museum og på online-plattformer som egen nettside, sosiale medier, databaser og *DigitaltMuseum*.

Den fylldigste delen av oppgaven vil basere seg på intervju samtaler og diskusjoner med i alt 10 ansatte ved tre norske museer. Disse er direktører, ansatte i samlingsforvaltning og ansatte i formidling. Alle har et lederansvar og/eller en beslutningsmyndighet. De er stilt en rekke spørsmål knyttet til digitalisering av kulturarv, både i de store, prinsipielle linjene, og ned på håndfaste operasjoner og erfaringer som gjelder deres egne museer.

Avslutningsvis vil jeg sammenfatte og oppsummere de erfaringer og funn jeg har gjort i løpet av forskningsperioden. Jeg vil se dette i lys a både kulturpolitiske føringer og relevante teorier.

2. Metode

2.1 Valg av metoder

Min oppgave benytter tre metodiske tilnærminger for å søke å svare på spørsmålene som stilles i problemstillingen.

Den første er basert på dokumentanalyse av et utvalg relevante politiske dokumenter, med vekt på tre stortingsmeldinger og en rapport fra Riksrevisjonen. Dokumentanalyse er en etablert forskningstradisjon innen blant annet mediefag, og kan forklares med at "Vi velger å bruke dokumentanalyse når vi bruker dokumenter som kilder eller ressurser for beskrivelser av virkeligheten (personer, saker, politikk, sosialhistorie...)" (Østbye, Helland, Knapskog, Larsen, Moe s. 51) Denne dokumentanalysen er gjort først og fremst fordi vi trenger et rammeverk og en felles forståelse i hva som faktisk er relevant og gjeldende kulturpolitikk, og om denne har endret seg over noe tid. Med et slik rammeverk på plass kan jeg lettere gå inn i diskusjon med informantene om innholdet i siste års kulturpolitikk, og i hvilken grad man føler at innholdet er riktig og/eller relevant, og i hvor stor grad man har forsøkt å etterleve dette innholdet. *Riksrevisjonens undersøkelse av digitalisering av kulturarven* er et svært interessant dokument å ta med inn i diskusjonen, da denne undersøkelsen har gått ganske dyp inn i materien og gir noen klare signaler på hvorvidt institusjonene som helhet, inkludert departement og kulturråd, har klart å oppfylle målsetningene spesifisert i St.mld.nr.24 (2008-2009), den såkalte digitaliseringsmeldingen. Summen av stortingsmeldingene og Riksrevisjonens undersøkelse vil gi et ganske solid fundament som både sier noe om hvor man fra politisk hold har ønsket å gå, og det vil si noe om hvor langt vi har kommet i dag. Det har vært en lang og tidkrevende prosess å både skaffe seg oversikt over og å sette seg inn i materialet, men jeg vurderer det til å ha vært grunnleggende i faglig forankring og relevans av oppgaven.

Den andre tilnærmingen er en observasjonsstudie, hvor jeg kartlegger museenes bruk av digital teknologi på det plan som er synlig for publikum. Jeg har besøkt de tre anleggene flere ganger som vanlig publikum, og gjort meg kjent med hvilke digitale løsninger som tilbys innen de besøkende, avgrenset til det som berører museets faglige formidling eller museets samlinger. Observasjonskonteksten har vært åpen, da dette er offentlig tilgjengelige arenaer (Østbye et.al., 2013, s. 115).

Min intensjon har ikke vært å studere hvordan teknikken virker i samspill med mennesker, men hva som finnes av digital teknologi, herunder å gi en beskrivelse av hvordan den fungerer. I observasjonsdelen av oppgaven har jeg derfor inntatt rolle som fullstendig observatør, ved at jeg ikke deltar i handlinger og samspill i det som observeres (Gold/Junker i Østbye et.al. 2013, s. 115). Jeg oppfatter at denne måten å observere på defineres som noe grunn, og her har det heller ikke vært min intensjon å observere over tid. De digitale løsningene museene viste høsten 2018 er i stor grad de samme digitale løsninger som forefinnes våren 2019. Jeg forsvarer bruk av rollen som åpen/fullstendig observatør ved at observasjonene gjør meg kjent med og setter meg i stand til å drøfte en del løsninger som informantene opplyser at museene har tatt i bruk, og bedre setter meg i stand til å gi en djerv vurdering av hvordan disse grepene fungerer i praksis.

Jeg har også gjort meg kjent med, og besøkt de plattformer for digital formidling og samlingsforvaltning som er onlinebasert, slik som museets egen nettside, sosiale medier avgrenset til Facebook, en database og et eksempel på bruk av fellesplattformen DigitaltMuseum. Facebook er valgt på bakgrunn av at alle tre institusjoner i intervju har forklart at dette er deres prioriterte kanalen for tilstedeværelse i sosiale medier. Facebook er også en svært utbredt og mye brukt tjeneste, og som Aalen påpeker, med et stort aldersspenn hos brukerne: "De aller første Facebook-brukerne i Norge var i stor grad studenter eller personer i begynnelsen av 20-årene, og derfra spredde bruken seg til deres yngre søsken, til foreldregenerasjonen – og til besteforeldrene." (Aalen, 2015, s. 24).

Tredje tilnærming er den mest omfattende og oppgavens hoveddel. Kvalitative intervjuer med tre (fire fra Rockheim) nøkkelpersoner fra hvert museum er ment å belyse sentrale spørsmål, problemstillinger og de museumsansattes egne erfaringer for å kunne gi gode svar på problemstillingen. "Kvalitative metoder handler om å karakterisere. Selve ordet kvalitativ viser til kvalitetene, det vil si egenskapene eller karaktertrekkene ved fenomener." (Repstad, 2014 s. 16)

Den viktigste årsaken til at jeg har valgt det kvalitative intervjuet som form, er med bakgrunn i at så godt som alt av tidligere forskning innen digitalisering av kulturarv i Norge, er gjort på bakgrunn av kvantitative spørreskjemaer. Dette gjelder i særlig grad museumsstatistikken til Kulturrådet, som ligger tilgjengelig på Kulturrådets nettsider (se referanseliste). Det gjelder også brukerundersøkelsene fra *DnD-programmet* som omhandler bruk og tilfredshet av DigitaltMuseum (Gran et al., 2018). Det materiale som i utstrakt grad har tatt i bruk intervju

(uvisst i hvilken form) har vært Riksrevisjonens undersøkelse (2016) og Kulturrådets evaluering av Digital infrastruktur for museer (2014). En helhetsvurdering av tidligere publisert forsknings- og referansemateriell tegner et bilde av at det foreligger mye tall og fakta, men mangler diskusjon i noen grad diskusjoner fra de museumsfaglige miljøene om hvorfor tall og fakta er slik de er. På bakgrunn av referanselistene i ovennevnte publikasjoner fra Riksrevisjonen og Kulturrådet har jeg inntrykk av at det er mange direktører og styremedlemmer som har vært brukt som kilder i det som kan ha vært mer kvalitative intervjuer, eller hva Ringdal kaller samtaleintervjuer (Østbye et al. 2013 s. 103). Ringdal viser til at hensikten med de kvalitative intervjuene er å hente informasjon eller å bli informert av intervjuobjektene, ikke å måle forhåndsdefinerte variabler (Østbye et al., 2013 s. 103).

Jeg har valgt å starte mine intervjuer på direktørnivå, da det er disse som best kan knytte hvert enkelt museum nærmest til de store linjene i digitale strategier, og hva man ønsker å oppnå ved bruk av digital teknologi i samlingsforvaltning og formidling. Direktørene har også svart på hvordan institusjonene forholder seg til den gjeldende politikk ført på digitaliseringsfeltet. Deretter går jeg ytterligere i dybden og gjør intervjuer med samlingsforvaltere og formidlingsledere. Her ser jeg på spørsmål knyttet til ressursbruk, sosiale medier, utvalgsprinsipper og publikums forhold til museets digitale arbeid.

Disse tre tilnærmingene gir det vi kaller en metodetriangulering, og henviser til at man bruker flere ulike metoder (for eksempel observasjon og intervju) i sin studie. Repstad (2014) sier bl.a. "Å kombinere ulike metoder eller datakilder gir et bredere datagrunnlag og en sikrere basis for tolkning". Selv om man samler data på ulike måter, kan man støte på utfordringer knyttet til de funn man gjør. "Noen ganger blir en sittende med ganske ulik, konkurrerende virkelighetsbilder. Det kan være frustrerende, men det kan også gi inspirasjon til å reflektere over funnenes gyldighet" (Repstad, 2014, s. 29)

Problemstillingen er formulert for å følge anbefalte råd for en fruktbar forskning, (Østbye et al., 2013, s. 20.) Her legges det bl.a. vekt på at det bør reises et spørsmål som i prinsippet bør kunne avgjøres, den bør ha et rimelig presisjonsnivå og den bør være åpen, altså at svaret ikke er gitt på forhånd. Problemstillingen bør også oppleves som viktig ut fra samfunnsmessige eller faglig-vitenskapelige kritikker.

Karl Popper lanserte en ide om at forskere må ha to nokså forskjellige typer egenskaper. For det første må de ha evne til å komme fram med djerpe gjetninger. Og for det andre må de også

kunne underlegge disse gjetningene en grundig kontroll gjennom etterprøving (Østbye et al., 2013 s.25.) Jeg vil bruke min museumsfaglige bakgrunn, i kombinasjon med utvalgt teori og kunnskap fra dokumentanalysen og intervjuene til det Popper kaller djerpe gjetninger. Observasjonene vil være et viktig verktøy i å etterprøve disse gjetningene. Min oppsummering og mine avsluttende betraktninger vil være basert på summen av de observasjoner, funn og intervjuer som er gjort gjennom oppgaven.

Forskningsprosjektet er meldt inn til Norsk senter for forskningsdata, NSD, (vedlegg 1) og behandling av personopplysninger er vurdert til å være i samsvar med personvernlovgivning. Alle informanter har lest og signert likelydende samtykkeskjema (vedlegg 2).

2.2 Utvalg

Jeg har valgt tre museer ut fra en forkunnskap om at nettopp disse museene representerer ulike bruk av digital teknologi innen samlingsforvaltning og formidling. Dette for å sikre at jeg ikke bare ville få sammenfallende svar, men at informantene ville bidra til en interessant diskusjon om digital kulturarv som også var basert på ulike praksis og ulike erfaringer fra institusjonene. Jeg forsøker å være bevisst i at ulike besøksfrekvens i privat regi hos museene og pågående og tidligere samarbeids-prosjekter av profesjonell art ikke skal farge observasjoner, spørsmål og tolkning av svar i intervjusituasjonene.

2.2.1 Maihaugen

Museet ble grunnlagt av Anders Sandvig i 1904. Maihaugen har hovedvekt på de siste 300 års bygde- og byhistorie i Gudbrandsdalen og Lillehammer-området. En stor del av Maihaugens samling er knyttet til eldre hus og bygninger, i et stort friluftsmuseum rett ovenfor Lillehammer sentrum. Museet har i tillegg store samlinger av gjenstander og fotografier. Museet har en stor, permanent utstilling inne, som ofte suppleres av temporære utstillinger. Pr mai 2019 er det ingen temporærutstilling, da det er påbegynt en ny som åpner i 2020. Maihaugen er en del av stiftelsen Lillehammer Museum, som også er en av eierne i KulturIT, selskapet som utvikler og drifter blant annet PRIMUS og DigitaltMuseum, omtalt til slutt i kapittel 3. Stiftelsen Lillehammer Museum omfatter også blant annet Lillehammer Kunstmuseum, Dikterhjemmene til Bjørnson (Aulestad), Undset (Bjerkebæk) og Norges Olympiske Museum. Stiftelsen Lillehammer Museum mottar direkte statstilskudd fra

kulturdepartementet, som sammen med billettinntekter og gaver utgjør størstedel av driftsinnkomstene.

Fakta om Maihaugen	
Åpnet:	1904
Antall ansatte:	74
Antall gjenstander:	81.391
Antall fotografier:	500.000
Årlig publikumsbesøk:	175.715
Antall enheter i DigitaltMuseum:	35782
Tall hentet fra Kulturrådets museumsstatistikk 2017	

2.2.2 Rockheim

Rockheim åpnet i 2010 og er lokalisert i et gammelt mel-lager på Brattørkaia i Trondheim. Utstilling og formidlingslokaler strekker seg over flere etasjer i det markante bygget, som også huser fasiliteter for konserter og andre arrangementer. Rockheim har samlinger som spenner fra lyd og bildemateriale, via grafiske uttrykk som plakater og platecovere, til instrumenter og sceneantrekk. Rockheim er et av i alt 11 museer som inngår i konstellasjonen Museene i Sør-Trøndelag, og mottar direkte statstilskudd via kulturdepartementet.

På bakgrunn av tre tidligere besøk vurderer jeg Rockheim til å være både interaktivt og at de fremstår som uredde i å prøve ut tekniske og digitale løsninger. Jeg forventer derfor at informantene fra Rockheim vil kunne si en del om erfaringer, suksessområder og utfordringer knyttet både til digital samlingsforvaltning og mer avansert digital formidling. Rockheim har vært aktive i å knytte til seg tradisjonelle mediekanaler som radio og TV, som også byr på digital formidling til sluttbruker. Dette gjelder i særlig grad NRK, som blant annet lager TV-produksjoner fra *Rockheim Hall of Fame* og i programmet *Frokostradio* på P1+ hvor Rockheim har medvirket i en serie om *Rockens Verktøy*. Ut fra min vurdering er Rockheim et av de norske museer som har kommet lengst i en helhetlig digitalisering ut mot publikum, men

dette fastslår på ingen måte at opplevelsen – og prosessen – har vært 100% vellykket. Erfaringene knyttet til bruk av det digitale er et av de sentrale temaene som skal belyses i min oppgave. Et siste moment, som ikke er uten betydning, er at Rockheim i langt større grad enn de to andre museene forholder seg til samtidsdokumentasjon som er digitalt skapt. Plateinnspillinger, podcaster, aktivitet i sosiale medier, musikkvideoer og pressefoto. Svært mye av det som er skapt i musikkindustrien de siste 15 årene er av digital opprinnelse, og om ikke, raskt digitalisert av oppdragsgivere og utøvere for å kunne distribueres inn i riktige kanaler. Hele spekteret av populærmusikk, distribuert via radio, plateinnspillinger eller digitale løsninger er en del av kulturarven Rockheim er satt til å forvalte.

Som en av svært få norske museer, har Rockheim sin egen, store kunnskapsdatabase som er allment tilgjengelig. Denne tjenesten heter *Rockipedia* og er et omfattende oppslagsverk over norske artister og plateutgivelser, utviklet av Rockheim. Pr mai 2019 inneholder Rockipedia informasjon om 85417 artister og 32954 utgivelser. (Rockipedia.no, u.å.). Innunder Rockipedia ligger også den delen av virksomheten som er kalt Mediateket. Dette er både en fysisk del av Rockheims anlegg, som inneholder bøker, blader og annet fysisk materiale, og en digital tjeneste, som pr mai 2019 inneholder et lite utvalg bøker hvor innholdet er digitalisert og gjort tilgjengelig og tilpasset nettsiden. Den digitale utgaven av mediateket inneholder også noen hundre bilder, som ikke er tilgjengelige på eksempelvis DigitaltMuseum.

Fakta om Rockheim	
Åpnet:	2010
Antall ansatte:	37, inkludert deltidsstillinger
Antall gjenstander:	20.000
Antall fotografier:	40.000
Årlig publikumsbesøk:	65.000
Antall enheter i DigitaltMuseum:	3135
Tall oppgitt av Rockheim	

2.2.3 Norsk jernbanemuseum

Norsk jernbanemuseum er det eldste av de tre museene, men det er først og fremst funksjonen som etatsmuseum som skiller det fra de to andre museene. Norsk jernbanemuseum mottar ikke støtte over kulturbudsjettet, men driftes med midler fra Jernbanedirektoratet. Som etatsmuseum kan vi sidestille Norsk Jernbanemuseum med blant andre forsvarsmuseene, Norsk vegmuseum, Justismuseet og Luftfartsmuseet. Norsk Jernbanemuseum har en stor samling gjenstander, som spenner fra knapper og pins til en av Norges største landbaserte museumsgjenstander, damplokomotivet Dovregubben med tjenestevekt på 153 tonn. I tillegg har de en viss bygningsmasse i museets utearealer.

Fakta om Norsk Jernbanemuseum	
Åpnet:	1896
Antall ansatte:	20
Antall gjenstander:	8799
Antall fotografier:	70.000
Årlig publikumsbesøk:	25.001
Antall enheter i DigitaltMuseum:	43249
Tall hentet fra Kulturrådets museumsstatistikk 2017	

2.3 Intervjuene

Selve intervjuene har vært gjennomført fra november 2018 til februar 2019. I forkant utarbeidet jeg en relativt omfattende intervjuguide på 3-4 sider, tilpasset hver av de tre grupperingene med informanter. En del spørsmål har vært like, mens noen har vært spesifikke knyttet til ansvarsområdet hos informanten. Intervjuene har tatt mellom en og to timer, og er tatt opp på bånd, med unntak av siste del av intervjuet med Sissel Guttormsen på Rockheim der teknikken spilte meg et puss og de siste 40 minutter er basert på notater. Lydopptakene er

deretter skrevet ut i notatform, men de er ikke transkribert på det vis at eksempelvis alle mine spørsmål er skrevet ut. Opptakene arkiveres frem til prosjektets slutt, og vil deretter bli slettet.

Informanter

Eirik H. Kristoffersen, direktør Norsk Jernbanemuseum 10.12.2018

Bjørg Eva Aasen, utstillingsleder Norsk Jernbanemuseum 29.01.2019

Ellen Sletvold, samlingsansvarlig Norsk Jernbanemuseum 29.01.2019

Jostein Skurdal, museumsdirektør Maihaugen 13.11.2018

Kjell Marius Mathisen, leder kulturhistorisk avdeling Maihaugen 31.01.2019

Helge Sognli, leder samlingsforvaltning Maihaugen 04.02.2019

Sissel Guttormsen, direktør Rockheim 08.11.2018

Tone Fegran, formidlingsleder Rockheim 21.02.2019

Morten Haugdahl, konservator Rockheim 21.02.2019

Bjørnar Bruket, musikkbibliotekar Rockheim 22.02.2019

Referanser i teksten som består av kun disse etternavnene og årstall, eksempelvis (Kristoffersen, 2018) henviser til disse intervjuene.

Jeg har tidlig i prosessen sagt at jeg ville intervjuer en person fra formidling og en person fra samlingsforvaltning ved hvert museum, og at disse personene enten måtte være en form for avdelingsleder eller på annen måte ha kjennskap til beslutningsprosesser og strategier ved sitt museum. Museenes direktører har vært hjelpelige med å avgjøre hvem som best burde kunne svare på mine spørsmål.

Intervjuene har hatt en løs eller semistrukturert form (Østbye et al., 2013, s. 105), og kan gjerne kategoriseres som samtaleintervjuer slik Ringdal kategoriserer det (Østbye et al., 2013, s. 103). Hensikten med intervjuene har vært dels å innhente informasjon, dels å få informantene til å reflektere over allerede innhentet informasjon eller påstander. Informantene i samme faggruppe har i stor grad blitt stilt de samme spørsmål, men noen individuelle tilpasninger har blitt gjort underveis i intervjuene, som regel basert på kunnskap om temaet og/eller engasjement for temaet hos informanten. Spørsmålene direktørene har blitt stilt er i noen grad mer overordnede, knyttet til politikk og visjoner, mens samlingsforvaltere og formidlere har fått spørsmål som i enkelte tilfeller krever en mer praktisk tilnærming eller detaljkunnskap.

Jeg har valgt å gjengi mye av intervjumaterialet som sitater. Jeg vurderer dette grepet til å fungere som en tydeliggjøring av stemmer som tidligere ikke har vært like fremtredende i den

offentlige debatten knyttet til digital kulturarv. Da tenker jeg særlig på de ansatte med ansvar for samlinger og formidling, som sitter tett på erfaringene men tidvis langt fra de etablerte talerstolene.

2.4 Evaluering av intervjuprosessen

De tre informantene som ble intervjuet til sist (Bruket, Fegran og Haugdahl) fikk intervjuguiden tilsendt på e-post i forkant av intervjuet. Tanken var å se om de svarte annerledes eller mer utdypende når spørsmål var kjent på forhånd. Jeg konkluderer med at det ganske overraskende viste det seg at informantene var mer villig til å la samtalen vandre utenfor spørsmålskjemaet. Dette førte til flere gode momenter i diskusjonen som ikke kunne forventes ut fra intervjuguiden, samtidig som det også avkreftet min teori om at de i større grad enn foregående informanter ville svare mer dyptgående på mine spørsmål.

Jeg kan bli flinkere til å la informantene snakke helt ut før jeg stiller oppfølgingsspørsmål. Fra tid til annen følger jeg opp med spørsmål som kan besvares med ja eller nei, og dette kan fungere som bekreftelser på allerede etablerte resonnementer, men bør som hovedregel unngås. Det kan oppleves som krevende å intervju personer som jobber med like utfordringer og arbeidsoppgaver som en selv. Diskusjonen kan dreie mot en kollegial samtale og ikke en forskningsbasert samtale når man kommer opp i interessante problemstillinger, men materiale som bærer preg av dette har jeg etter beste evne prøvd å luke ut.

Når jeg har skrevet ut intervjuene og sortert informasjonen ser jeg en tendens i at flere informanter kan ha svart ganske likt på enkelte spørsmål. Dette vil noen steder i teksten omhandles ved å la et sitat stå som representant for flere sammenfallende meninger, og gjøre oppmerksom på at flere deler denne oppfatningen.

2.4.1 KulturIT

KulturIT er et gjennomgående tema i denne oppgaven. KulturIT ANS ble etablert av Norsk Folkemuseum og Maihaugen i samråd med ABM utvikling (Statens samordnings- og utviklingsorgan for arkiv, bibliotek og museum) i 2007. Den gang var et av de viktigste formålene å sikre en permanent organisasjon for utvikling og drift av programvaren PRIMUS (Gleinsvik et al., 2014, s. 20). I 2015 ble KulturIT gjort om til et aksjeselskap, og eierstrukturen utvidet til 10 eiere. (kulturit.org, u.å.) Maihaugen er fortsatt en av eierne, og Museene i Sør-

Trøndelag, hvor Rockheim er et av museene, er også på eiersiden. KulturIT operer i tett samarbeid med Kulturrådet, som i dag har det statlige oppfølgingsansvaret etter nedleggelsen av ABM-utvikling. Kulturrådet åpnet sin nye, desentraliserte museumsseksjon i Bodø i september 2018, og prosessen med å gjøre kontoret fulltallig, blant annet innen ressurser som skal jobbe spesifikt med det digitale feltet, inkludert dialog/samarbeid med KulturIT er ikke avsluttet pr mai 2019 (jobbnorge.no, 2019).

KulturIT arbeider med det de omtaler som et digitalt økosystem (kulturit.org u.å.), ulike programmer og løsninger som snakker med hverandre. Fundamentet er samlingsforvaltningssystemet PRIMUS som er hva kulturIT kaller "Et helhetlig system som både ivaretar informasjon om samlingene og de rutiner og prosesser som er tilknyttet dem" (kulturit.org u.å.). Programmet brukes i dag av ca. 200 museer og kulturinstitusjoner i Skandinavia. Ved lansering av PRIMUS for drøyt 20 år siden, skilte Norge seg klart fra utviklingen i andre europeiske land ved at det svært tidlig ble etablert en felles standard for katalogisering, og at denne kunne brukes av museer av alle størrelser (Gleinsvik et al., 2014, s. 19). Kulturdepartements undersøkelse har også sett på tilfredshet blant de museumsansatte, og 2014-tall viser at 61% av brukerne er ganske fornøyd eller godt fornøyd med PRIMUS som arbeidsverktøy til forvaltning og formidling (Gleinsvik et al., 2014, s. 19).

De øvrige programmene/tjenestene i økosystemet til KulturIT består av *KulturNav* som er et system/arkiv for å bygge og administrere felles termer og autoriteter på tvers av institusjoner (kulturit.org, u.å.). *KulturPunkt* er en plattform hvor informasjon gjøres tilgjengelig på publikums egen smarttelefon eller på stasjonære nettbrett utplassert i museene. KulturIT tilbyr også nettsideløsningen *Museum24*, som allerede er tatt i bruk av en rekke museer i Norge, inkludert Rockheim.

Publiserings og databaseverktøyet *DigitaltMuseum* er den siste modulen i KulturITs økosystem, og den som vil stå mest sentralt i min masteroppgave. DigitaltMuseum brukes av alle tre institusjonene jeg har intervjuet, og det er ved siden av egen nettside og Facebook den viktigste kanalen de har i kommunikasjon med publikum. Pr mai 2019 inneholder DigitaltMuseum 1.507.070 fotografier og 759.215 gjenstander.

Jeg definerer KulturIT som en leverandør av tjenester til museene, hvor museene selv, i kraft av både å være eiere og brukere, legger premisser for videre utvikling og drift av tjenesten.

Det er derfor vurdert som en naturlig avgrensning å ikke gjennomføre intervjuer med KulturIT i denne oppgaven.

DigitaltMuseum har økt sin popularitet fra ca 80.000 besøk i 2009 til nærmere 1,3 millioner i 2013 (Gleinsvik et al., 2014, s. 41). KulturIT gjorde selv en undersøkelse av publikums bruk av DigitaltMuseum i 2014. Denne konkluderer med at 2/3 av de besøkende er private som søker etter opplysninger til private formål. 87% av respondentene sier informasjonen de fant var nyttig, og 78% fant det de lette etter. (Gleinsvik et al., 2014, s. 44). Rapporten konkluderer, på bakgrunn av spørreundersøkelsen med at de forbedringene som foreslås fra publikums side ikke dreier seg om å gjøre store endringer, men å gjøre det som er der bedre (Gleinsvik et al., 2014, s. 44).

Undersøkelsen *digitaltmuseum.no rapport#3* (Gran et al., 2018) gir oss en del oppdaterte tall på bruk av DigitaltMuseum, men jeg merker meg at antall respondenter er her halvert i forhold til KulturITs undersøkelse fra 2014, 249 mot 536. Det er også et annet interessant moment jeg biter meg merke i. Ut fra overskriften i rapporten vet man at vi snakker om digitaltmuseum.no, men tallene på antall fotografier, gjenstander etc. man viser til (og hvor Wikipedia oppgis som kilde) er hentet fra Digitaltmuseum.org, som også omfatter alle svenske institusjoner som bruker DigitaltMuseum. De omtalte tallene er derfor omtrent dobbelt så høye som det norske museumsinstitusjoner står bak. Undersøkelsen er uansett interessant på mange områder, og nå er tallet på privat bruk oppe i 80% (Gran, et al., 2018, s. 18).

2.5 Tidligere forskning

Det er ikke gjort alt for omfattende forskning på hvordan norske museer jobber med digital samlingsforvaltning og digital formidling. Temaet er fortsatt relativt ferskt (ca. 20 år), og man kan gjerne snakke om at de 10-12 første årene har vært en innkjøringsperiode hvor man har prøvd og feilet, blitt kjent med teknologien og akseptert at det digitale i dag også betyr utstrakt grad av toveiskommunikasjon på flere plattformer, slik som jeg senere skal belyse i web 2.0/3.0-teoriene (O'Reilly, 2005), (Keen, 2008). Mange av de opplysningene vi har, knytter seg til enten kulturrådets årlige museumsstatistikk (kulturradet.no), eller til Riksrevisjonens rapport som kom i etterkant av digitaliseringsmeldingen. Det finnes også en interessant rapport utgitt av Kulturrådet, utført av Proba og Devoteam i 2014. Tittelen er *Digital infrastruktur for museer – En evaluering av Kulturrådets satsning*. Rapporten tar utgangspunkt i både kvantitativ og kvalitativ metode, og inneholder data og vurderinger på blant annet museenes

bruk og tilfredshet med KulturITs løsninger. Jeg vil som tidligere nevnt bruke en del av dette materialet under veis i oppgaven. Et pågående samarbeidsprosjektet mellom forskere fra NTNU, BI, Universitetet i København og Norsk kulturråd under navnet *Digitalization and Diversity har digital kulturarv som et av forskningsområdene*. Pr i dag er det rapportene *digitaltmuseum.no rapport#3* og *A digital museum's contribution to diversity – a user study* som anses som relevante for min oppgave, og noe av materialet herifra vil bli brukt på samme måte som nevnt over.

3. Teorier om det digitale

3.1 Teoretiske perspektiver på det digitale og digital kulturarv

Jeg har valgt ut teorier jeg mener kan være fruktbare i en diskusjon rundt digital kulturarv. Det har vært viktig for meg å finne teorier som er såpass håndgripelig at den også i noen grad kan inngå som diskusjonsgrunnlag i intervjusituasjonene. Jeg har valgt ut teorier som knytter seg til det tekniske, teorier om interaksjon mellom mennesker, teorier knyttet til presentasjoner og reproduksjoner og teorier om demokratisering og delaktighet. Jeg har valgt å bruke noe pensumlitteratur (Aalen, Hylland), og har videre dukket ned i Benjamin, Keen og Anderson på bakgrunn av det jeg oppfatter som interessante momenter og referanser i Hyllands tekst. Det er også hentet inn noen flere supplerende ressurser som Fuu og O'Reilly. I et større prosjekt, ved mer tidsressurser eller å ha prioritert annerledes i innhenting av materiale for dokumentanalysen skulle jeg gjerne sett at jeg også hadde hatt mulighet til å hente enda nyere teoristoff. Både Keen og Anderson stammer fra 2008, og 11 år er lang tid i den digitale tidsalder. Jeg forsvarer likevel bruk av disse to i at de har fungert i å danne det jeg opplever som et godt fundament for diskusjonen i oppgaven.

Hyllands artikkel, som er pensumartikkel på dette studiet, har vært viktig for meg i å bygge en struktur i oppgaven og har gitt meg flere interessante tips til videre lesing jeg har fordypet meg i. Et visst sammenfall mellom Hyllands henvisninger og min bruk av teoretikere, forskere og fagbokforfattere er derfor ikke tilfeldig. Man kan selvsagt tenke at Hylland, som erfaren fagmann i kulturarvsbransjen, har noen standpunkter som farger hans valg av og bruk av kilder – og at denne valøren tas med inn i min tekst når jeg velger å bruke flere av de samme. Jeg må likevel kunne stå inne for de valg jeg har gjort til kildebruk, og jeg har plukket synspunkter, teorier og forskningsrelaterte opplysninger som jeg finner relevant og interessante for den videre diskusjonen med museumsansatte, og for den mer overordnede strukturen vi kjenner fra fagfeltet kulturarv, med både politiske føringer, samfunnsperspektiver og samhandling mellom mennesker – alt sett i lys av det som er det egentlige utgangspunkt for teksten – bruk av digital teknologi til å best mulig kunne løse de oppgaver man er satt til å forvalte. Hyllands artikkel fungerer også som en brobygger mellom teori og kulturpolitikk og praksis på kulturarvsfeltet – som er tema for neste kapittel.

3.2 Fra web 1.0 til web 3.0

Da Tim O' Reilly skrev sin artikkel *What Is Web 2.0* (oreilly.com, 2005) forklarer han hvordan han bruker begrepet web 2.0 som en betegnelse på at internett gikk fra å være elitært, teknisk krevende og basert på enveiskommunikasjon, til å bli brukerstyrt, demokratisk og basert på delaktighet og medvirkning. (oreilly.com, 2005, s.1) Fildeling, Wikipedia og blogger er O'Reillys fremste eksempler på fenomener som er gode eksempler på hvordan web 2.0-systemet fungerer (oreilly.com, 2005). Både Youtube og Facebook etableres som tjeneste omtrent samtidig som O'Reilly skriver sin artikkel, men det skal fortsatt gå et par år før disse tjenestene kan oppfattes som allemannseie. Det O'Reilly ikke sier så mye om, er chatteprogrammer som eksempelvis mIRC og de mange internettforum knyttet til hobbyer, fag og interessefelt. Sistnevnte kjennetegnes av en struktur som oppfattes som essensiell i web 2.0 i den tidlige fasen, en relativt lav terskel for å utvikle en online-arena som inviterer brukerne til medvirkning. (oreilly.com, 2005, s.1).

Blogging var et fenomen som tidlig ble fanget opp som en ny type å ta i bruk internett på, og som ikke bare ble en plattform hvor stemmer kunne vokse seg sterke ut av ingenting på kort tid, men den utstrakte bruk av lenker påvirket resultatene hos søkemotorene.

First, because search engines use link structure to help predict useful pages, bloggers, as the most prolific and timely linkers, have a disproportionate role in shaping search engine results. Second, because the blogging community is so highly self-referential, bloggers paying attention to other bloggers magnifies their visibility and power. The "echo chamber" that critics decry is also an amplifier. (oreilly.com, 2005, s.3)

Her bruker også O'Reilly begrepet ekkokammer, et bilde mediekritikere har brukt til å forklare situasjoner der "informasjon, ideer eller oppfatninger blir forsterket gjennom repetert kommunikasjon innenfor en avgrenset gruppe." (ndla, 2017). O'reilly peker også på at all vår søkeaktivitet på sider som google, Napsters musikkjeneste og eBay samles inn og settes inn i systemer, som igjen kan brukes for å foreslå nye sider, produkter eller tjenester for publikum. "Database management is a core competency of Web 2.0 companies, so much so that we have sometimes referred to these applications as "infoware" rather than merely software." (oreilly.com, 2005, s.3). O'Reilly stiller også et viktig spørsmål i hvem som eier dataene i de tjenestene som er typisk brukergenererte:

For example, Amazon lays claim to any reviews submitted to the site, but in the absence of enforcement, people may repost the same review elsewhere. However, as companies begin to realize that control over data may be their chief source of competitive advantage, we may see heightened attempts at control. (oreilly.com, 2005, s.3).

Et annet fenomen O'reilly setter søkelys på, med bakgrun i Christopher Alexanders bok *A Pattern Language* (oreilly.com, 2005, s.5), er *The Long Tail*, et begrep jeg skal gå dypere i kapittel 3.5. Det er likevel interessant å merke seg denne tidligere bruk og definisjon, av et fenomen som også sterkt kan relateres til alt av nisjekunnskap og smale interessefelt som er en betydelig del av museenes virksomhet, også i digital tilgjengeliggjøring.

The Long Tail

Small sites make up the bulk of the internet's content; narrow niches make up the bulk of internet's the possible applications. Therefore:Leverage customer-self service and algorithmic data management to reach out to the entire web, to the edges and not just the center, to the long tail and not just the head. (oreilly, 2005, s.5)

Begrepet web 2.0 har blitt justert og tilpasset gjennom det meste av 2000-tallet, og i mange forklaringer er hele aspektet med moderne sosiale medier bakt inn. Teknologi-journalist Daniel Nations oppsummer slik:

This has led us to a social web where we aren't just consuming information from websites. Now, we're creating it. We're all connected with other people who can put anything they want online that they want to share. We do this in the form of social media platforms like blogs (Tumblr, WordPress), social networks (Facebook, Instagram), social news sites (Digg, Reddit) and wikis (Wikipedia). The common theme of each of these websites is human interaction. On blogs, we post comments. On social networks, we make friends. On social news, we vote for articles. And, on wikis, we share information. What is Web 2.0? It is people connecting with other people.(lifewire.com, 2019)

Nations er en av flere som allerede har gått lang i å definere hva web 3.0 er og hva som skiller det i fra tidligere generasjoner internett. Han peker blant annet på at kunstig intelligens og kunnskap om brukeren basert på tidligere søk og oppslag vil spille en stadig sterkere rolle i fremtidens internett. Nettopplevelsen vil inneholde innhold og markedsføring som er segmentert og forsøkt spesialtilpasset hver enkelt bruker. (lifewire.com, 2019) Samtidig understreker Nations betydningen av at innhold er tilpasset de ulike enhetene det skal oppleves på, og verdien av å utvikle tjenester som eksempelvis ser annerledes ut og tilpasser seg smarttelefonens mindre skjermstørrelse kontra desktop-grensesnittet. (lifewire.com, 2019)

3.3 Walter Benjamin og reproduksjonsteorier

Walter Benjamin har sitt virke i perioden 1920-1940, og sentralt står verket *The Work of Art in the Age of Mechanical reproduction* fra 1936. Selv om Benjamins teorier og tekster er utgitt 60 år før vi kan snakke om en allmenn digital teknologi, er det overraskende mange poenger som er interessante å se med et digitalt fortegn. Et sentralt tema i *The Work of Art in the Age of Mechanical reproduction* er nettopp reproduksjonen, og de muligheter som ligger i en teknisk reproduksjon, den gang omtalt i form av blant annet trykk og fotografier, og som i dag kan forlenges til en digital reproduksjon.

Benjamin gjør et poeng ut av at i en kjent teknologi kan det ligge en latent, foreløpig ukjent teknologi som bare venter på å bli tatt i bruk. "Just as the illustrated newspaper virtually lay hidden in the lithography, so the sound film was latent in photography". (Benjamin, 2008, s. 21). Dette er et moment vi godt kan ta med inn i moderne, digitale diskusjoner når vi ser på hvordan det vi kan oppleve som nye tjenester, ofte heller er snakk om sammensmelting av flere eksisterende tjenester, eller gradvise utviklinger og tilpasninger.

Et av Benjamins sentrale poenger er reproduksjonens mulighet til å devaluere et originalt verk.

"...Technological reproduction can place the copy of the original in situations which the original itself cannot attain...These changed circumstances may leave the artwork's other properties untouched, but they certainly devalue the here and now of the artwork." (Benjamin, 2008, s. 22).

Enda mindre av det opprinnelige blir selvsagt bevart når gjenstander og kunstverk havner på museum, da er de på mange måter helt fratatt sine opprinnelige omgivelser. Kanskje er det nettopp derfor fagkunnskapen hos museenes konservatorer, historikere og arkivarer blir så viktig, arbeidet med å plassere objektene i en kontekst opprinnelse som kan gi gjenstanden eller verket verdi for senere generasjoner.

Benjamin setter søkelys på det opprinnelige og autentiske, og bruker gjerne begrepet aura om de originale objektene.

As we know, the earliest artworks originated in the service of rituals – first magical, then religious. And its highly significant that the artwork's auratic mode of existence is never entirely severed from its ritual function. In other words: The unique value of the "authentic" work of art always has its basis in ritual. (Benjamin 2008, s. 24).

Jeg finner det interessant å prøve å trekke aura-begrepet over til vår tid i diskusjon med informantene, og se om det er tanker omkring hvorvidt objekter som kan gi en nærmest religiøs -eller rituell opplevelse.

Det er også interessant å forfølge Benjamins teorier knyttet til gjenstander og verk som er produsert som reproduksjoner. "To an ever-increasing degree, the work reproduced becomes the reproduction of a work designed for reproducibility." (Benjamin, 2008, s. 24). En NS-plakat fra krigen er en masseprodusert plakat, kanskje produsert som offsettrykk i ti tusen eksemplarer. Det er en reproduksjon, og den er masseprodusert. Det samme kan vi si om en engelsk førsteutgave av Beatles' White Album, et popkulturelt ikon med dobbel bunn i diskusjonen om det genuine og originale.

Richard Hamilton, a notable pop artist who had organized a Marcel Duchamp retrospective at the Tate Gallery the previous year, was responsible for the album's original sleeve design. It is the only sleeve of a Beatles studio album not to show the members of the band on the front. His design was in stark contrast to Peter Blake's vivid cover art for *Sgt. Pepper*, and consisted of a plain white sleeve with the band's name discreetly embossed slightly below the middle of the album's right side. The cover also featured a unique stamped serial number, "to create," in Hamilton's words, "the ironic situation of a numbered edition of something like five million copies." (thewhitealbumproject.com)

Likevel oppfatter vi som samlere alle disse *fem millionene* førsteutgavene som genuine og ekte. For museumsfolk og samlere er dette de originale utgavene, trykkeutstyr til plakaten eller originalmatriksen til vinylplaten er kastet, smeltet om eller i beste fall allerede tatt hånd om av en samler eller et museum.

Det er en fare for å bli oppfattet som normativ når jeg applauderer Benjamins evne til å skrive om fenomener som tidvis nesten direkte lar seg oversette til digitale problemstillinger. Interessen rundt film som medium får Benjamin til å reflektere over i hvor stor grad fremvisning av mennesket og ansiktet, og distribusjon av dette til et publikum også er en drivkraft i seg selv gjennom det mediet som har blitt tilgjengelig (Benjamin, 2008, s. 32).

...In a mirror – a favorite theme of the Romantics. But now the mirror image (Bild) has become detachable from the person mirrored, and is transportable. And where is it transported? To a site in front of the masses... While he stands before the apparatus, he knows that in the end he is confronting the masses. It is they who will control him. (Benjamin, 2008, s.33)

Benjamins sitat er fortsatt relevant, og kan, slik jeg ser det, direkte overføres til avsenders bevissthet om at straks Facebookoppdateringen eller blogginnlegget publiseres, vil det bli vurdert og dømt av et publikum.

3.4 Amatørenes Trussel – Andrew Keen

Engelskmannen Andrew Keen kjenner digitalteknologien godt som insider fra teknologimiljøet i Silicon Valley. Han er nok mer en fagperson, journalist, forfatter og spaltist enn en anerkjent forsker eller teoretiker. Det kan virke som en del av ordskiftet og diskursen i den internasjonale debatten knyttet til medvirkning og demokratisering i digitaliseringen har vært ført av denne typer fagpersoner, skriveføre med stor teknologikunnskap, sterke meninger og tilgang til apparat for å publisere. I 2008 utga Keen boken *The Cult of the Amateur*, et verk jeg oppfatter som både kritisk og ikke minst teknologipessimistisk, i den forstand at Keen predikerer et syn på demokratisering og delaktighet som baserer seg på skepsis til om forbrukere kan bidra til et fruktbart digitalt fellesskap med lavt terskel for innpass og få redaktører. "Talent always has been, and will always be, scare... I want to be informed and entertained by trained, talented professionals" (Keen, 2008, s. xvii). Keen er utpreget polemisk. I sitatet kan det forstås dithen at han i liten grad verdsetter amatørkultur i vid forstand, og at han forsvarer en type elitekultur i et modernistisk tankegods.

Keens skepsis av amatørerne er ikke først og fremst rettet mot amatørerne selv, men først og fremst de som legger til rette for at amatørerne kan ha arenaer å vise sin aktivitet, nå et publikum og kommunisere med hverandre. Keen forteller om da en bekjent hadde planer om å lansere en ny digital presentasjonsplattform og møteplass for musikere og musikkinteresserte:

"It's Myspace meets YouTube meets Wikipedia meets Google" he said. "On steroids". In reply, I explained I was working on a polemic about the destructive impact of the digital revolution on our culture, economy and values. "It's ignorance meets egoism meets bad taste meets mob rule," I said, unable to resist a smile. "On steroids". (Keen, 2008, s.1.)

Et slikt utsagn kan neppe være fremsatt helt uten humor, og Keen er tidvis fornøyet å lese. Samtidig virker boken i dag, 11 år etter sin utgivelse, å være relativt knapp i sin relevans. Delvis fordi Keen har tatt feil i noen sentrale påstander, delvis fordi den digitale utviklingen går så fort at man knapt nok husker hva man gjorde online for 11 år siden. Reddit og wikipedia er to av de fremste fiendene hos Keen. Instagram og Snapchat er lansert etter at Keens bok

utkom, og Facebook er bare nevnt med et par setninger. Hva så med det som er direkte feil? Keen påstår at ingen kan bli rike av blogging (Keen, 2008, s. 31). Her har nok utviklingen vist at det stikk motsatte gjentatte ganger har vært realiteten. Journalist Kjersti Westeng skrev i 2018 en artikkel for nettavisen om at det var 10 kvinnelige bloggere i Norge som tjente over en million kroner. Westeng påpeker at "En stor del av bloggernes inntekter kommer fra såkalt "influence marketing", hvor en bedrift betaler for at en "influencer" reklamerer for produktet på sin blogg." (nettavisen.no, 2018).

Keen berører svært mange potensielle utfordringer og problemstillinger, og slett ikke alle er uten fornuft og uten relevans. Problemer knyttet til at avsendere er anonyme (Wikipedia), uten synlig redaktøransvar eller at publikum og brukere selv kan skrive og kommentere stoff som tar mål av seg å være korrekt er velkjente problemer.

In a world with fewer and fewer professional editors or reviewers, how are we to know what and whom to believe?... Look at Wikipedia, the Internet's largest Cathedral of knowledge. Unlike editors at a professional encyclopedia like Britanica, the identity of the volunteer editors on Wikipedia is unknown. (Keen, 2008, s. 20)

Mye av essensen hos Keen ligger nettopp i mangelen på tydelige avsendere, kombinert med et slags frislipp av amatører, som setter det profesjonelle og kvalitetssikrede i fare.

The Cult of the amateur has made it increasingly difficult to determinate the difference between reader and writer, between artist and spin doctor, between art and advertisement, between amateur and expert. (Keen, 2008, s. 27)

Keen gir også stort rom for personlige betraktninger, og eksempler i butikkdød og nedleggelse av den lokale platebutikken (Keen, 2008, s. 97) er ikke vanskelig å relatere seg til for en med min bakgrunn og mitt interessefelt (som omtalt i innledningen). Keen viser til en plakatt i butikklokalet som ga uttrykk for at "It's the end of the world as we know it. Thanks for your loyalty." (Keen, 2008, s. 102). Jeg skjønner hvorfor Keen bruker dette sitatet, da det står som et statement på at det var det, fra nå av blir alt annerledes. I Keens verden blir det også tilsynelatende mer uoversiktlig og med overhengende farer for at tilgjengelige varer, tjenester og informasjonskanaler vil kunne gi oss dårligere og mindre profesjonelt kuratert innhold. Da nærmer vi oss også diskusjonen om hva sortering og uttrekk av *big data* (definisjon på <https://snl.no/stordata>) kan bety i konkurranse med menneskelig erfaring og teft. Keen sier i diskusjonen om fysiske butikker VS nettbutikker at "But what these online stores don't have is the deeply knowledgeable Tower clerk to act as a cultural tastemaker." (Keen, 2008, s. 105).

Keen har et poeng, men poenget skyves også ut på sidelinjen av de alternativer i dag som baserer seg på strømmetjenester. Senest i dag har jeg lyttet til Spotify og deres funksjon *Daily Mix*, som er autogeneratede spillelister basert på tidligere søk og lytting, ikke bare hos meg, men også basert på hva andre med tilsynelatende samme smak og interesser har søkt og lyttet på. Slike automatiske anbefalinger kan ha en tendens til å treffe godt, og i mitt konkrete eksempel opplevdes listen som relevant, variert og den brakte også inn et positivt overraskelsesmoment ved at jeg gjenoppdaget et band jeg ikke hadde hørt på ganske mange år.

Keen uttrykker også en generell skepsis til det omfanget av deling og gjenbruk internett har ført til, og retter kritikk mot blant annet professor Lawrence Lessing ved Stanford-universitetet som skal ha uttalt at deling og gjenbruk av digitalt materiale er "*a social benefit*" (Keen, 2008, s. 144). Keen mener at opphavsrett bør stå sterkt, og at deling og gjenbruk av digitalt materiale bør være klarert og regulert. Ikke bare av økonomiske hensyn, men kanskje først og fremst av moralske (Keen, 2008, s. 145).

3.5 Chris Anderson og The Long Tail

Andersons forsøker i *The Long Tail* (2008) å forklare hvordan utstrakt bruk av digital teknologi påvirker tilbud, utvalg og etterspørsel. Han eksemplifiser ofte ved bruk av kommersiell kulturformidling, som for eksempel streaming av film og musikk opp mot kjøp av DVD og CD, noe som antyder at han også har kunnskap og interesser innen kulturfeltet. Andersons trekker også tidslinjen tilbake til perioden 1850-1910 og forklarer hva som skjedde med kulturspredning når nye teknologier som fotografiet, offsettrykk, film og lydinnspillingen ble tatt i bruk (Anderson, 2008, s. 29). Her ser vi også en direkte kobling til sprednings og reproduksjonsaspektet Benjamin var opptatt av.

De nye, effektive kanalene formidlet markedsrettede annonser, nyheter, kunnskap, underholdning og trender på stort sett samme måte som i dag, og den «analoge», massekulturrevolusjonen kan sies å være et faktum, 100 år før vi ser en lignende revolusjon som via digitale kanaler fjerner alle fysiske barrierer på hva som kan formidles, til hvem og hvor raskt. Anderson viser til at den utbredte bruken av massemedia for første gang knyttet folk sammen på tvers av geografiske grenser, og man fikk et fellesskap og en identifisering på at man var en del av en langt større virkelighet utover sin egen bygd eller by. Dette kan virke selvsagt, men det er lett å se hvordan dette forsterkes ytterligere ved hjelp av digital teknologi.

På 1970-tallet kunne man melde seg inn i fanklubben til Kiss eller Abba, og motta informasjon i posten som også bekreftet at du ikke var alene – via innsendte brev og bilder fra andre fans. Var du interessert i veteranbiler, kunne du via medlemsblad og brevkorrespondanse utveksle deler, fotografier og tegninger med andre entusiaster. I dag er disse nisjene blitt så mange, og så spesialiserte at det ville vært umulig å organisere i analoge kanaler. Et raskt søk på Facebook viser at interessegruppen for det tyske afrikakorpset under andre verdenskrig har 11.430 medlemmer og den norske gruppen for kjøp og salg av Cosplay-effekter teller 1208 medlemmer. Finnes det et interessefelt, finnes det også minst en gruppe på Facebook for dette.

The Long Tail presenterer en rekke interessante og ofte overraskende innspill til debattene om hva slags varer og tjenester brukerne egentlig ønsker. Et eksempel er den såkalte 98%-regelen, hvor Anderson lanserer en motvekt til 80/20-regelen, hvis sies å være en anerkjent rettesnor i alle former for handel. 20 prosent av utvalget står for 80% av omsetningen (og ofte hele profitten). Det betyr at det øvrige vareutvalget på 80% består av hyllevarmere og nisjeprodukter som selges i lite omfang, og som faktisk subsidieres og muliggjøres av de første 20%. På bakgrunn av en studie hos den digitale jukebox-leverandøren Ecast, oppdager Anderson at i utvalget, som består av 10.000 albumutgivelser, har hele 98% av utvalget blitt spilt minst en gang i kvartalet. Studien viste at selv om man la mer materiale inn i jukeboxene, og gikk stadig lengre ned i sub-sjangere og smale utgivelser, så godt som alt materialet ble brukt i en målbar frekvens (Anderson 2008, s. 9).

In a world of almost zero packaging cost and instant access to almost all content in this format, consumers exhibit consistent behavior: They look at almost everything (Anderson, 2008, s. 8).

Anderson viser til at lignende utvikling finnes hos både iTunes, Netflix og Amazon (Anderson, 2008, s.8). Nisjene er det nye markedet, og nisjene generer penger. Anderson legger vekt på at digital distribusjon og salg av digitale produkter viser seg å fungere på en grunnleggende forskjellig måte fra salg basert på fysiske varelagre, fysisk distribusjon og fysiske utsalgssteder. Her kan vi allerede nå trekke paralleller til diskusjonen i kulturarvsinstitusjonene om hva slags utvalgsriterier man skal jobbe etter, og hva slags materiale man skal tilby via digitale løsninger.

What the internet presented was a way to eliminate most of the physical barriers to unlimited selection. (Anderson, 2008, s. 49)

Anderson peker også på hvordan en suksess kan bidra til å løfte opp andre, relaterte produkter gjennom del velprøvde funksjonene både nettbutikker og andre nettsteder har basert på hva andre har søkt eller sett på (Anderson, 2008 s. 15). Her tenker jeg også at den digitale hovedflaten vi kjenner fra kulturarvfeltet (DigitaltMuseum) har noe å lære, da siden er ganske forsiktig med å foreslå lignende eller relaterte gjenstander. I dag begrenses forslagene til lignende gjenstander innad i samme museumsorganisasjon, noe som henger sammen med at disse forslagene først dukker opp når man klikker seg inn på ett av treffene i søk på eksempelvis beltespenne eller karbidlykt.

Chris Anderson mener vi nå går fra en verden av knapphet (som jeg tolker som en verden basert på begrenset utvalg) til en verden av overflod, hvor alle nisjer har en plass og kan gjøres tilgjengelige (Anderson, 2008, s. 18). Museene, slik de fremstår i Norge i dag, har en utstrakt spesialisering. Klart avgrenset tematikk som vikingkultur, forsvarsmateriell eller billedkunst definerer mange museers samlings og formidlingsaktivitet. Andre museer har lokale eller regionale avgrensninger som Gudbrandsdalen, Jæren eller Nordmøre som rammer for institusjonens kulturarvsaktivitet. Det er mulig å trekke paralleller til Andersons utsagn "One country's hits are another country's niches" (Anderson, 2008, s. 251). Det som er kjerneområde til et museum, for eksempel tog, jernbanekultur og togmateriell hos Norsk jernbanemuseum, er en liten del og en nisje hos Maihaugens samling og formidling.

3.6 Nina Furu - Fra triggerord til hashtag

Furu selv sier i forordet til sin bok at det er skummelt å lage trykte bøker om digitale medier da endringene skjer så raskt (Furu, 2011, s.5). Furus bok er en lærebok med god innsikt og oversikt i hvordan sosiale medier er strukturert og hvordan de fungerer. Boken er nok først og fremst rettet mot markedsførings og kommunikasjonsbransje, men mye av stoffet er relevant også i museumsbransjen, særlig på bakgrunn av at mine informanter vektlegger de sosiale medienes, og særlig Facebook, som kanaler hvor man kan kommunisere med publikum og drive markedsføring av både aktiviteter, samlinger og utviklingsarbeid. Et viktig fenomen Furu går i dybden på, er såkalte Push-kanaler og pull-kanaler (Furu, 2011, s. 14). Kort fortalt går dette ut på at man bruker flere online-kanaler i et samspill. For eksempel ved å legge ut et bilde og en kort tekst med "Utstillingsåpning lørdag 12. februar, trykk her for program". Ved å bruke et fengende og beskrivende bilde vil en slik post fange interesse, og den fungerer som en pull-kanal, da den leder (trykker) folk til en annen plattform via link. Når folk klikker på

bildet, havner de på programoversikten på museets hjemmeside, som fungerer som en push-kanal, hvor de besøkende trekker ut informasjonen de jakter på. "Det grunnleggende samspillet i digital kommunikasjon er at push-kanaler vekker brukers interesse, mens pull-kanaler tilfredsstill den" (Furu, 2011, s. 14). Pull-kanaler kan også være kjøpte annonser på Facebook, bannerannonser på andre nettsider eller som nyhetsbrev på e-post.

Furu konkretiserer årsakene til at en bedrift eller en etat (som også må kunne sies å omfatte en kulturinstitusjon) med følgende: Man ønsker å formidle informasjon, man ønsker å markedsføre bedriften, dens varer eller tjenester og man ønsker å drive salg (Furu, 2011, s. 23). Dette stemmer godt med informasjonen jeg har hentet ut i mine intervjuer med de museumsansatte, med et forbehold om noe varierende fokus på salgs-punktet. Furu gir en inngående og lett forståelig innføring i hvordan man presenterer en web-side som oppleves som god for publikum. "Bruker må føle seg sett, møtt og forstått med en gang han kommer inn på siden, og han har fint liten tålmodighet med nettsider som ikke leverer dette." (Furu, 2011, s. 29). Deretter gjennomgår hun såkalte brukerscenarier, basert på hva brukeren har kommet til siden for å gjøre. Dette sorteres så ut i A, B og C-scenarier, hvor A er det typisk 80% etterspør, B er de siste 20% og C er stoff som i praksis aldri blir etterspurt eller brukt. Deretter listes en oppskrift på hvordan man bør organisere nettsiden for å innfri publikums forventninger, ved blant annet at oppfyllelse av A-scenarier skal gjøres tilgjengelig på forsiden, gjennom menyer og gjennom søk (Furu, 2011, s. 32). I praksis betyr dette at materiale som er lite brukt/lite etterspurt skal ha liten synlighet og oppta liten plass. Akkurat dette temaet kan nok være svært interessant i en diskusjon hvor museenes fagmiljøer og marked/administrasjon kan og vil ha ulike interesser. Fra eget museum har jeg friskt i minne om den siste ledige menyknappen på ny nettside skulle gå til "utleie av møterom" (ganske etterspurt ved henvendelser i dag) eller "forskning" (lite etterspurt ved henvendelser i dag).

Furu poengterer at det er viktig for de som drifter et nettsted å holde øye med *avstøtningen* eller *bounce rate* til siden (Furu, 2011, s. 36). Dette er begreper som brukes om de som forlater siden etter en definert kort tid, gjerne 5 eller 10 sekunder og hvor den besøkende ikke har utført handlinger som eksempelvis å klikke på en lenke eller laste ned noe (Furu, 2011, s. 36). En av årsakene til en høy avstøtning kan være mangel på *lukt av informasjon*. Furu forklarer: "Brukeren snuser seg fram til informasjon på web på samme måte som en hund følger et spor. Brukeren går fremover når lukten av informasjon blir sterkere. Brukeren går tilbake når lukten av informasjon avtar." (Furu, 2011, s. 41). Det er flere interessante momenter i *Fra triggerord*

til hashtag som kan være relevante i andre digitale sammenhenger enn primært i web/SoMe-kanaler. Furu sier blant annet:

For et firma som selger peiser, er det for eksempel ordet "Peis" som er det gode triggerordet "varmeløsninger", "koksblendere", "innsatser" eller andre ord som bedriftens fagfolk måtte foretrekke. (Furu, 2011. s. 38).

Dette er høyst aktuelt også med tanke på stikkord og søkeord i registreringer i PRIMUS, DigitaltMuseum og andre interne eller åpne databaser. Nylig hadde jeg ett oppdrag med å lete frem eldre bilder av brøyting på norske veier, og stusset på at jeg fant såpass lite i vårt interne fotoarkiv. Det viser seg da at det har vært tidligere praksis å tagge disse bildene med snørydding i stedet for snøbrøyting/brøyting. Først ved søk på vinter og snø ble jeg klar over dette.

En kanal som Facebook har vært i rivende utvikling, og på de 8 årene som har gått siden Furu utga sin bok, har mye skjedd med både hvordan Facebook ser ut og hvilke funksjoner som finnes. Facebooks betydning for publikum kan ha endret seg, og hvilke brukergrupper som er mest aktive kan også ha vært i en naturlig utvikling. Likevel er det mye av Furus punkter som er høyst relevante, selv om noe i dag kan oppfattes som selvfølgeligheter. Relatert til min problemstilling er kanskje særlig den store utbredelsen av Facebooksider blant museer – og ganske sikkert også publikums forventning til at også kulturarvsinstitusjoner er både synlige og aktive på Facebook.

Den viktigste fordelen med å ha en side på Facebook er å etablere en spredningsmekanisme for oppdateringer og nyheter ut til bedriftens/organisasjonens interessenter og tilhengere. Nøkkelen til denne funksjonaliteten er å få personer til å klikke for at de liker bedriftens side. (Furu, 2011, s. 95)

3.7 Sosiale medier ved Ida Aalen

Aalens bok (2015) har slik jeg oppfatter den et mer overordnet humanistisk preg enn Furus bok som i større grad retter fokus mot både det kommersielle og i noen grad de tekniske strukturer som gjør at tjenesten fungerer som den gjør. Aalen definerer sosiale medier som "...ikke et klart skille mellom avsender og publikum i sosiale medier. De samme menneskene kan både kommunisere og produsere" og at "sosiale medier legger til rette for mange til mange-kommunikasjon" (Aalen, 2015, s. 19). Aalen viser til Boyd & Ellisons definisjon av Facebook som en såkalt SNS (social network service) og at disse tjenestene kjennetegnes av

at brukerne oppretter egne profiler, at de kan opprette synlige lister over hvem man er venner med eller hva man følger, og at man kan interagere med andre ved hjelp av for eksempel kommentarer eller likes (Aalen, 2015, s. 20). Aalen forklarer videre begrepene *synkrone* og *asynkrone relasjoner*, hvis forskjell består i at mens synkrone relasjoner baserer seg på gjensidig vennskap eller at man følger hverandre, er asynkrone relasjoner oppnådd om en følger en annen, men at denne følgingen ikke er gjensidig. (Aalen, 2015, s. 20). Aalen problematiserer Facebooks status anno 2015 blant annet ved å si:

Derfor mangler det ikke på spådommer om at Facebook vil dø, og at ungdom vil flykte til nye sosiale medier. Ser man bort fra anekdoter og studerer de faktiske tallene, er det imidlertid ingenting som tyder på at Facebook kommer til å dø med det første. (Aalen, 2015, s. 32).

Aalen viser til at yngre brukere allerede i 2015 supplerte Facebook med andre sosiale medier (Aalen, 2015, s. 32). Noe av Facebooks strategi i å stå imot press fra andre og nye tjenester har vært å enten implementere like/konkurrerende funksjoner som det konkurrentene kunne tilby, eller rett og slett å kjøpe opp hele tjenesten/selskapet. (Aalen, 2015, s. 32).

Begrepet *Lock-in* beskrives av Aalen som en faktor som vanskeliggjør konkurransen mot en såpass stor og dominerende aktør som Facebook. "Hvis folk opplever kostnadene ved å bytte fra en tjeneste til en annen som større enn fordelene ved den andre tjenesten, kommer de ikke til å bytte." (Aalen, 2015, s. 33). Kostnadene her kan i stor grad være snakk om nettverk og opplysninger brukeren har bygd opp over lang tid, og som ikke lar seg eksportere til andre programmer eller plattformer. Den samme vurdering av lock-in-effekten vil man måtte ta med i en vurdering om man eksempelvis tenker på å bytte registreringsprogram for museumsgjenstander til eller fra PRIMUS. Vil alle data la seg migrere, eller risikerer man å miste mange års arbeid som en følge av et eventuelt bytte?

Aalen lanserer en teori, som egentlig er en avskrift av McQuails teori om massemedier fra 1987, om at sosiale medier er egnet til å dekke fire behov, sett fra et brukerperspektiv. Disse behovene er informasjon, underholdning og tidsfordriv, fellesskap og interaksjon og personlig identitet. (Aalen, 2015, s. 35). Aalen utdyper: "De har de samme behovene som før. De har bare fått ny teknologi som dekker disse behovene: Sosial medier." (Aalen, 2015, s. 36).

I museumsbransjen oppfatter jeg en relativt lik bruk av Facebook mellom institusjonene, og det gjelder også de tre museene jeg har observert i denne oppgaven. Man bruker Facebook litt som oppslagstavle for små og store nyheter og beskjeder, litt som markedsføringskanal og litt

som et vindu hvor publikum kan tittle inn og se hva som rører seg på innsiden. Av og til ber man publikum om hjelp, og man later til å sette pris på den toveiskommunikasjonen som foregår. Også museene som institusjoner nyter godt av den demokratiseringen og den tilgjengeliggjøringen av flater som kan nå mange mennesker på kort tid som Facebook og andre sosiale medier representerer. Mens man før kanskje hadde en nettedaktør som var den eneste som kunne poste en nyhet eller legge ut en viktig beskjed på museets nettside, har man i dag gjerne flere ansatte med tilgang til museets Facebookside, og oppdateringer kan gjøres på sekunder. Man er ikke avhengig av spesifikk programvare, og brukergrensesnittet fremstår som svært enkelt. Mange oppdaterer også informasjon via mobiltelefoner, og oppdateringer kan dermed skje nær sagt hvor som helst og når som helst. Ved å aktivt bruke Facebook kan museene selv sette dagsorden, og de slipper å forholde seg til eksterne portvoktere i etablerte medier (Aalen, 2015, s. 152) som skal vurdere nyhetsrelevans i alle budskap museet ønsker å formidle til publikum. Den sterke fremveksten av mennesker som jobber som kommunikasjonsrådgivere, innholdsprodusenter og *Content Performance Specialist* (<https://www.finn.no/job>) i næringsliv og organisasjoner er en klar indikasjon på hvilken maktforskyvning som har skjedd i det digitale medie- og kommunikasjonsfeltet.

Sosiale medier har blitt en kanal hvor lobbyister, politikere, kommunikasjonsrådgivere eller for den saks skyld kjendiser kan dele sitt innhold i håp om at det vil bli plukket opp av redaksjonelle medier. (Aalen, 2015, s. 157).

Denne påstanden fra Aalen kunne gjerne vært tatt tak i og prøvd verifisert ut fra dagens situasjon. Det er mulig det fortsatt er hold i påstanden, men jeg vil i utgangspunktet mene at den må nyanseres, med bakgrunn i at mange i dag later til å bruke sosiale medier som en egen kanal, hvor innholdet står på egne ben uten tanke på at det skal plukkes opp og videreformidles. Ingen av mine informanter har nevnt omtale i etablert media som en grunn til den aktiviteten institusjonene har på Facebook eller i andre sosiale medier.

3.8 Hvor teorien slutter og politikk og praksis overtar

Jeg vurderer min masteroppgave til å ligge i et spenningsfelt mellom hva som kan belyses ut fra en del relevante teorier og hva som må besvares på bakgrunn av praksiser i institusjonene, og av politiske føringer som er gjort på feltet. Min problemstilling innbyr til mange konkrete diskusjoner, og disse vil av institusjonenes fagpersoner måtte bli besvart relativt konkret, basert på egne erfaringer i museumsfaget. Om jeg for eksempel spør hvorfor det aktuelle

museet ikke har gjort mye mer på digital formidling i utstillingene vil muligens et av de første svarene være at man mangler ressurser, særlig knyttet til opprettelse og til vedlikehold. Hvordan skal vi kunne belyse dette ut fra relevante teorier? Her må fakta i form av budsjetter, inntjening og kjennskap til kostnadene i digitale løsninger veie tungt. Ole Marius Hyllands artikkel *#Mangletre* bygger på mange måter bro mellom de mer dyptgripende og bakenforliggende teorier og kulturpolitikken, som jeg behandler nærmere i neste kapittel.

3.9 Ole Marius Hylland - *#Mangletre* – Om makt og ideologi i den digitale kulturarvens politikk.

Denne artikkelen fra 2014 gir både et godt overblikk og noen dypdykk i hva som har skjedd knyttet til de statlig initierte prosjekter og planer som berører digital og digitalisert kulturarv. Artikkelen har vært en døråpner i mitt arbeid, introdusert som pensumsartikkel i emnet *Humanistiske perspektiver på digital kommunikasjon* før jeg hadde valgt tema og problemstilling for egen skriving. Hyllands artikkel har hjulpet meg å systematisere og hente inn materiale knyttet til både teori og dokumentanalyse. Hylland har selv en fortid som ansatt i ABM utvikling, Statens senter for arkiv, bibliotek og museum, hvor han jobbet i perioden 2002-2008. Siden 2008 har han jobbet som kulturforsker ved Telemarksforskning. ABM-utvikling ble nedlagt i 2010, og de ulike delene ble i årene etter splittet opp. Nasjonalbiblioteket overtok ansvaret for bibliotekområdet, Riksarkivet overtok ansvaret for arkivområdet, og Kulturrådet fikk ansvar for museumsutviklingen. (snl.no, 2016)

Hylland ser på roller, strukturer og det han betegner som maktforskyvninger i dette feltet, og hvilke kulturpolitiske konsekvenser dette innebærer. Hylland tegner opp et bilde som viser mange aktører fra det offentlige som har vært involvert i en lang rekke prosjekter. Avslutningsvis forsøker Hylland å beskrive hvordan det digitale handlingsrommet både har blitt forsøkt utvidet, for deretter å snevres inn.

Hylland setter et tidsperspektiv på en offentlig interesse i digitalisering av kulturarv tilbake til midt på 90-tallet (Hylland, 2014, s. 2). Et overhengende spørsmål Hylland stiller i sin artikkel, er hvordan de kulturpolitiske verktøyene fungerer når kulturarven er digital, og hvordan dette har endret seg de siste 20 årene. (Hylland, 2014, s.2).

Hylland peker på det faktum at kulturarvkilder i mange tilfeller har vært det materialet som først har blitt digitalisert og tilgjengeliggjort, og viser til at materialet har falt i det fri som en

avgjørende faktor (Hylland, 2014, s3). Materialet er dermed ikke bundet av opphavsrettslige spørsmål, og publisering av rettighetsbelagt materiale er både tidkrevende og kostbart. Hylland viser også til St.meld.nr. 24 (2008-2009) Nasjonal strategi for digital bevaring og formidling av kulturarv, som blant annet sier:

Det er et gjennomgående trekk ved en rekke store nasjonale digitaliserings-initiativ at det tas utgangspunkt i kulturarvsmateriale. Det er flere grunner til at mange land har sett det som naturlig at kulturarvsmateriale utgjør en viktig del av innholdet i den digitale allmenningen. (St.meld.nr. 24 s 9).

Stortingsmeldingen lister opp verdien som kildemateriale, høy faglig kvalitet og tillitt i samfunnet samt samlingenes omfang som viktige forklaringer på hvorfor kulturarvsmateriale har vært tidlig i digitaliseringsutviklingen. (Hylland, 2014, s. 4).

Ifølge Hylland (2014, s. 5) har museene i Norge som i andre land kommet senere i gang med digitaliseringsprosessene, Dette forklarer Hylland med at museumsobjekter ofte er noe annet enn de todimensjonale bøker, dokumenter og fotografier som forvaltes av bibliotek og arkiv. (Hylland, 2014, s. 5). Dette er en påstand som innbyr til diskusjon. Først kan man jo diskutere hvorvidt en bok skal anses som todimensjonal. Hvor går grensen for hva som skal inn i arkivet, biblioteket eller gjenstandsmagasinet? Mange museer har flere dokumenter og fotografier enn hva de har gjenstander. Faktisk viser tall fra Norsk kulturråd i 2015 at norske museer har sju ganger så mange fotografier som gjenstander i sine samlinger (Riksrevisjonen, 2016, s. 44). Jeg tror ikke Hylland er uvitende om dette, men det kan være at han implisitt mener at museenes fokus ofte ligger på små og store gjenstander fremfor arkivmaterialet. Det er i og for seg ingen unaturlig innfallsvinkel, da nettopp gjenstandene først og fremst er det som skiller museene fra arkiv og bibliotek, og bruken av gjenstander til å formidle historien er det som gir museene en egenart og skaper sjangeren – tilgang til genuine objekter. Spørsmålet om hvordan fotografier og dokumenter brukes i samlinger og formidlinger er interessant, og naturlig å ta med videre inn i samtale med museene.

Når vi så forholder oss til gjenstandene, utdyper Hylland: "Museenes informasjonsmateriale er tredimensjonalt, kontekstavhengig, multisensorisk og ofte avhengig av formidlingsdimensjoner som det er utfordrende å knytte til digitalisering." (Hylland, 2014, s. 5) Her understrekes Hyllands poeng er at museene skiller seg fra arkiv og bibliotek ved at de stiller ut, de gjør et utvalg, og de forteller en historie til deg som besøkende på bakgrunn av utvalget og utstillingen. De utstilte gjenstandene kan være tredimensjonale, men de kan også være todimensjonale, eller som kanskje det vanligste, todimensjonale objekter som fotografier og

dokumenter brukes som et virkemiddel, illustrasjon og supplement til det tredimensjonale objektet. Her berører Hylland også et moment som vi finner igjen i mange museumsfaglige diskusjoner, samt i St.mld.nr. 24 og den påfølgende rapporten fra Riksrevisjonen, hvor det markeres et skille mellom tilgang og formidling. Museenes gjør noe mer enn å bare gi tilgang og la folk lete selv. Museene velger ut objekter og historier som fortelles på bakgrunn av disse objektene.

Hylland sier videre: "Nettopp fordi museumsobjekter er avhengig av kontekst og informasjon for å gi mening, har det som vi skal se vært gjennomført flere forsøk på å inkludere folks egne erfaringer". (Hylland, 2014, s.6). Dette relateres til web 2.0/3.0-begrepene, og praksis med at mange museer har gitt brukerne mulighet til å kommentere eller gi supplerende opplysninger til de gjenstander, dokumenter og fotografier som ligger på DigitaltMuseum. Flere museer, men også Nasjonalbiblioteket tatt det enda lengre, og har flittig brukt Facebook som en kanal for å identifisere personer, hendelser og steder fra institusjonenes fotosamlinger.

Samarbeid på tvers av institusjoner og departementer har vært et ønsket mål i de siste 20 års kulturpolitikk, og Hylland viser til at i prosjektbeskrivelsen til ABM-utvikling het det blant annet: "På museumssektoren blir hovedutfordringen under etableringsprosessen å utvikle kommunikasjonen særlig med universitetsmuseene og kulturminneforvaltningen". (Hylland, 2014, s. 11). Selv om samarbeidet ikke var godt nok utviklet den gang, mener Hylland at de ulike aktørene jobbet etter de samme sett med ideer og mot de samme mål: "Både på tvers av de departementale tilhørighetene og gjennom den digitale kulturarvens historie finner vi et relativt konsistent sett med ideer." (Hylland, 2014, s. 12). Videre sier han:

En hypotese kan være at det er ulike demokratiseringsideer som har møttes og funnet hverandre i det digitale kulturarvsfeltet: Ideer om fri tilgang til digital nettbasert informasjon (open source, creative commons), kulturpolitiske ideer om kulturelt demokrati (alles kultur skal inkluderes) og demokratisering av kulturen (alle skal ha tilgang til den gode kulturen)» (Hylland, 2014, s. 13).

Videre kommenterer Hylland de teoretiske diskusjonene som kan ligge bak utviklingen i digitalisering av kulturarv. Hylland peker på at kulturarvsforskning er både nytt, bredt og mangslungent og har få fellestrekk annet enn at de berører feltet kulturarv (Hylland, 2014, s. 14). Hylland trekker frem forskeren David Lowenthal (1985, 1998) som en sentral stemme i det man kan kalle en historiekritisk retning. Her stilles spørsmål om vi egentlig kan ha genuin kunnskap om fortiden, og blikket har også blitt vendt mot den materielle kulturarven, som ifølge Lowenthal er en av tre mulige veier til fortiden, sammen med historie og minne.

(Hylland, 2014, s. 14). Lowenthal har sammen med Robert Hewison (1987) og andre vært kritiske til industrielle og kommersielle bruken av kulturarv, hvor begrepet heritage industry også tas i bruk.

Hylland viser også til perspektivet som tar utgangspunkt i forholdet mellom minne og historie, som også blir en diskusjon mellom akademiske og folkelige oppfatninger av fortid, som eksempelvis hos Hall, 1999. "I dette kritiske perspektivet har kulturarv blitt analysert som utøvelse av makt: hvem er det som avgjør hva som skal velges ut til å verdsettes som kulturarv?" (Hylland, 2014, s. 14). Dette er jo i seg selv et svært interessant spørsmål, som igjen avleder spørsmålet: Hva er det som skal velges ut til å være kulturarv?

Hylland forenkler det til å dreie seg om to typer kritiske perspektiver som har dominert kulturarvsforskningen. En epistemologisk kritikk og en maktkritikk, både en faglig og en mer politisk form for kritikk (Hylland, 2014, s. 14). Ved å vise til en oppsummering av fagområdet fra Camerone og Kenderdine, 2007, mener Hylland at den inkluderer to vesentlige perspektiver. Digitalisering får noen konsekvenser for det tradisjonelle arbeidet kulturarvsinstitusjoner, og digital kulturarv medfører et behov for å tenke på helt nye måter. Dette kan virke selvsagt og banalt, og det er fristende å trekke paralleller til min egen fortid fra fotobransjen, eller kolleger lengre borte i gata som drev med videoutleie eller solgte plater. Selvsagt får digitalisering (ofte dramatiske) konsekvenser for det tradisjonelle arbeidet, og selvsagt må man tenke nytt. Mens videoutleieren måtte tenke nytt ved å legge ned og skaffe seg noe annet å gjøre, er heldigvis kulturarvinstitusjonene bedre stilt. De må omstille seg, ta i bruk ny teknologi og lære å utnytte denne til det beste, men enn så lenge er ikke institusjonens eksistens truet av det digitale. Nettopp her passer det å trekke inn Walter Benjamin, som også Hylland trekker inn som en kritisk stemme i diskusjonen om det i det hele tatt er mulig at digital teknologi representerer det analoge. Hylland viser også til Benjamins teori om teknologiens evne til å reprodusere, og om dette fører til at originalens verdi og aura vil devalueres (referert av Hylland, 2014, s. 15).

Hyllands sier at «Det er nettopp det autentiske som er kulturarvsinstitusjonenes fremste verdi og salgargument. Denne verdien vil uansett bli utfordret av digital formidling og digital forvaltning». (Hylland, 2014, s15). Videre sier Hylland at man kan forstå digitalisering enten som en trussel mot en eksisterende autentisitet, eller som en mulighet for demokratisering av kultur og kunnskap (Hylland, 2014, s.16-17). Dette er relevante problemstillinger som tas med inn i diskusjonen med de museumsansatte.

Hylland trekker også frem motsetningene mellom Keen og Anderson. De har høyst ulike oppfatninger av hvordan digital demokratisering påvirker kulturen. «For Anderson er demokratiseringen, det store frislippet av verktøy til produksjon og distribusjon, og den tilhørende nedbygningen av tekniske og kulturelle barrierer, selve løsningen. For Keen er den samme utviklingen selve problemet». (Hylland, 2014, s. 18). Deretter trekker Hylland dette videre inn i en tradisjonell kulturpolitisk tankegang, som spiller på motsetningen mellom det folk vil ha basert på markedsmekanismer og flertallsavgjørelser på den ene siden, og på den andre siden tanken om at kultur bør siles og kvalitetssikres av en opplyst elites faglig baserte avgjørelser (Hylland, 2014, s. 18).

Flere har ment at kulturarv også er politikk, og Hylland trekker frem Ronström (2001) og Hans-Jacob Ågotnes som eksempler på dette. «Ronström skriver med en slik argumentasjon sin analyse inn i en maktkritisk tradisjon i kulturarvsforskningen, der politikk betyr maktbruk, mer enn det betyr forvaltning, organisering og finansiering. Det er dermed et bredere politikkbegrep som er i spill her.» (Hylland, 2014, s. 19). På bakgrunn av dette stiller Hylland to spørsmål: "Hvordan endres samspillet og maktforholdet mellom kulturarvens og kulturpolitikens aktører?" og "Hvordan endres forholdet mellom amatør og profesjonell og mellom offentlige og private aktører?" (Hylland, 2014, s. 19).

Hylland besvarer i noen grad sine spørsmål selv, men det er på mange måter interessant å også ta de med inn i diskusjonen med museene. Er de opptatt av makt og maktforskyvning som følge av at også museene digitaliseres? Og hva legger de i disse begrepene.

Gjennom de siste to tiårene har digital kulturarvpolitikk sett stadig minkende offentlig definisjonsmakt, statlige etater og ambisiøse prosjekter kommet og gått, globale aktører med sterke interesser i kulturarv, en helt annen digital konkurranse, og helt nye relasjoner til digital informasjon. Utfordringene vil ikke bli mindre fremover, og kulturarvpolitikken vil fortsatt måtte arbeide aktivt med å legitimere sin digitale side; med å forklare hva som skjer når man plasserer en hashtag foran et mangletre. (Hylland, s. 23).

4. Dokumentanalyse. Kultur- og museumspolitik i Norge på 2000-tallet

4.1 Moderne kulturpolitikk

Moderne kulturpolitikk handlar om den rolla statlige, regionale og lokale styresmakter spelar når det gjeld å støtte produksjon og distribusjon av kunst og kultur. I mange land omfattar kulturpolitikken også arbeid i delle, frivillige organisasjonar og i offentlige institusjonar med kultur som som arbeidsfelt (museum, bibliotek, galleri osv.) (Vestheim, 1995, s. 39).

Slik innleder Geir Vestheim sitt kapittel med tittel «Kva er kulturpolitikk» Han gir et raskt historisk tilbakeblikk, og nevner spesielt kulturinstitusjonene: "Kulturinstitusjonane vart både ideologiprodusentar og ideologiformidlarar, og dei fikk ein samfunnsbevarande og legitimerande funksjon" (Vestheim, 1995, s. 39).

Geir Vestheims bok fra 1995 var sentral i min kulturfaglige utdanning rundt årtusenskiftet, hvor Brundtland III-regjeringens stortingsmelding Kultur i tiden (1991-1992) fortsatt var det styrende politiske dokument. Hverken Kultur i tiden eller kulturstudiet i Bø anno 1999 forholdt seg til det digitale som noe særlig annet enn teknologi knyttet til rent administrative verktøy. Det både kulturstudiet og kulturmelding var gode på, var å si noe om hvilke verdier og mekanismer kulturpolitikken i det moderne Norge var tuftet på.

Kulturpolitikken er ei spesifikk side ved allmennpolitikken, og all politikk handlar om makt og rettferdigjering (Vestheim, 1995, s. 27)

4.2 St.meld.nr. 22 Kjelder til kunnskap og oppleving (1999-2000) og St.meld.nr. 49 Framtidas museum (2008-2009).

Man kan ikke snakke om museers liv og virke på 2000-tallet uten å si noe om den store museumsreformen, som har sin forankring i ovennevnte stortingsmeldinger. I den første meldingen (gjerne omtalt som ABM-meldingen) legges det opp til at Norsk museumsutvikling i samarbeid med fylkeskommunene, kommunene og museene skal gjennomgå hele museumsvirksomheten i Norge, for så å komme med frem til mer levedyktige enheter (St. meld.nr.22, 1999-2000, s 8). Norsk museumsutvikling var arvtageren til Statens museumsråd, og ble opprettet i 1994, for så å bli sammensluttet med arkiv og biblioteksektoren i 2003 under navnet ABM-utvikling. Norsk museumsutvikling var tiltenkt både det faglige og det

budsjettmessige ansvaret for norske museer. Hovedintensjon med St.meld.nr.22 var å styrke profesjonal-iseringen hos norske museum som et resultat av omfattende konsolideringer. Med dette ønsket man at også de minste museene skulle kunne nyte godt av den fagkunnskap og de fasiliteter de større museene satt på, i tillegg til at det på enkelte områder nok var forventet visse stordriftsfordeler. Likevel mener jeg det er riktig å si at reformen først og fremst var en profesjonaliseringsreform med ønske om bedre kvalitet på formidling, bedre forhold for og rutiner knyttet til samlinger og bedre oversikt over kompetanse og fagområder i det nasjonale museumskartet.

[Statene bør] «Utarbeide en politikk for bevaring og utvikling av arkiver, museer, biblioteker og annen informasjon frambrakt og/eller innsamlet av statlige eller ikke-statlige institusjoner, om mulig ved digitalisering, og opprette mekanismer for å lette tilgangen til dette innholdet, herunder fremme disse institusjonene som sentre for informasjon, utdanning og livslang læring» (Unescos handlingsplan for kulturpolitikk for utvikling, målsetting 4. pkt 7. 1998, referert i St.mld.nr.22, 1999-2000, s. 12)

Sitatet som innleder kapittel 3 i St.mld.nr. 22 sier noe viktig, i at staten bør utvikle en digital praksis knyttet til bevaring og utvikling i museumssektoren. Meldingen tar i kapittel 3.5 et relativt godt grep om det digitale, og vi ser tydelig at både muligheter (tilgang, forvaltning, publisering) og begrensninger (ulike datastandarder, problemer knyttet til langtidslagring, uerfarenheten knyttet til digitalt født) er tatt med og vurdert i en større sammenheng. Det er opprettet egne nettportaler i Arkivnett Norge, Biblioteknett Norge og Museumsnett Norge. Det er intensjoner om å jobbe frem digitale verktøy som kan gagne både samlingsforvaltningen og formidlingen. (St.mld.nr. 22, 1999-2000, s. 20).

I år 2000 var det allerede om lag 200 institusjoner i Norge som brukte dataprogrammet REGIMUS for registrering av gjenstander og fotografier (St.meld.nr. 22 , 1999-2000, s. 117). Galleri NOR, som driftes av Norsk Folkemuseum og Nasjonalbiblioteket ble grunnlagt i 1996 og er fortsatt i drift, muligens som en av de eldste, digitale tjenestene i museums-Norge. Samme år startet også utviklingen av registreringsprogrammet PRIMUS. Programmet ble lansert to år senere, i 1998 (Gleinsvik et al., 2014, s. 19).

Som vi ser, er det viktig arbeid som er igangsatt, og som danner grunnlaget for den videre digitaliseringsprosessen i kulturarvinstitusjonene. Det er et ønske om å øke den kreative bruken av IKT både innen forskning og formidling, men hovedtyngden av visjonene i stortingsmeldingen knytter seg til digitaliserings spørsmål rundt samlinger og hvordan gjøre disse (eller informasjon om disse) tilgjengelige, både for publikum og for andre fagmiljø.

I meldingen fra 2008-2009 har man naturlig nok kommet lengre i prosessene, og KulturIT er opprettet, PRIMUS betegnes som standard programvare for registrering. I kapittel 4.1.6 er temaet digitalisering, og det slås fast at "med unntak av universitetsmuseene bruker i dag nesten alle kunst- og kulturhistoriske museer programmet Primus til elektronisk katalogisering av samlingene" (St.meld.nr. 49, 2008-2009, s. 91). Kapittel 13.1 tar for seg digital formidling. Her er man mindre konkrete, men absolutt visjonære. Det legges opp til å videreføre nettsjeneren «Digitalt fortalt», (St.meld.nr.49, 2008-2009, s. 156). Mye av innholdet i St.meld.nr 49 er hentet fra eller nært beslektet med den såkalte digitaliseringsmeldingen fra samme år.

4.3 St.meld.nr.24 (2008-2009) Nasjonal strategi for digital bevaring og formidling av kulturarv

Det overordnede dokumentet som kan si noe om ønsket politikk for digitalisering av kulturarv er den såkalte digitaliseringsmeldingen, St.meld.nr 24 fra 2008-2009. I denne perioden regjerte Stoltenberg II og Trond Giske satt som kulturminister. Digitaliseringsmeldingen fikk tittelen *Nasjonal strategi for digital bevaring og formidling av kulturarv*. I meldingens innledning heter det:

Samlingene i landets arkiv, bibliotek og museer (abm-samlingene) utgjør en vesentlig ressurs for forskning, undervisning og kultur- og samfunnsutvikling. Kultur- og kunnskapskildene i arkiv, bibliotek og museer gir både forankring og muligheter til denne samfunnsutviklingen ved at de representerer vår historie, kultur og identitet som utgangspunkt for kontinuerlig fortolkning og forståelse. Det er derfor av vesentlig betydning for vår felles forming av det norske samfunnet at vi sikrer kildene og gir befolkningen demokratisk tilgang til dem... Visjonen for regjeringens IKT-politikk på kulturfeltet er å gjøre mest mulig av samlingene i våre arkiv, bibliotek og museer tilgjengelige for folk flest mulig ved fremtidsrettet bruk av IKT-teknologiske løsninger. Samlingene skal være søkbare og tilgjengelige på tvers av hele abm-feltet, og innholdet skal formidles på en brukerorientert måte. (St.meld.24, 2008-2009, s. 9).

Vi ser her at meldingen legger ganske klare føringer på at man ønsker en betydelig kvantitativ vekst i digitaliseringsprosessene. Dette utdypes når meldingen sier «Riktig utførte digitaliseringsprosjekt med kulturarvmateriale kan skape bedre tilgang for flere til mer relevant informasjon med høy faglig kvalitet». (St.meld.nr.24, 2008-2009, s. 10). Så langt kan vi oppsummere visjonene i den statlig styrte kulturpolitikken med at museene, som er de relevante institusjonene i min oppgave, må digitalisere mest mulig av sine samlinger. Dette

må gjøres på en teknisk god måte, og materialet må inneholde relevant informasjon og være av høy faglig kvalitet. De digitaliserte samlingene må gjøres tilgjengelige for publikum.

Digitaliseringsmeldingen påpeker også at digitalisering ivaretar bevaringshensynet, ved at skjørt og uerstattelig materiale kan fremvises eller avleses i digital form, noe som naturlig nok gir mindre påkjenninger på originalene. Videre skisserer meldingen noen potensielle og nye utfordringer knyttet til at digitalt materiale også må bevares, og at det på mange måter er sårbart på en annen måte enn fysiske objekter (St.meld.nr.24, 2008-2009, s. 13). Begrepet langtids-perspektiv brukes flittig, og meldingen understreker at det er det digitalt skapte materialet som er den største utfordringen, materiale hvor den digitale filen også er selve originalen. Stortingsmeldingen bruker derfor en del plass på både å si noe om utfordringene, men også å skissere løsninger og tiltak for sikker digital bevaring i et langtidsperspektiv. Ballen spilles her over til Nasjonalbiblioteket og Riksarkivet, som utfordres til å finne en felles løsning for hele kulturvernområdet.

Stortingsmeldingen har klart å fange opp utviklingen i sosiale medier, og påpeker at dette påvirker utviklingen i hvordan publikum bruker nettet på, og eksemplifiserer dette med delingskulturen. (St.meld.nr.24, 2008-2009, s.14) Dette vet vi i dag har revolusjonert manges måte å bruke internett på, og at dette er tatt med som et moment er med på å sikre stortingsmeldingen en relevans 10 år etter, selv innen et felt som digitalisering, hvor teknisk utvikling og folks bruksmønster kan endres svært raskt.

I forkant av 2009 fikk vi den såkalte museumsreformen, hvor om lag 350 museer med indirekte statlige driftstilskudd ble redusert til 80 museer med direkte statlig driftstilskudd ved sammenslåinger og konsolideringer. Ved regionreformen i 2020 vil dette bildet måtte tegnes opp på nytt, da mye av finansieringen etter all sannsynlighet flyttes fra stats til regionnivå. (Regjeringen, 2018, s. 11).

Stortingsmeldingen inneholder i liten grad tall og klare opplysninger om hva som var dagens situasjon hos norske museer i 2009, men noen grunnlagstall finnes. Blant annet finnes en oppstilling som forteller at mellom 0 og 10% av digitalisert materiale er tilgjengelig for publikum via internett. Et av grepene som har vært gjort, er nettopp satsningen på PRIMUS og DigitaltMuseum. Stortingsmeldingen er klar på at: «Den samlede mengden av arkivbibliotek- og museums materiale som finnes bevart i norske institusjoner, er så omfattende at det ikke er tjenlig å inkludere alt i den digitale allmenningen». (St.meld.nr.24, 2008-2009, s.

94). Like fullt påpekes det at museene har kommet så pass kort i digitaliseringsarbeidet at det ikke er mulig å si noe om hvor lang tid det ønskede arbeidet vil ta (St.meld.nr.24, 2008-2009, s. 95). Her skiller museumssektoren fra både arkiv og bibliotek, som på dette tidspunktet hadde skissert hvor mange år man antok digitaliseringsprosjektene i aktuelle institusjoner ville ta.

4.4 Riksrevisjonens undersøkning av digitalisering av kulturarven (dokument 3:4 2016-2017).

Riksrevisjonen har gjort en omfattende undersøkelse av digitaliseringsarbeid på kulturarvfeltet. Rapporten er publisert i februar 2017.

Riksrevisjonen starter med å påpeke at "størsteparten av samlingane i institusjonane framleis ikkje er digitalisert". (Riksrevisjonen, 2017 s.8). Videre heter det:

"Konsekvensane av at kulturarvsmaterialet ikkje er digitalisert, er potensielt store. Fysisk materiale vil bli utsett for slitasje når det blir brukt, og det er risiko for at det fysiske formatet kan komme til skade eller bli forringa over tid. Utan ein digital kopi kan kulturarv gå tapt. Manglande digitalisering fører også til at kulturarven ikkje blir breitt tilgjengeleg for det norske folket, slik Stortinget ønskte då dei behandla digitaliseringsmeldinga" (Riksrevisjonen 2017, s. 8).

Dermed kan vi slå fast at selve jobben med å digitalisere museenes samlinger ikke har kommet langt nok etter Riksrevisjonens vurdering.

Formidlingsdelen av arbeidet får også kritiske merknader i rapporten:

Av materialet som er digitalisert i arkivsektoren og museumssektoren, har brukarane tilgang til berre om lag halvparten på internett... Materialet som ikkje er gjort tilgjengeleg, kan ikkje nyttast av publikum, og digitaliseringsarbeidet som er lagt ned, kjem dermed ikkje til nytte etter intensjonane i digitaliseringsmeldinga. (Riksrevisjonen, 2017, s. 9).

Videre heter det:

Undersøkinga viser at materialet som er gjort tilgjengeleg, i aukande grad blir oppsøkt og brukt av publikum, spesielt i museumssektoren og biblioteksektoren. Alle sektorane har likevel til felles at dei i svært liten grad driv formidling av det digitale materialet. Materialet er ikkje omarbeidd eller tilpassa definerte brukergrupper, og sektorene vender seg ikkje aktivt til målgruppene som tilbodet er tenkt retta mot. Dette tyder på at det finst eit stort potensial for å stimulere til bruk av den digitaliserte kulturarven som endå ikkje er utnytta. (Riksrevisjonen, 2017, s.9)

Riksrevisjonen er også kritisk til departements oppfølging av digitaliseringsmeldinga, og i rapporten leser vi at:

Digitalisering er lite synleg i styringsdialogen, og det er få spor av at resultatet blir vurderte eller følgde opp. Slik Riksrevisjonen vurderer det, har departementet ikkje henta inn informasjon som gir grunnlag for å vurdere om løyvingane har gitt dei forventa resultatata. (Riksrevisjonen, 2017, s.9).

Videre heter det:

Det går og fram av undersøkinga at Kulturdepartementet heller ikkje har fått gjennomført evalueringar av digitaliseringsarbeidet i dei tre sektorane, trass i at det i digitaliseringsmeldinga var lagt opp til at ein skulle bruke evalueringar for å vurdere det dei økonomiske behova i digitaliseringsarbeidet (Riksrevisjonen, 2017, s. 9).

Statsråd Linda Hofstad Helleland skriver i sitt svar av 10. januar 2017 at «Den overordnede målsetningen som Stortinget sluttet seg til i 2009 om best mulig tilgjengelighet av mest mulig kulturarv til flest mulig, kan nås med et betydelig mindre ambisiøst program for digitalisering» (Riksrevisjonen, s. 21). Løsningen som foreslås er dermed å senke ambisjonsnivået for å nå målene. Videre skriver Statsråden:

Også museene må prioritere strengt hvilke deler av samlingene de skal brukes digitaliseringsressurser på. Betydelige deler av samlingene er referansemateriell som først og fremst anvendes av museets fagpersonale og forskere, der tilgang til originalobjektene i alle tilfeller vil være nødvendig. Det utoverrettede formidlingsbehovet vil kunne dekkes ved mer begrensede digitaliseringsprogrammer. (Riksrevisjonen, 2017, s. 22).

Her sier egentlig Statsråden tre ting. Det må prioriteres på bakgrunn av ressurser om ressurser. Andre del handler om kulturarvsmateriale og om dette skal anses som interessant for allmennheten eller virke som referansemateriell for fagmiljøer. Det siste er en politisk uttalelse som går imot digitaliseringsmeldingens overordnede mål om mest mulig til flest mulig.

4.5 Meld.St.8 (2018-2019) – Kulturens kraft

Den nye kulturmeldingen fra 2018-2019 er ikke veldig fyldig i sin omtale av museumsfeltet, men dette kan ha sammenheng med at en ny museumsmelding er under planlegging, ref. Kulturrådets invitasjon til dialogmøte om ny museumsmelding (kulturradet.no). Meld.St.8 sier likevel noe om digitalisering og tilgjengeliggjøring av kulturarven. Her gjentas tidligere utsagn om kvantitative mål – stikk i strid med tidligere kulturministers tilsvarende til Riksrevisjonens

undersøkelse, som utdypet i forrige kapittel. "Det er derfor ei prioritert oppgave å sikre at mest mulig av dette materialet blir bevart og gjort allment tilgjengelig for framtida." (Meld. St. 8, 2018-2019, s. 51)

De statlige føringene fra nåværende regjering er en fortsatt stø kurs mot at mest mulig materiale skal gjøres allment tilgjengelig. Stortingsmeldingen slår fast at:

Eit større reformarbeid, den såkalla museumsreforma, medverka til å danne fagleg solide museumseiningar som er godt i stand til å ta i bruk digital teknologi i arbeidet med bevaring, formidling og forskning innanfor ansvarsområda til musea" (Meld.St.8, 2018-2019 s. 51).

Det står også en viktig del som knytter seg til arkivarbeid og fremtidig struktur:

I samarbeid med andre aktørar i arkivsektoren, vidareutviklar Arkivverket Digitalarkivet til å bli ein nasjonal, felles portal for publisering av arkiv. Målet med prosjektet er at alle brukarar skal kunne søkje og hente fram digitalt innhald i statlege, kommunale og private arkiv frå alle delar av landet. (Meld. St.8, 2018-2019, s. 51)

I dette må det ligge at det er Digitalarkivet som skal tjene som et felles forvaltnings og formidlingsplattform for arkiv, og at en videre, statlig støttet utvikling av en slik modul i DigitaltMuseum neppe vil finne sted. Dette er dessverre ikke tatt med som et moment i diskusjonen med informantene, da dette ikke fremsto klart nok for meg før etter intervjuene var avsluttet i februar. Intervjuobjektene ga heller ikke inntrykk av å være kjent med denne formuleringen i Stortingsmeldingen. Enkelte av utsagnene i diskusjonen kan dermed antas å ha blitt formulert annerledes eller tatt en annen retning.

Også Nasjonalbiblioteket er omtalt, med et foreløpig ganske nytt, og muligens ukjent prosjekt.

Nasjonalbiblioteket har eit større utviklarmiljø knytt til den digitale verksemda si i Mo i Rana, som er blitt lagt merke til internasjonalt i utviklinga av standardar for digitalisering og deling av materiale på nett. Dette innovative miljøet ser i dag på utsiktene til å gjere seg nytte av maskinlæring og kunstig intelligens for å effektivisere og forbetre Nasjonalbibliotekets digitale tenester. (Meld. St. 8, 2018-2019, s.52).

Dette har ikke vært et tema i min diskusjon med informantene, men Bjørnar Bruket ved Rockheim har trukket det frem som et moment i fremtidig utvikling av digitaliseringsfeltet. Stortingsmeldingen nevner også en ny utredning fra Arkivlovutvalget, og utkast til ny arkivlov ble overlevert kulturministeren 2. april 2019 (regjeringen.no).

4.6 Offentlig oppmuntring til digitalisering av kulturarv

Kulturrådet spiller en sentral rolle som pådriver og støtteorgan ovenfor museenes digitale arbeid. Dette gjøres blant annet ved å være dialogpartner og bevilge midler til KulturIT, samt å støtte opp om egne prosjekter, slik Kulturrådet har gjort med 23 prosjekter i perioden 2016-2018. Fra utlysningen til programmet Digital utvikling (kulturradet.no) heter det blant annet:

Museenes samlinger og kunnskap skal gjøres tilgjengelig digitalt, for forvaltning, forskning, formidling og opplevelser. Det krever velfungerende dataverktøy i museene, og en digital infrastruktur som er åpen og enkel å bruke for andre. Museene må sørge for gode basisdata og tilby digital formidling som styrker koblingen med de fysiske tilbudene.

Gode basisdata om samlingene bidrar til enklere forvaltning og bedre publikumsopplevelser. I dag er litt over 50 % av museene gjenstandsmateriale tilfredsstillende registrert digitalt, og mindre enn 5 % er tilgjengeliggjort på internett med bilde. Tilsvarende tall for fotosamlingene er henholdsvis 12 og 5 %. Store deler av samlingene er med andre ord digitalt usynlige. Det skaper utfordringer for både forvaltning og formidling, samtidig som publikum ikke får tilgang til samlingene i sin helhet.

Museene bruker en rekke forskjellige digitale formidlingsløsninger; interaktive opplevelser, informasjonsterminaler i utstillingsrom, sosiale medier, mobile apper mm. Felles for dem alle er at de skal berike og utvide museumsbesøket. Denne delen av programmet skal belyse hvordan digitale formidlingsløsninger kan utnyttes bedre, med prosjekter som knytter det digitale og det fysiske sammen i museumsformidlingen, der den digitale komponenten bidrar til mer effektiv læring og beriker museumsopplevelsen. Siktemålet er ikke å utvikle helt ny teknologi. Prosjekter som utforsker og videreutvikler bruken av eksisterende løsninger og teknologi blir prioritert. Prosjekter som knytter an til digitale fellesløsninger og gjenbraker eller beriker innholdet i eksempelvis Digitalt Museum blir prioritert. Aktuelle teknologier kan være alt bruk av sosiale medier, semantisk teknologi, 3D skanning og printing, eller utvidet virkelighet («augmented reality»). (kulturradet.no)

Det er interessant å merke seg at Kulturrådet ikke bare gir støtte til prosjekter som har tett tilknytning til eller bidrar til utvikling av KulturITs løsninger, blant annet har Norsk Teknisk Museum og Museum Vest fått støtte til å utvikle/tilpasse/prøve ut løsninger for at publikum selv skal kunne bruke sine egne smarttelefoner til å motta aktuell informasjon. (kulturradet.no) Begge museene valgte Beacons eller nettvarde, som er et system med små sendere som via GPS og Bluetooth-teknologi kommuniserer med en egen app, og vil gi deg informasjon på din telefon når du nærmer deg et objekt utstyrt med Beacon-sender. Norsk Teknisk Museum har laget en fyldig og svært innholdsrik sluttrapport som finnes på Kulturrådets sider (kulturradet.no).

5. Observasjon av museumsanlegg, utstillinger og digital formidling

I dette kapitlet vil jeg se nærmere på hvordan de tre utvalgte museene møter sitt publikum i formidlingssammenheng ved bruk av digitale verktøy. Først ved en kort observasjon av selve museumsanlegget, hvor jeg redegjør for en del av del av den digitalteknologien jeg finner brukt, og en subjektiv vurdering av hvordan jeg synes denne fungerer. Det er lite av teorimaterialet som griper inn i denne typen fysiske installasjoner, men jeg har valgt å ta denne observasjonen og vurderingen med i oppgaveteksten fordi det gir meg en rikere mulighet til å vurdere informantenes opplysninger knyttet til hva museet gjør og hvilke erfaringer de har innen digital formidling i egne anlegg. Deretter gjør jeg en observasjon av museenes nettside og gir avslutningsvis noen eksempler og vurderinger av hvordan museene bruker sosiale medier, avgrenset til å omhandle Facebook.

5.1 Maihaugen

5.1.1 Maihaugens anlegg og utstillinger

Jeg har besøkt Maihaugen en rekke ganger i 2018/2019, siste gang 13. mai. Det første som slår meg når jeg besøker Maihaugen, er at det relativt romslige publikumsområdet inne, knyttet til billettsalg, museumsbutikk, garderobe og kafe er veldig "rent" og nesten helt fritt for digitale presentasjoner, informasjon og formidlingsflater. Det som finnes er en ganske stor skjerm over billettluke, og denne skjermen er delt mellom praktisk publikumsinformasjon og informasjon om kommende arrangementer. Litt lengre ned, i retning utstillingsområdet, henger to mindre skjermer. Den ene med profesjonelt laget film som viser publikumsaktiviteter og formidling i friluftsmuseet. Den andre dreier seg om OL-museet.



Fig. 1. Maihaugen, foaje/inngangsparti, 2019

Jeg finner ikke noe synlig informasjon i om det finnes hjelpemidler jeg kan bruke til bedre å forstå museets utstillinger, og ikke noe som henviser til DigitaltMuseum. Tanken slår meg at det kanskje hadde vært mulig å presentere et utvalg objekter eller filmmateriale fra magasiner og arkiv enten i foaje eller i kafeområdet. Dette trenger ikke å være film som gjengis med lyd, noen basisfakta som år, sted og kontekst kan tekstes for å begrense faren for at dette blir oppfattet som støy. Mens eldre fotografier kan presenteres i original form ved papirprint og innramming, har man ikke den samme muligheten til å velge bort det digitale eller tekniske ved en filmfremvisning. Det blir dermed først og fremst et spørsmål om man ønsker å vise eller ikke. Det blir også et spørsmål om hva museet ønsker, og hva publikum ønsker – og hvor disse interessene krysser hverandre. Jeg har valgt å fokusere på friluftsmuseet og uteområdet i min videre observasjon.

Mens man på nett vet at de besøkende er kontante i sine beslutninger og kan forlate nettsiden ved et klikk (Furu, 2011, s. 36), er terskelen vesentlig høyere for å støte fra seg fysisk besøkende. Denne terskeldifferansen mellom å besøke et fysisk sted og å søke informasjon på internett kjenner jeg igjen fra mine år som butikksjef i fotobransjen, og i en tid med sterk konkurranse fra nettbutikker var vi svært bevisste på at i det kunden først hadde gått inn i butikken, hadde kunden også tatt en beslutning på at vi som utsalgssted ville inngå i en helhetsvurdering og mulig kjøpsbeslutning. Det er fortsatt mange forskjeller på å selge kommersielle varer og formidle kulturarv, men et overordnet fokus som jeg selv forsøker å gjenbruke i museumshverdagen, er målet om å ha gitt den besøkende en positiv opplevelse, gjerne med et lite overraskelsesmoment. I butikken var overraskelsen gjerne kombinasjonen av fagkunnskap og utvalg av varer på lager. På museet hvor jeg selv jobber i dag er vårt beste overraskelses-kort muligens størrelsen på anlegget, kombinert med at vi stadig får tilbakemelding fra våre besøkende på at vi klarer å gjøre et tema som veg-historie interessant for den gjennomsnittlige besøkende.

Maihaugens beste grep i å skulle overraske er størrelsen og selve utformingen av friluftsmuseet, som byr på en lang miljøer og avdelinger, som kan oppleves som isolerte tidsbilder hvor museet har lyktes godt i å skape stemninger som gir opplevelser og ro. Bruk av levende dyr og tidsriktig antrukne formidlere, som aktivt interagerer med omgivelsene i gårdsarbeid, kirkelige aktiviteter, husarbeid eller innbyggerfunksjoner i byen, skaper en helhetlig ramme som faktisk kan sette de besøkende i stand til å fortrenge virkelighetens tid, sted og rom på vent. Dette gjelder dog i all hovedsak i høysesong om sommeren. Ved mitt siste besøk 13. mai var det veldig stille i friluftsmuseet, og jeg legger merke til at det er

sparsommelig med formidlingsflater, også analoge. En trykt informasjonstavle ved øvre tjern ser jeg blir brukt og studert av andre besøkende, og jeg opplever et tilfang av tekst og bilder i en eller annen form som grunnleggende om man skal besøke museet på egenhånd og ønsker et faglig utbytte knyttet til det man ser.

Den digitale teknologien som først og fremst kan oppleves i Maihaugens friluftsanlegg er enkelte bygninger som er utstyrt med lydavspillere, hvor de besøkende starter en kort fortelling, typisk et par minutter. Dette kan være historier knyttet til hvem som bodde i husene eller hvordan de ble brukt. Dette fortellergrepet fungerer godt, og er også tilgjengelig på flere språk.

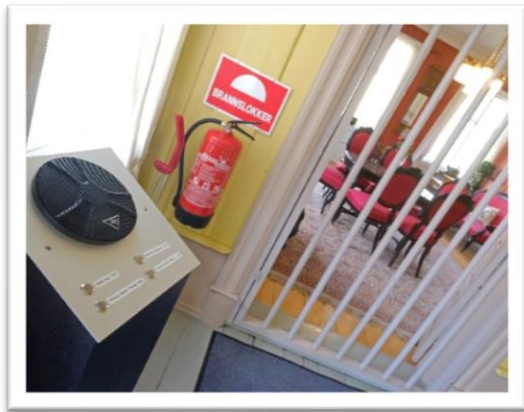


Fig. 2. Maihaugen, lydstasjon, 2019

På jernbanestasjonen skal det være lyd, både basert på besøk sommeren 2018 og ifølge intervju med Maihaugen i kapittel 7. Ved siste besøk var det derimot helt stille. Jeg har ikke fulgt opp dette spørsmålet med Maihaugen, men det kan være grunn til å tro at avslått lyd her har sammenheng med at også togene, serveringstilbudet ved siden av og postmuseet på oversiden var stengt, da det fortsatt regnes som utenfor sesong.

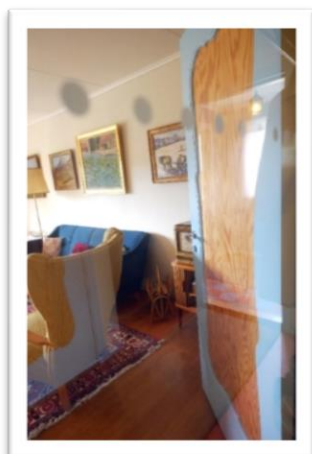


Fig. 3. Maihaugen, radio i stue med digital lyd, 2019

Maihaugen har valgt å delvis åpne eller tilby innsyn i et utvalg bygninger også utenfor høysesong, og det gir de besøkende mulighet til å komme tettere på formidlingen. Inne i 1950-tallshuset står en radio delvis gjemt bak stuedøren, og spiller *De Nære Ting*. En enkel digital lydfil i loop kan gjøre mye for stemningen, særlig i de deler av året med lite besøk og hvor alt oppleves som stille. Det åpne 1920-tallshuset hadde ingen lydkulisser, og jeg oppfatter en betydelig forskjell i stemning knyttet til fravær av dette formidlingsgrepet.

I sommersesongen med stor aktivitet innen både formidling og besøk, mye folk og mye lyd tenker jeg at museet ikke trenger å skulle forsvare sin begrensede bruk av digital teknologi i formidlingen.

5.1.2 Maihaugen på nett

Maihaugens nettside (www.maihaugen.no) ble besøkt 13. desember 2018, med oppfølgende observasjon 13. mai 2019. Nettsiden har et fargerikt utseende med oversiktlig layout, 7 redaksjonelle oppslag på forsiden, utstrakt bruk av store bilder og en menylinje i topp. Menylinjen oppfatter jeg som fornuftig, og med utgangspunkt i Furu's hypotese om at 80% av trafikken går til 20% av sidene (Furu, 2011, s. 30), vil jeg anta at den store majoriteten av de som besøker museenes nettsider er interesserte i åpningstider, billettpriser eller informasjon om aktiviteter og arrangementer. Disse tre punktene har sitt eget, tydelige meny punkt øverst på siden. Man trenger hverken scrolle eller klikke for å bli klar over hvor denne informasjonen finnes. Dette harmonerer godt med Furu's utsagn om at "Bruker må føle seg sett, møtt og forstått med en gang han kommer inn på siden..." (Furu, 2011, s. 29).

Hovedoppslagene er knyttet til praktisk informasjon (hovedoppslag), formidling (2 artikler, Hyttegrenda og 1890-tallskog på Maihaugen) og informasjon om arrangementer i nær fremtid (4 artikler, Jul på Maihaugen, førjulsdager, Maihaugens juletre 2018 og Utstillingsåpning Inger Holbø.) Det er en tydelig overvekt av informasjon/markedsføring av publikumsrettede aktiviteter og utstillinger på museet. De to formidlingsartiklene fremstår som godt integrerte i helheten, og er relativt kortfattede og lett å lese. De inneholder en håndfull bilder, en artikkel inneholder en link til fordypningsartikkel. Det er ingen link her til DigitaltMuseum eller noe annet som kan belyse objekter/samlinger. Ingen av artiklene inneholder video eller lyd.

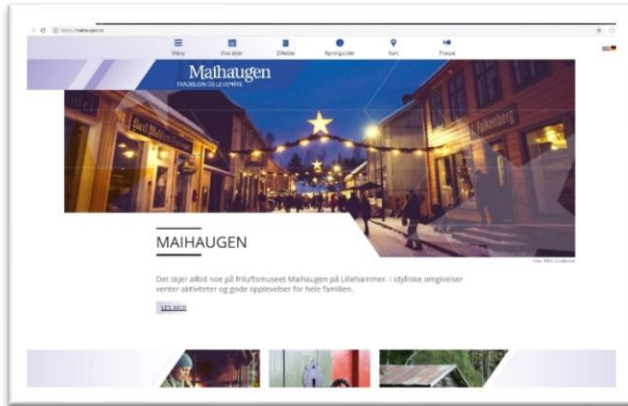


Fig. 4.Maihaugens nettside, skjermdump 2018

Undermenyer til Maihaugens menylinje er omfattende og byr på mye tilgjengelig informasjon. Nylig avholdte arrangementer er fjernet fra oversiktene, og dette gir et godt inntrykk av at siden kontinuerlig er oppdatert, og dermed oppleves Maihaugens nettside som en pålitelig og relevant kilde til informasjon. Det er en fyldig seksjon som presenterer museet, med både utstillinger inne og friluftsmuseet. Det ligger også en underside for arkiv, som linker til Opplandsarkivet (www.opam.no) som har ansvar for den virksomheten som omfatter historiske arkiv på Maihaugen.

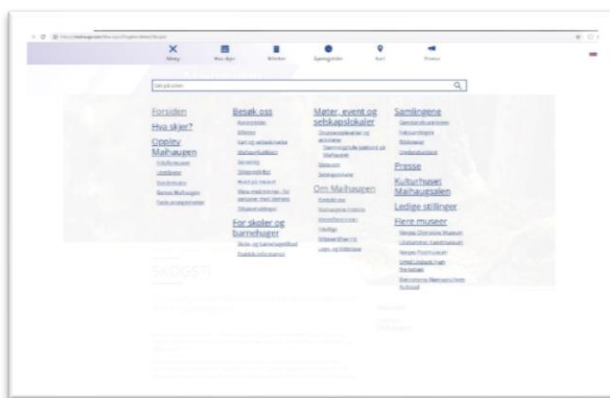


Fig. 5.Maihaugens nettside, skjermdump 2018

Det er ingen aktiv formidling av enkeltgjenstander basert på samlingene, informasjon om samlingene gis på et generelt og nøkternt nivå. Ved å konkretisere og gi eksempler, både i form av tekst og bilder av hva samlingen inneholder, bør dette kunne bidra positivt til at publikum søker videre informasjon via tydelige henvisninger til DigitaltMuseum, som er museets valgte plattform i å formidle gjenstander og fotografier digitalt til publikum. Dette oppfatter jeg som et godt eksempel på hvordan *teorien om lukten av informasjon* (Furu, 2011, s. 41) kan tas til følge på en ryddig og enkel måte.

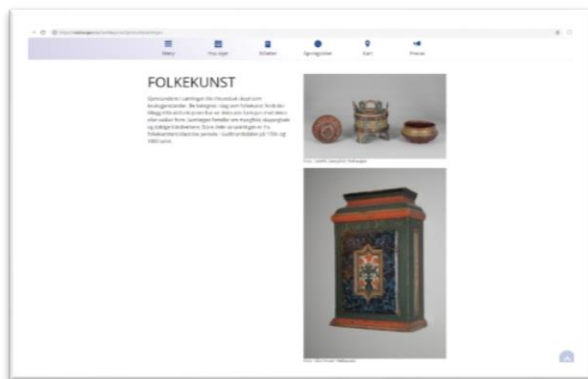


Fig. 6. Maihaugens nettside, skjermdump 2018

5.1.3 Maihaugen i sosiale medier

Maihaugen har pr 13. desember 2018 17.560 følgere på Facebook. Det første som møter publikum er arrangementskalenderen, som viser til tre arrangementer, alle den 16. desember. Første innlegg er en egenprodusert video av god kvalitet på snaut 30 sekunder, som viser juleforberedelser og pynting av hus i 1780-årene. Dette fremstår som både et fungerende grep innen formidling og som markedsføring av et tilbud man kan oppleve i museet. Videoen baserer seg på stemningsbilder, personer i tidsriktig klesdrakt og gjenstander som naturlig faller inn under epoke og tematikk. Videoen ledsages av et lydspor inneholdende klassisk musikk. Slike videoer krever ofte litt ressurser, da de gjerne er et samarbeid mellom intern eller ekstern fotograf og museets formidlingsavdeling. Min oppfatning er at disse videoene skiller seg positivt ut i nyhetsstrømmen. De har et profesjonelt preg, samtidig som jeg tenker at det også er positivt om de ikke blir så strømlinjeformede at publikum oppfatter de som ren reklame. Ved å holde et visst reportasje- eller stemningsfokus i uttrykket kan det kanskje fremstå som om katedral tross alt er vektet tyngre enn børs fra avsender, og som formidlere av kulturarv vil jeg mene at dette er et fornuftig spor.

Alle innlegg får respons, fra 8-10 og opp til 40 likes på typiske arrangementsomtaler, til over 300 likes på stemningsfulle bilder, som ikke formidler eller sier noe annet enn at det er et vakkert bilde. Det er noen få delinger av mange arrangementer, og en og annen kommentar. Dette kan være som spørsmål til museet, men oftest tagging av en person man vil skal se det aktuelle innlegget. Noen innlegg fra høsten 2018 skiller seg likevel ut. 3 innlegg fra august som omhandler åpning av Dronning Sonjas barndomshjem etter flyttingen til Maihaugen, hadde henholdsvis 143, 813 og 348 likes. Dette er betydelig mer engasjement enn de andre

innleggene gjennom august, september, oktober og frem til 13. desember. Opprettelsen av det tradisjonelle julemarkedet som arrangement skapte også stort engasjement, med 768 likes og 43 kommentarer. De aller fleste kommentarene gikk på tagging av venner og spørsmål om disse hadde lyst til å være med. Vanligvis er likes på innleggene preget av tommel opp, hjerte eller wow! Det er sjelden å se negative «likes», men dette finner vi et tydelig eksempel på i museets post 30. november hvor man presenterer årets juletrekunstner Kjell Erik Killi-Olsen. Kunstneren har levert et kontroversielt verk, og blant 89 responser er 19 lei seg og fire er sinte. Innlegget har 54 kommentarer og 22 delinger. Av kommentarene er de aller fleste negative. Kanskje er dette verket kalkulert med å innby til debatt, og debatt og synspunkter har man fått. De fleste som har kommentert er også hjertens enige, og det gjør at kommentarfeltet ikke fungerer som en debattarena, men som en oppslagstavle med meninger. Maihaugen selv har ikke tatt del i debatten eller kommentert disse innleggene på sin Facebookside, og det synes jeg fungerer godt. Museet har neppe behov eller nytte av å gå inn i en rent kunsthaglig diskusjon med sitt publikum på Facebook. Dersom denne diskusjonen skulle vise seg å bli opphetet nok, vil jeg tro at det finnes andre arenaer, for eksempel i pressen eller i en egen kunstdebatt, som tar opp dette på en ryddig måte på et mer egnet sted.

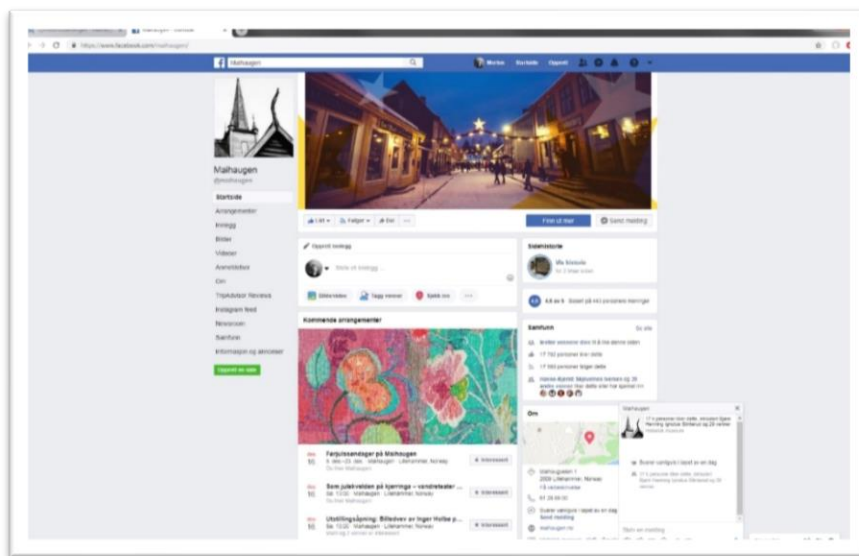


Fig. 7. Maihaugens Facebookside, skjermdump 2018

Vi også finner noen poster med generell Lillehammerreklame, en deling av da TV2 og God Morgen Norge var på Maihaugen og bakte til jul, og en og annen post som går på egenaktivitet, drift og konservering – slik som spontekking av tak i friluftsmuseet.

5.1.4 Kort oppsummering Maihaugen

Digital teknologi er svært lite brukt i friluftsmuseet, og heller ikke inne på Maihaugen finner man mye digital teknologi i bruk. Det mest brukte later til å være lydstasjoner. Maihaugen er en aktiv bidragsyter med materiale inn i DigitaltMuseum, og har bevisst valgt å prioritere at publikum skal kunne bruke museets samlinger og kunnskap utenfor museet. Denne delingen fremstår som godt forankret i institusjonen, og det later også til at dette fraværet av digital formidlingsteknologi ikke har vært et tema i tilbakemeldinger fra publikum om deres opplevelser av formidling ved museet.

5.2 Rockheim

5.2.1 Rockheims anlegg og utstillinger

Rockheim er observert 8. november 2018 (hele utstillingen) og 22. februar 2019 (resepsjonsområde). De digitale flatene som møter publikum på Rockheim er mange og varierte. Et stort kart i trappeoppgaven skal fungere som en interaktiv visning som responderer på laserpenner som ligger klare til bruk flere steder i museet. Hvor intuitivt og mye hvor mye brukt dette er, blir diskutert i kapittel 7, og museet redegjør der for behovet for også å ha ansatte som kan guide publikum i bruk av teknologien. Ved observasjon har jeg også sett ansatte fortelle de besøkende at disse laserpekerne kan benyttes og på hvilken måte man bruker de. Det virker som om de ansatte i resepsjonen er gode på å informere besøkende, men her må jeg også legge til at mine to besøk på Rockheim er gjort i lavsesong på dager med tilsynelatende lite besøk i museet. Hovedutstillingen på Rockheim ligger i sjette etasje, og via heis kommer man inn i utstillingen. Her oppe møter jeg også en av museets guider/verter som hilser, og jeg føler meg sett. Det er ikke påtrengende, og jeg opplever ingen forventning om at jeg må spørre om noe eller innlede en dialog, så i mitt ærend beveger jeg meg inn i utstillingen. Denne starter med en stor projiseringsflate som via lyd og bilder presenterer et utvalg artister. Et fint grep, da store flater fungerer godt i store bygg, og minner publikum på at dette er noe annet enn å se på en mobiltelefon eller TV.



Fig. 8. Rockheim, ved inngangen til basisutstillingen 2018.

Utstillingen er videre bygd opp kronologisk, og det er tydelige digitale skjermflater flere steder, slik som ved inngangen til 1960-tallsrommet, hvor man kan fordype seg blant annet i Arne Bendiksens liv og virke. Hele 60-tallsrommet er designet med heldekkende digitalprojiserte veggflater, som reagerer på bevegelser fra de besøkende. Man kan bruke god tid, og det er mye stoff tilgjengelig for den som ønsker å se og lytte på den digitale formidlingen som er tilgjengelig. Jeg føler at jeg ikke riktig skjønner alt, slik som projiseringene på vegg, de kommer og går litt, uten at jeg blir helt sikker på hvordan de aktiveres/skiftes. Touch-skjermene fungerer intuitivt og godt.



Fig. 9. Rockheim, 1960-tallsrommet 2018.

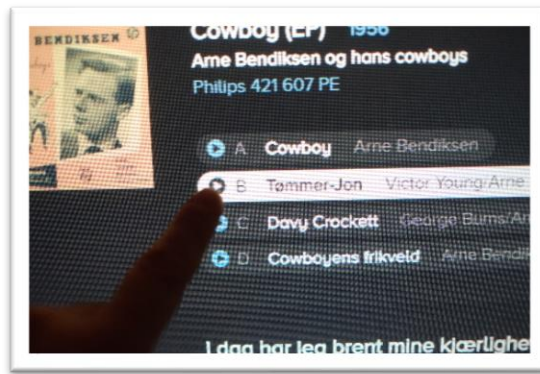


Fig. 10. Rockheim, touchskjerm 2018.

Deretter kommer man til et stort monter kalt *Rockens Verktøy*, som er en betydelig samling, primært av instrumenter og lydutstyr, men også noen andre gjenstander og arkivalia. Her er alle gjenstandene ledsaget av varierende mengde tekst, lyd, film og bilder som betjenes via store, trykkfølsomme skjermer og tilhørende hodetelefoner. En del filmmateriale er også egenprodusert av museet, på bakgrunn av publikumsarrangementene *Instrumentkunnskap*. Jeg er nok en god representant for de av publikum som finner dette veldig interessant, og

kombinasjon av teknisk informasjon, armlengdes avstand til genuine objekter og kontekstinformasjon om hvem som har brukt og hva de har vært brukt til, opplever jeg som en veldig fin helhet. Her er det godt mulig å bruke en time på 17 meter utstilling, informasjonsmengden er stor og stoffet er godt presentert.



Fig. 11. Rockheim, skjerm ved Rockens Verktøy, 2018.

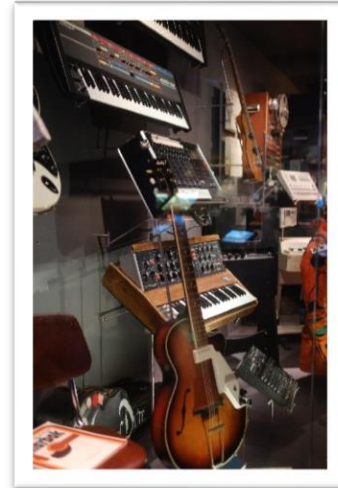


Fig. 12. Rockheim, Rockens Verktøy, 2018.

Utstillingen fortsetter med en rekke digitale flater, hvor de fleste oppleves som relativt selvforklarende, og stoffmengden er fortsatt omfangsrik og innholdet spennende – i alle fall om man er musikkinteressert. 70-tallsutstillingen gir de besøkende mulighet til å ta plass i turnebussen, og bla seg gjennom store mengder film og annet materiale utformet som musikkaviser på liggende flater. Her har jeg ved tidligere besøk brukt lang tid, og i alle fall første gang opplevde jeg at en del stoff var nytt og ukjent for meg. Dette var en positiv opplevelse, men i tråd med senere års utvikling av blant annet YouTube og oppbygging av NRKs online-arkiv, er nok ikke stoffet like nytt/eksklusivt i dag. Presentasjonsformen og konteksten er likevel god, og det vil ganske sikkert være en andel av de besøkende som ikke er kjent med dette materialet på forhånd. Kombinasjon musikk og film er gjennomgående, og i 80-tallsrommet aktiviseres musikkvideoer ved hjelp av fadere på et fysisk miksebord.

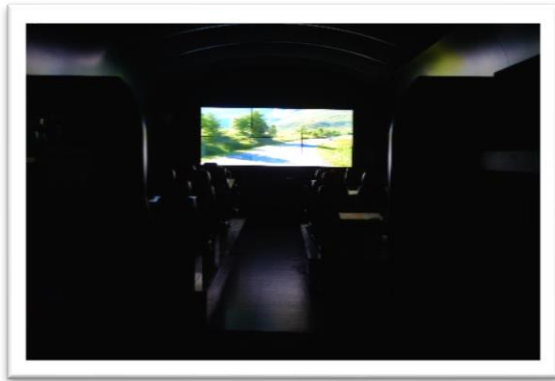


Fig. 13. Rockheim, turnebuss i 1970-tallsavdelingen, 2018.

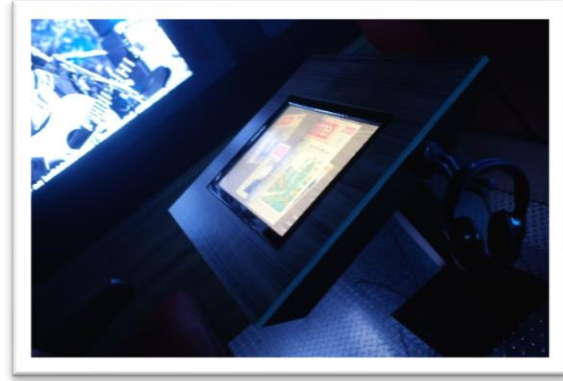


Fig.14. Rockheim, skjerm i 1970-tallsavdelingen, 2018.

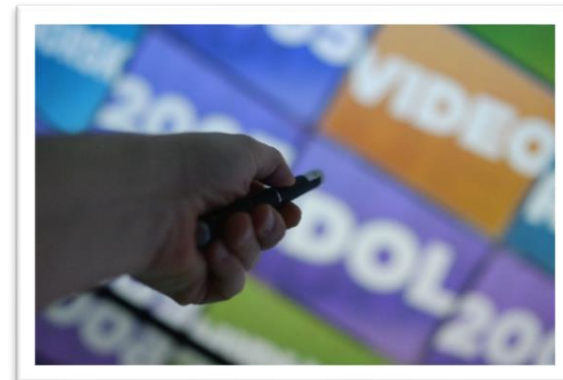
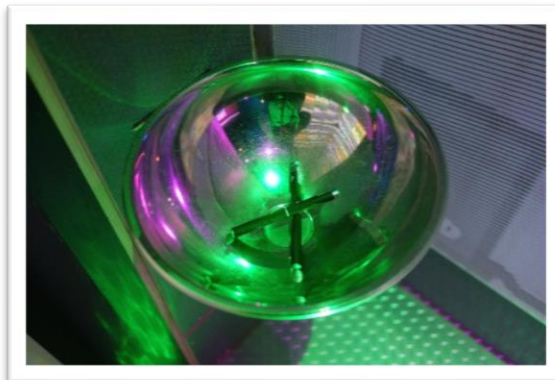


Fig. 15 og 16 Rockheim. Laserpenn til bruk i utstilling, 2018.



Fig 17. Rockheim. Film, lyd og bilder i 1980-tallsrommet, 2018.

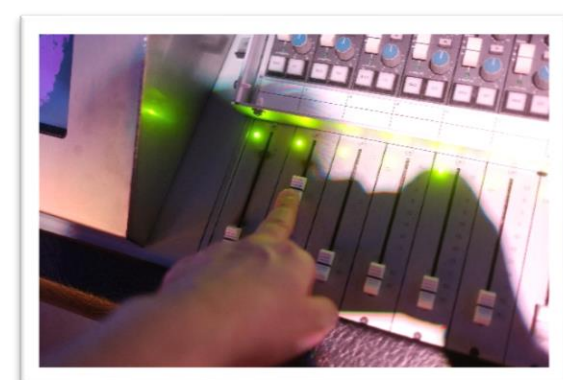


Fig 18. Rockheim, miksebord styrer lyd, film og bilde, 2018.

5.2.2 Rockheim på nett

Som et av de første, store prosjektene til Rockheim, lanserte de konseptet *Virtuelle Rockheim*, en digital onlinepresentasjon hvor det ble satset høyt, og man opplevde at fallhøyden ble stor. Adresseavisen skrev blant annet Rockheims virtuelle museum er så elendig at en ikke vet om en skal le eller gråte (adressa.no, 2009). I dag er dette tilbudet for lengst tatt av plakaten, og et samstemt museumsmiljø ser ikke ut til å savne sitt virtuelle speilbilde. I intervjuene jeg gjorde med de Rockheim-ansatte (2018/2019) utdypet flere av informantene at Virtuelle Rockheim for mye og for hardt prøvde å være likt det beste og nyeste av digital, visuell fremstilling kjent fra dataspillverdenen, uten å lykkes med dette.

Jeg gjorde min observasjon av Rockheims nettside 05.04.2019, med supplerende observasjon 13.05.19. For publikum er dette en ganske oversiktlig forsidesidepresentasjon, med enkle, ryddige menyer i toppen, som samler det meste av relevant informasjon på et sted. Rockheim bruker en loop av levende film som blikkfang langt oppe på siden, og den fungerer godt visuelt med en fin og konsis innføring i hva Rockheim kan tilby de besøkende i sine utstillinger og formidlingsflater. Filmen er uten lyd, noe jeg faktisk ikke bet meg merke i ved første observasjon, men som jeg ved andre gangs studie synes er litt dramaturgisk rart, spesielt i scener der du ser formidlere som snakker og barn som danser. Det er likevel lett å forsvare Rockheims valg av standardinnstilling på dette, da nettsider med fast lyd og/eller musikk generelt kan oppleves som støyende og distraherende. Kanskje hadde en løsning med "spill av med lyd" vært en god løsning på denne introduksjonsvideoen.

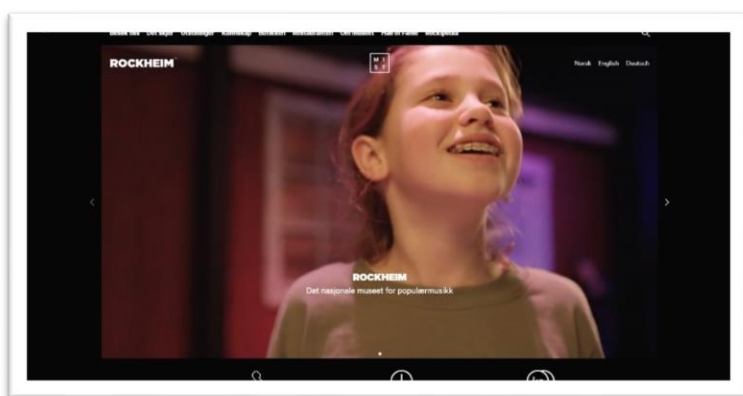


Fig. 19. Rockheims nettside, skjermdump 2019.

Rockheim har på samme måte som Maihaugen en tydelig menylinje øverst på siden. Her er inndelingen litt annerledes, og jeg får en følelse av at museet kanskje har satt noen av sine

ønsker litt foran publikums behov. Dette dreier seg om at åpningstider, billettpriser og arrangementer alle krever handling ved klikk før de blir synlige. Opplysningene om åpningstider, arrangementer og billettpriser er logisk plassert under henholdsvis *Besøk oss* og *Arrangementer*. Jeg opplever det som imøtekommende at så mye relevant informasjon er spredd i temablokker under *Besøk oss*, at jeg ikke må lete etter åpningstider og billettpriser. Om vi legger Furu henvisning til *lukten av informasjon* (Furu, 2011, s. 41) til grunn, så mener jeg publikum får god uttelling ved å følge menyunktet *Besøk oss*.

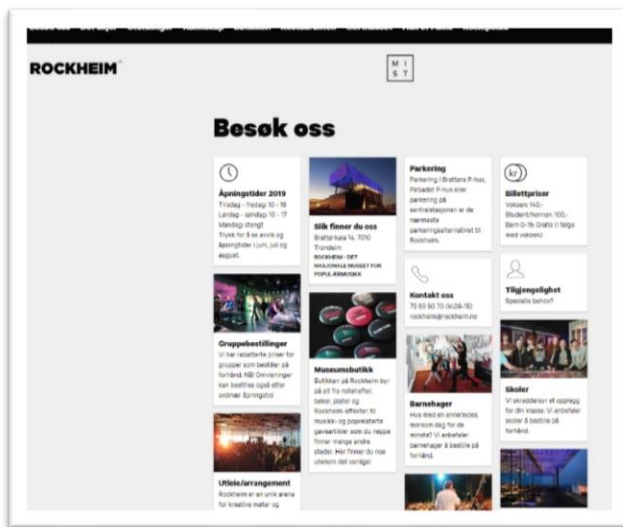


Fig. 20. Rockheims nettside, skjermdump 2019.

Samtidig som publikum kanskje må lete litt mer, og utføre noen klikk ekstra, er Rockheims nettside interessant i forhold til min problemstilling, da den går lengre enn Maihaugens nettside i å være et verktøy i digital formidling. Under fem av de ni menypunktene finner jeg stoff som er direkte relatert til formidling eller samlingene. Dette kan være stoff som publikum ønsker, eller stoff som publikum ikke visste de ønsket. Jeg har vanskelig for å tro at dette er stoff som publikum ikke ønsker, da det er informasjon knyttet til museets kjerneområde, presentert på en oversiktlig men likevel ganske innbydende måte. Stoffet under disse menypunktene er omfattende, og omfatter informasjon om samtlige artister innlemmet i Rockheim Hall of Fame, Biografiprojektet Rockipedia, artikkelsamlinger og en egen avdeling for lyddokumentasjon.

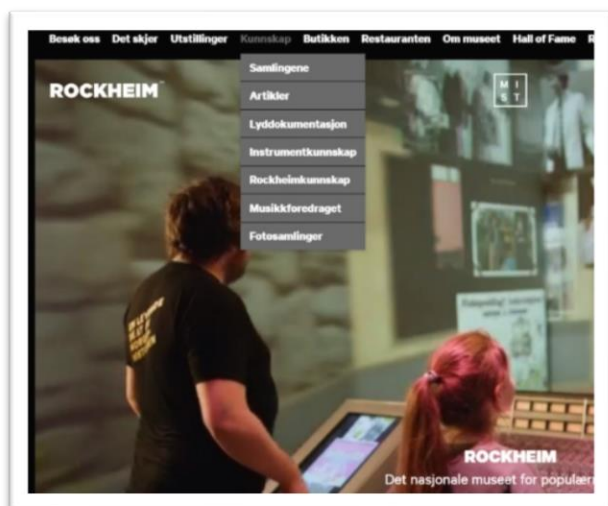



Fig. 21. Rockheims nettside, skjermdump 2019.

Mye av dette materialet oppfatter jeg som dyptgående og interessant, men også unikt og viktig i en museumsfaglig sammenheng. Lyddokumentasjonsprosjektet (<https://rockheim.no/fender-stratocaster-vs-gibson-les-paul>) er et godt eksempel, fordi det gir publikum innsikt i både hvordan museet jobber med kulturarv, samtidig som det gir teknisk kunnskap om hvordan ulike gitarer er opprinnelse til ulike lydegenskaper. En fem minutter lang video gir en profesjonelt utført og underholdende dokumentasjon av hvordan Rockheim jobber for å også ivareta lyddokumentasjon knyttet til instrumenter og utstyr i samlingen. Dette fremstår som et særdeles godt eksempel på hvordan man i dag kan kombinere samling med formidling i digitale kanaler.

I dette metodeutviklingsprosjektet knyttet til lyd dokumentasjon av Rockheims instrument- og teknologisamling har vi utforsket to av gitarene i samlingen nærmere:

ROCK2085: Fender Stratocaster Sonic Blue (1963)
 ROCK2133: Gibson Les Paul (1970)



Begge disse gitarene blir gjerne omtalt som ikoniske gitarer. Men hva er ikonisk; form og farge eller lyden? Hvordan høres egentlig gitarene ut, og kan man høre forskjell på dem?

En av de største forskjellene på en Fender Stratocaster og en Gibson Les Paul er pickupene. Pickupene fanger opp strengenes vibrasjoner og omdanner dem til elektriske signaler som kan forsterkes. Fender Stratocaster har tre såkalte singel coil-pickuper som man kan velge mellom. Disse betegnes etter plassering (neck, middle og bridge) og gir

Fig. 22. Rockheims nettside, skjermdump 2019.

En av fordelene med å velge KulturITs egen nettsideløsning er den naturlige interaksjonen med DigitaltMuseum og mulighet til nærmest sømløst å bruke museets etablerte samlingsdatabase som en forlenget arm av egen nettside. Her kunne man nok kanskje sett at Rockheim i større grad integrerte linker til DigitaltMuseum i omtaler av de ulike gjenstandene, men samtidig ser jeg også at de presentasjonene Rockheim nå har laget av for eksempel gitarene fra Gibson og Fender er så mye mer enn hva en gjenstandsoppføring vanligvis er, slik oppføring i DigitaltMuseum i denne sammenheng vil være et rent supplement, men som kunne tilføre verdi i rene fakta om instrumentene, slik som år, tidligere eier og stillbilder.

5.2.3 Rockipedia

Rockipedia er et eksempel på en databasestruktur som, slik O'Reilly (2005) definerer det, er et utmerket eksempel på ny tenking i web 2.0-universet. Publikum får enkelt tilgang til å bidra med opplysninger og være delaktige i oppbyggingen, som vist til i kapittel 3.2. Rockipedia har, slik jeg opplever det ved utprøving og observasjon, et enkelt brukergrensesnitt, og søkefeltet er sidens klare A-scenario, den informasjonen 80% av de besøkende søker (Furu, 2011, s. 29). Rockipedia er bygd opp rundt brukermedvirkning, og ved å opprette en

brukerkonto kan man selv legge inn artister, plateselskaper, utgivelser og annen informasjon. Rockipedia anses å være et svært godt eksempel på en klassisk web 2.0-struktur, basert på at en profesjonell aktør setter dagsorden, har et redaktøransvar og tilbyr en teknisk struktur, mens publikum får delta med informasjon og opplysninger som man selv legger inn i tjenesten. Mitt inntrykk er at Rockipedia i dag er en anerkjent tjeneste og et oppslagsverk som blir brukt. Jeg merker meg likevel at ved søk på Jan Garbarek på Google, dukker Rockheims egen omtale av Garbarek i Hall of Fame opp vesentlig høyere på trefflisten (17. plass mot 49. plass, ved søk på Google.no 13.05.2019).

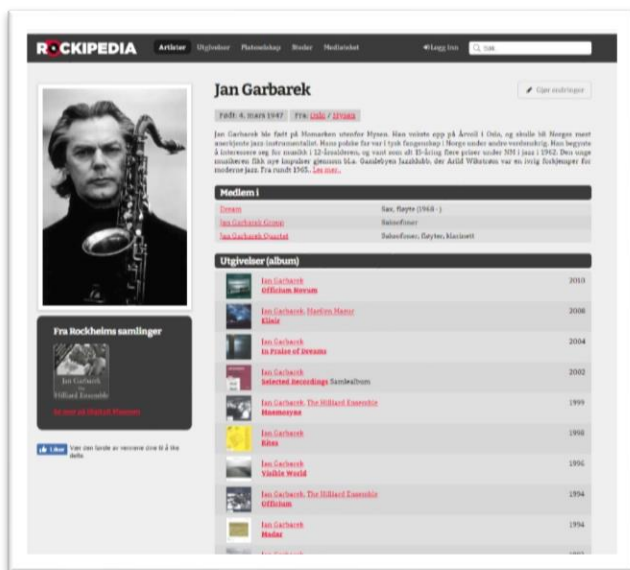


Fig. 23. Rockipedia, skjermdump 2019.

5.2.4 Rockheim i sosiale medier

Rockheim er aktiv i sosiale medier, og igjen er det særlig Facebook som er mye brukt. Jeg observert Rockheims aktivitet på Facebook første gang 26.04.2019. Rockheim har 36.940 personer som liker siden. Ønsker man å leke litt med tall, kan man jo sammenstille med Maihaugen, som har halvparten så mange likere på Facebook, men nesten tre ganger så mange fysisk besøkende. Det er ikke sikkert disse tallene er helt uinteressante, da et sterkt fokus på å være digitale og tilby aktivitet som er digitalt tilgjengelig også gjør at man lettere er "populær" i sosiale medier.

De første innleggene hos Rockheim er en kombinasjon av nyheter og arrangementsmarkedsføring knyttet til nylig utnevning av nye artister til Rockheim Hall of Fame. De fire neste innleggene er også arrangementspromoteringer, før det kommer en link

til NRK P2 hvor en av Rockheims konservatorer diskuterer kristendom og musikk med kjente norske artister. Rockheim har en lang tradisjon på å samarbeide med NRK, og har vært dyktige til å få faglig formidling via statskanalen. Innleggene til Rockheim har typisk 10-40 likes, men noen, slik som offentliggjøring av hvem som innlemmes i Hall of Fame har 225 likes 23 timer etter at innlegget ble lagt ut. Min oppfatning er at Rockheims Facebookside fungerer som en god oppslagstavle med smakebiter av arrangementer og utstillinger, samt små glimt fra innsiden av museumsdriften og noe stoff relatert til samlingene.

5.2.5 Kort oppsummering Rockheim

Rockheim oppleves i dag som en museumsaktør som er til stede på mange digitale arenaer, og mye av denne tilstedeværelsen gjøres på en grundig og gjennomarbeidet måte. Utstillingsflatene i museet fungerer godt, og særlig Rockens Verktøy har blitt en fornøyelse å studere, og denne kombinasjonen av gjenstander og kontekstopplysninger, kryssningen mellom det digitale og analoge og samspillet mellom samling og formidling som et eksempel til etterfølgelse. Rockheim har lagt ned en stor innsats i presentere gjenstandssamlingen på DigitaltMuseum, men det fremstår litt uklart i helheten hvor eksempelvis lydklipp, film og fotografier kan befinne seg. Noe av dette finnes i de innholdsrike nettsidene til museet, og det hadde vært interessant å senere ved anledning å kunne dykke ned i tall og statistikk for å se hva av dette materialet som besøkes, og hvor mye det blir brukt. Kvaliteten er god og stoffet interessant, så det fortjener å bli sett og brukt av publikum.

5.3 Norsk jernbanemuseum

5.3.1 Norsk jernbanemuseums anlegg og utstillinger

Jeg observerte Norsk jernbanemuseum 4. november 2018 og 14. mai 2019. I hovedutstillingen inne er det to projektorer med store projiseringsflater oppunder taket for film. Jeg finner tre iPader knyttet opp til KulturPunkt, disse viser bilder og historie knyttet til jernbanen i Norge. Ipadene er plassert på en fin måte på en liten podieløsning, med utsikt over deler av utstillingen og samlingen.



Fig. 24. Norsk jernbanemuseum, iPader med KulturPunkt, 2019

Fig. 25. Norsk jernbanemuseum, lydculisse i togkupe, 2019

Videre er det brukt en hel del digitale fotorammer som viser bilder. Det er stemningslyd blant annet av dialog mellom togpassasjerer flere steder. Dette fungerer svært godt, og det er brukt smarte løsninger for at lyden ikke glir over og forstyrrende ved neste lydculisse. Et eksempel på dette er at lyden fra togkupeene er så lav at du må stikke hodet bort til døren for å høre hva som blir sagt. Da fungerer den oppslåtte døren som et effektivt stengsel for lydlekkasjer fra nabokupeen.



Fig. 26. Norsk jernbanemuseum, skjerm i utstilling, 2019

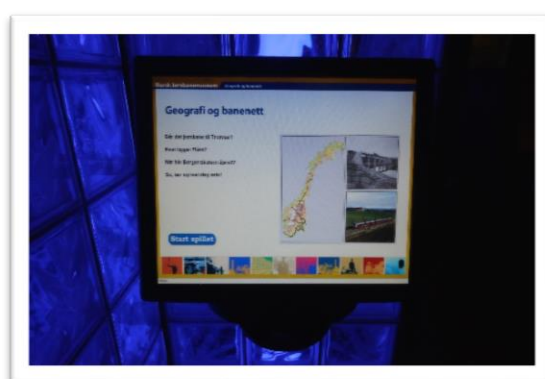


Fig. 27. Norsk jernbanemuseum, skjerm i utstilling, 2019

Det innendørs utstillingsarealet til Norsk jernbanemuseum er ikke veldig stort, men jeg synes de har klart å få mye presentert ut til publikum, også via digital teknologi. Jeg legger merke til at det er stor variasjon i størrelse, fabrikat og design av de ulike skjermflatene, men jeg er ikke sikker på om den jevne besøker vil være like opptatt av dette.

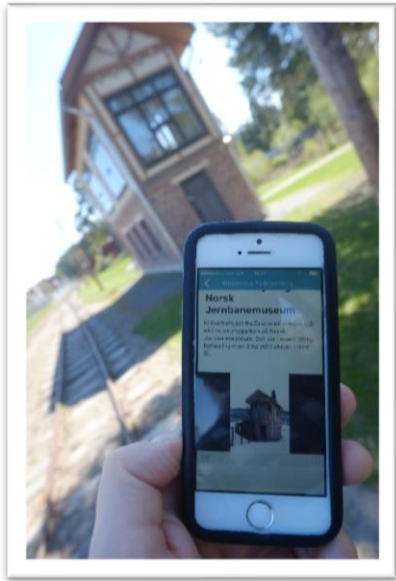


Fig. 28. Norsk jernbanemuseum, bruk av Kulturpunkt-app i friluftsmuseet, 2019

Ute i friluftsmuseet har Norsk jernbanemuseum lagt opp en rekke KulturPunkt. Informasjon om dette finner jeg, litt tilfeldig, som oppslag på toalettet. Det fungerte det, men man kunne nok kanskje sett at lignende oppslag også fantes ved resepsjonsområde og godt synlig ute i museet. Jeg lastet ned appen fra KulturIT, det gikk raskt og problemfritt. KulturPunkt-appen ga meg mye god informasjon om ulike bygninger og materiell ute i museet, og fungerte som et vellykket formidlingsgrep. Nå har ikke jeg telefon med størst skjermstørrelse, og opplever at flaten kan være noe liten. Det å tilpasse informasjon til aktuell skjermstørrelse har blitt sett på som et viktig grep i utviklingen av web 3.0-begrepet, slik jeg har omtalt i kapittel 3.2.

Jeg ble ikke riktig klok på navigering og avstandsangivelse til objektene, men det kan skyldes brukerfeil eller at jeg var helt ny med bruk av KulturPunkt-appen.

5.3.2 Norsk jernbanemuseum på nett

Jernbanemuseets nettside er observer 6. mai 2019. Dagens nettside er en mellomløsning, i påvente av ny side som etter planen skal lanseres i løpet av 2019. Museets nettside ble på et tidligere tidspunkt hacket, og har siden den gang mistet noe funksjonalitet. Norsk jernbanemuseum er tydelige på at nettsiden i dag ikke er en fullgod og ønskelig løsning, og jeg velger på bakgrunn av dette å ikke gå spesielt dypt inn i hvordan siden oppleves, men heller bare trekke ut noen få punkter. Siden kjennetegnes av et bildespill som skifter med noen sekunders mellomrom. Bildene er fordelt mellom samlings, utstillinger og formidlings-

situasjoner. Uten å gjøre så mye ut av seg gir bildene en grei innføring i hvordan publikum museet. Øverst på siden ligger en tradisjonell menylinje med 8 hovedpunkter, inkludert temaer knyttet til formidling (Besøk oss, opplevelser for familien) og samlingsforvaltning (samlinger). Strukturen og valg av menypunkter minner mye om Rockheims nettside. Noen elementer fremstår, uten at jeg har nok fagkunnskap om det visuelle/grafiske, som litt lite brukervennlig. Skriften er litt tynn noen ganger, og det er også brukt en del relativt lyse farger mot lys bakgrunn. Det er brukt mye bilder, hvor ganske mange i noe smått format. De av disse som inneholder mye detaljer eller et mindre definert hovedmotiv kan være litt vanskelige å få utbytte av. Dette oppleves som forbedringspotensial inn i ny nettsideløsning. Norsk Jernbanemuseum tekster sin informasjon på engelsk og tysk, og denne kommer fortløpende etter den norske teksten, enkelt merket med flagg. Dette er et grep og en service museet helt sikkert vil ha mye igjen for i kommunikasjon med utenlandske interesserte og besøkende, og oppleves som inkluderende og imøtekommende.

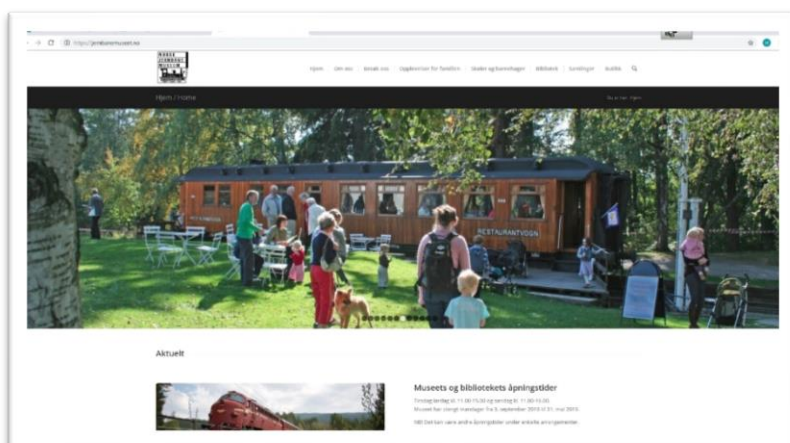


Fig. 29. Norsk Jernbanemuseums nettside, skjermdump 2019.

Linken til DigitaltMuseum er lite synlig på siden som omfatter samlingene. Her ville jeg nok gjerne sett en tydelig tekstboks eller grafisk flate som uttrykte "søk i fotoarkivet". I dag kommer denne funksjonen først etter at informasjon om oppbygging og struktur på samlingen, litt om bruk av materialet og kontaktinformasjon. Sistnevnte er uansett tilgjengelig i DigitaltMuseum og kan når som helst åpnes uten å måtte gå tilbake til jernbanemuseet.no

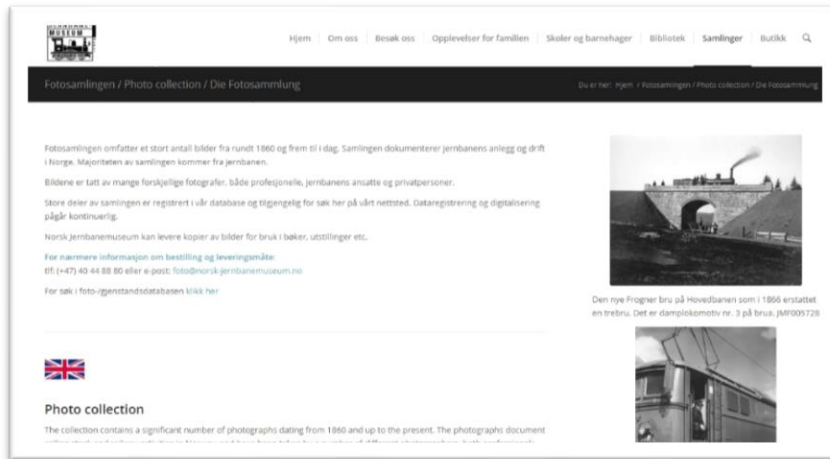


Fig. 30. Norsk Jernbanemuseums nettside, skjermdump 2019.

5.3.3 Norsk jernbanemuseum i DigitaltMuseum

Siden nettsiden til Norsk jernbanemuseum er definert som en midlertidig løsning, velger jeg å bruke dette museet som eksempel på hvordan publikum kan møte de ressurser som ligger tilgjengelig på DigitaltMuseum. Norsk jernbanemuseum har gjennom mange år lagt ned betydelige ressurser i registrering og tilgjengeliggjøring av museets fotosamling på DigitaltMuseum. Ved observasjon viser det seg også at det er mye materiell som er registrert, og en stikkprøve på søk av "godsvogn" gir 1991 treff i samlingen til Norsk jernbanemuseum. Søkefeltet på DigitaltMuseum er det sentrale blikkfanget på inngangssiden, som er felles for alle museer og samlinger. Søkefeltet ligger langt oppe på siden, foran en collage av bilder og objekter som ikke bare er bakgrunnsbilder, men også klikkbare lenker om man skulle ønske mer informasjon om det bildene viser.

Av de 1991 treffene hos Norsk jernbanemuseum er det mulig å skille gjenstander fra fotografier ved et lett tilgjengelig menyvalg kalt typer. Andre filtreringsmuligheter i form av menyvalg er *emneord*, *steder* og *perioder*. Særlig sistnevnte funksjon bruker jeg mye i min egen jobb som utstillingsprodusent og fotograf, da den gir meg relevante treff pr tiår. En annen funksjon jeg bruker mye er filtrering på lisens, som ligger under linjen med "1991 treff i Norsk jernbanemuseum". Her kan jeg filtrere ut bilder som er til fri bruk eller med såkalt begrenset gjenbruk, hvor man kan bruke materialet på visse vilkår, typisk knyttet til kommersiell/ikke-kommersiell bruk, kreditering og deling på samme vilkår. Norsk jernbanemuseum har, så vidt jeg kan se, ikke spesifisert lisens på noen av disse 1991 treffene, og viser til standardformuleringen "*Lisens: Kontakt eier for mer informasjon*". Dette kan oppleves som

tungvint da den som ønsker å bruke materialet må henvende seg til museet for videre dialog om bruk. På den andre siden gir det museet en kontroll over spredning og bruk, i alle fall fra aktører som viser interesse i å oppfylle lisensvilkårene. Basert på eget arbeid med innlån og bruk av en stor mengde bilder i utstillingsproduksjoner de siste to årene, har jeg ingen problemer med å understreke smidigheten med bildemateriale som kan gjenbrukes på lisensvilkår som allerede er oppgitt på DigitaltMuseum, slik at jeg slipper å spørre i hvert enkelt tilfelle hvilke vilkår som regulerer bruk av bildet. Her må jeg for ordens skyld legge til at min egen museumsinstitusjon har lagt seg på akkurat samme prinsipielle løsning som Norsk jernbanemuseum, hvor også vi, i alle fall frem til nå, har bedt om å bli kontaktet før bruk av alt vårt bildemateriale. Denne praksisen mener jeg er moden for evalueringer, og blant annet eldre bildemateriale som har falt i det fri (hentet fra https://meta.snl.no/unntatt_vanlig_opphavsrett). Her tenker jeg at både vi som kulturarvsformidler og publikum er mest kjent med at vi gjør dette materialet enda lettere tilgjengelig og mer egnet for digital delingskultur og bruk.

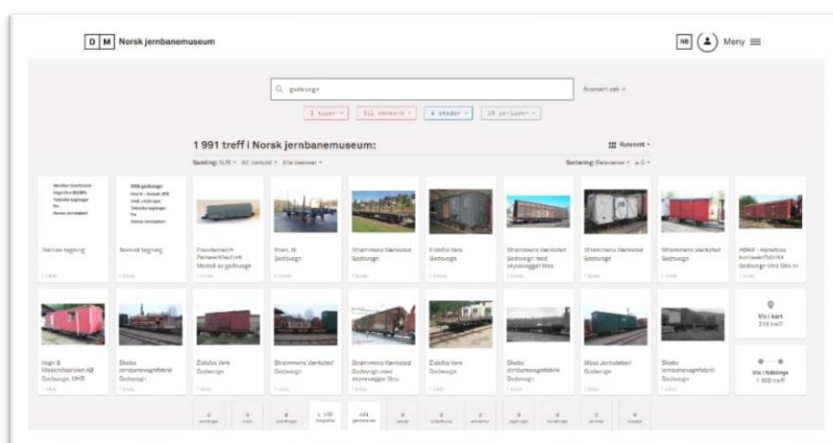


Fig. 31. Norsk jernbanemuseum på DigitaltMuseum, skjermdump 2019

Som observatør av Norsk jernbanemuseums aktivitet på DigitaltMuseum er det vanskelig å ikke gi honnør til det store antall registreringer, som utgjør nesten 35.000 fotografier og 10.000 gjenstander pr mai 2019. Jeg har klikket meg inn på et titalls vilkårlig valgte bilder fra oversikten over fotografier, og finner at det er gjort en god og grundig jobb med registrering og opplysninger, de aller fleste av de undersøkte bildene inneholder navn på personer, modellnavn/typebetegnelser på utstyr, stedsangivelser og årstall. Det er også på enkelte fotografier satt bildet inn i en større kontekst eller mer gjennomarbeidet historisk fremstilling. Det vil likevel ikke være snakk om et omfang og utvalg som på noen måte kan kalles

kvantiativt, og knapt nok forskningsrelevant. Men som en del av en helhetlig observasjon av Norsk jernbanemuseums aktivitet på internett, synes jeg det er viktig å understreke min oppfatning av at det store volumet ikke nødvendigvis har gått på bekostning av hva jeg forbinder med en god kvalitet på brukeropplevelsen, med vekt på relevant informasjon om hav bildet viser.

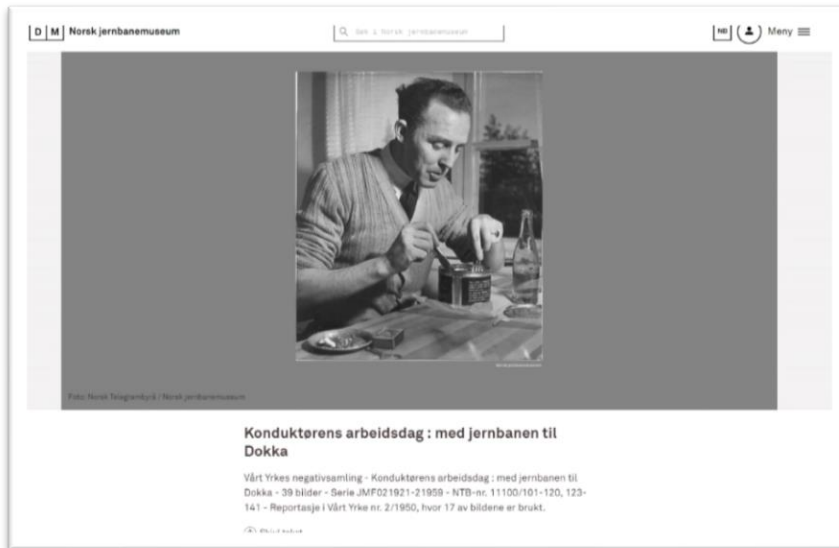


Fig. 32. Norsk jernbanemuseum på DigitaltMuseum, skjermdump 2019

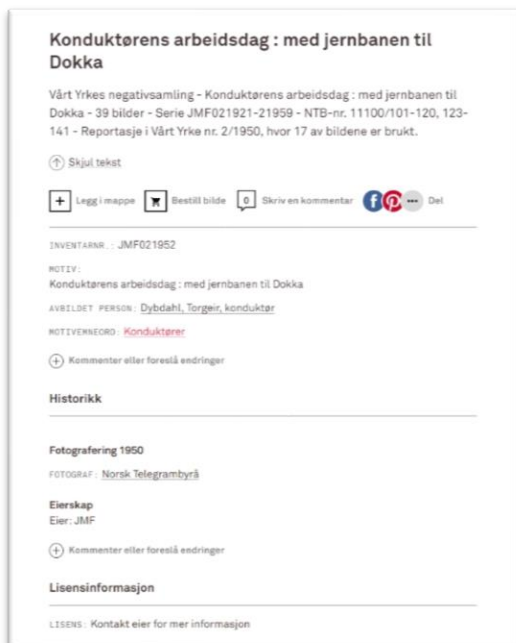


Fig. 33. Norsk jernbanemuseum på DigitaltMuseum, skjermdump 2019

Et avsluttende moment, som ikke berører Norsk jernbanemuseum spesifikt, men som er mer en prinsipiell diskusjon relatert til DigitaltMuseums strukturelle invitasjon til å la publikum medvirke i oppbygging av kunnskapsdatabasene (DigitaltMuseum har en egen knapp for *Skriv en kommentar eller send henvendelse.*) Hvem eier dataene? Dette har jeg belyst ved O'Reilly i kapittel 3.2. Man må kunne stille spørsmål om hvem som eier dataene som publikum bidrar med, det være seg Rockipedia eller DigitaltMuseum. Overtar institusjonene denne informasjonen og kan bruke den fritt, og hva med kildehenvisninger og krediteringer. Her oppfatter jeg praksisene som ulike og uklare. Dette griper også inn i Keens avsluttende synspunkt i kapittel 3.4 om det *moralske* ansvaret i spørsmål om krediteringer og opphavsrett.

5.3.4 Norsk Jernbanemuseum i sosiale medier

Norsk jernbanemuseum på Facebook er også observert 6. mai 2019. Hovedinnlegget er et arrangementsoppslag om togkjøring til Flisa med Karéttoget. Deretter en presentasjon av slipsnåler med togdesign som selges i museumsbutikken.

Litt lengre ned på Facebooksiden ligger tre bilder publisert 1. mai av det såkalte Stålvogntoget, et annet tog Jernbanemuseet ofte er på tur med. Dette innlegget har fått hele 262 likes, og kan stå som en indikasjon på den sterke entusiasmen direktør Eirik H. Kristoffersen og hans kolleger vil utdype senere i oppgaven. Innlegg knyttet til arrangementer som Barnas dag og påske har mer moderat respons, mens et filmklipp av et restaurert lokomotiv har 280 likes, innlegget er publisert 25. april.

Norsk jernbanemuseum har 4300 følgere på Facebook, og tilbakemeldinger og aktivitetsrespons er varierende, men det er et tydelig mønster på at innlegg som inneholder stoff om rullende materiell er det mest populære. Her kan man få fra 20-30 likes og et par kommentarer, til innlegg med 4-500 likes og over 40 kommentarer. Bildet under, publisert 7. mars 2019 har 460 likes og 33 kommentarer. Antall likes er over 10% av museets følgere på Facebook, og det bør være en god indikasjon på at publikum følger med og responderer når det er noe som interesserer de. Det er også verdt å merke seg at dette er et ypperlig eksempel på hvordan Norsk Jernbanemuseum klarer å kombinere gjenstander fra samlingen med aktiv formidling. Her berører man flere interessante temaer, blant annet spørsmålet om denne type utstyr best holdes ved like ved kontrollert bruk eller om det burde stå på magasiner, og i forlengelsen av dette ligger jo også spørsmål om tilgjengeliggjøring av kulturarven. Et togsett

på skinner som kjøres rundt i landet er på alle måter en effektiv måte å bringe samlingen ut til et publikum på.



Fig. 34. Norsk Jernbanemuseums Facebookside, skjermdump 2019

5.3.5 Kort oppsummering Norsk jernbanemuseum

Jeg oppfatter Norsk jernbanemuseum til å ha hatt et langsiktig og godt fokus på digital samlingsforvaltning og digital formidling særlig knyttet til det omfattende materialet som er gjort allment tilgjengelig på DigitaltMuseum. Et moment museet med fordel kan vurdere er om de ønsker å endre/spesifisere vilkår for bruk av fotomaterialet, men i en såpass omfattende samling vil dette også være en ressurskrevende jobb, som må sees opp mot prioritering av andre arbeidsoppgaver, slik som eksempelvis innsamling, registrering og tilgjengeliggjøring av nytt materiale. Norsk jernbanemuseum har det jeg oppfatter som en god og jevn aktivitet på Facebook, med flere oppdateringer i uken. Museumsanlegget til Norsk jernbanemuseum fremstår som variert og gjennomarbeidet i digitale formidlingsflater, med mye spennende materiale de besøkende kan ta del i.

6. Diskusjonen om det digitale

6.1.1 Museums goes digital – Direktørenes kvarter

De utvalgte institusjonene jeg har valgt å studere i denne oppgaven har alle ulik størrelse og ulike måter å tegne opp organisasjonskartet på. Like fullt oppfatter jeg at disse tre museene har ganske tydelige identiteter i forhold til hvordan de jobber med digital teknologi, hvordan ansvar fordeles og hvordan de ønsker at publikum skal oppfatte deres museum i møte med det digitale. For å kunne gi et overordnet og helhetlig blick har jeg intervjuet de tre direktørene ved museene, og innledningsvis har jeg bedt de si litt om hvordan de ser på sitt eget museum i forhold til det digitale.

Maihaugen som besøkssted skal først og fremst være et fysisk museum. Når man besøker Maihaugen skal man ikke gå rundt med en digital enhet og en app, vi skal ha fokus på det fysiske. Det gjelder både i friluftsmuseet og i utstillinger inne. Det er flere grunner til dette. For det første er det økonomisk gunstig. Dersom det digitale skal være bra, stjeler det mye av midlene. Det andre er at det digitale stiller sterke krav til fornying. Vår basisutstilling Langsomt ble landet vårt eget ble satt opp i 1993, og er på mange måter så «analog» som det er mulig å få det. Her er det nesten bare skifte av lyspærer som er nødvendig teknisk vedlikehold. Hadde dette vært en digital utstilling hadde den vært kastet for lengst. (Skurdal, 2018)

Vi har bevisst valgt å fortelle historiene om hvordan folk levde og bodde før på en ikke-digital måte. De eneste unntak er noen ganske få lyd-stasjoner rundt om i friluftsmuseet hvor man kan aktivere korte fortellinger. Vi kommer ikke til å flytte for eksempel skjermer ut i museet. (Skurdal, 2018)

Rockheim er svært avhengig av det digitale. Vi er bygd opp i en verden der «alt» er skapt digitalt. Det digitale er en selvfølge for oss. Hadde Rockheim vært et tradisjonelt gjenstandsmuseum, hadde det vært noe helt annet. (Guttormsen, 2018)

Vi har mye digital teknologi som må oppgraderes, og vi har utfordringer med at det ikke er smidig nok, vi har ikke full kontroll over utstillingen. Vi skulle gjerne hatt mulighet til å gå inn å overstyre og tilpasse styring av utstillingene. Vår utstilling, som hos mange andre, er bygd av store firma som baserer seg på løsninger som gjør at man er avhengig av firmaet også for å drifte utstillingen. Men skal man ha utstillinger på et slikt nivå må man ut av huset for å hente kompetansen (Guttormsen, 2018)

Foto er den delen av museets samling som har kommet lengst i digitaliseringen, med flere titusen bilder digitalisert over mange år. Jeg håper vi nå først og fremst kan jobbe med en kvalitetsøkning på gjenstandsfoto, særlig med tanke på bruk på DigitaltMuseum. (Kristoffersen, 2018)

Vi har en togsimulator i utstillingen, som selvsagt er digitalt styrt. Den fungerer greit, og jeg håper vi kan få en oppgradering på den, og kjøre norsk materiell på norske strekninger. I tillegg har vi en projektor og noen få iPader i den faste utstillingen. Tiden er moden nå for å ta tak i hovedutstillingen vår og oppgradere den. I den temporære utstillingen Mørke Spor er det flere innslag av digital teknologi. (Kristoffersen, 2018)

Disse uttalelsene oppsummerer på mange måter – og gir en innledning til de tre universene de utvalgte museene representerer. På den ene siden står Rockheim, åpnet i 2010, den gang en heldigital høyborg i ferd med å gli fra "tanken om å være et opplevelsessenter og mot å være et fullverdig museum" (Guttormsen, 2018). I dag en veldrevet institusjon med "bevissthet om at digitalteknikken er et middel og ikke et mål i seg selv" (Fegran, 2019). På den andre siden står Maihaugen, et av Norges største friluftsmuseum, med en svært bevisst holdning til at synlig digital teknologi kun skal og bør brukes i beskjedne grad i museets anlegg (Skurdal, 2018). Samtidig ligger det en erkjennelse av at museets fysiske fasiliteter og entusiastiske formidlere kun finnes og kan oppleves akkurat der. Derfor er Maihaugen (og Lillehammer Museum) en av initiativtakerne til nettsjeneren DigitaltMuseum (Skurdal, 2018) som gir publikum mulighet til å oppleve gjenstander, fotografier og historier uansett hvor man fysisk måtte befinne seg. Et sted mellom disse står norsk jernbanemuseum, en middels stor, gammel museumsinstitusjon som både forholder seg til store, fysiske samlinger og en uredd nysgjerrighet og vilje til å prøve ut digital teknologi som ligger innenfor museenes realistiske ressursrammer (intervjuer med Kristoffersen, Sletvold og Aasen 2018/19).

6.1.2 Kulturpolitiske føringer

Noe av grunnen til at de tre utvalgte museene er hvor de er i dag, er de statlige føringer innen digitalisering av museumssamlinger og den kulturpolitikk som har vært ført de siste 20 årene. En del av virkeligheten kan man si er resultat av bevisste strategier og målsetninger, mens andre områder har kommet til som et følge av ny teknologi og nye plattformer. Det er også tydelig at det er visjoner, ideer hos museene og deres ledelse som i alle fall i noen grad har satt institusjonene i den digitale situasjon de står i. Bildet er komplekst og sammensatt, og innbefatter, som jeg senere også kommer tilbake til, samspill med publikum og publikums respons.

Jeg har ikke opplevd noen klar, enhetlig kurs i de statlige føringene for hvordan vi som museer skal jobbe med digitaliserings spørsmål. Det som gir oss kurs, er rapporteringen til kulturrådet. Vi føler nok at det er et sterkt fokus også hos oss på besøkstall. Noen museer velger å fokusere sterkt på måltall innen digitalisering, men vi er ikke der, vi har nok samlet sett et mye større fokus på fysiske besøk. Dette opplever vi som også det politikere og administrasjon er mest opptatt av, og vi liker selvsagt å snakke ekstra mye om det når vi opplever en økning i besøkstall. De fysiske besøkstallene er nok også mer etterspurt og viktigere enn hva digitale besøkstall er pr i dag. (Kristoffersen, 2018)

Det har vært et overhengende fokus på mengde og volum, digitaliseringsmeldingen er en mengdemelding, med en god intensjon. Den har som mål at så mange som mulig skal ta del i kulturarven. Det er et kjempfelt, en enorm oppgave, om målet er at alt vi har i våre samlinger skal digitaliseres. Og da tenker jeg av og til: -«Hvorfor det»? Hva er det endelige målet? Jeg ser at det er en meget klar demokratiseringstanke i det hele. Som vanlig så følger ikke målet alltid bevilgningene. Det skal mye ressurser til for å komme i mål her. (Guttormsen, 2018)

Ønsker og målsetninger i digitaliseringsmeldingen har selvsagt vært svært ambisiøse. Det stilles ikke krav om delmål underveis, bare at man en dag skal bli ferdige, og det kommer vi jo aldri til å bli. Og fokuset ligger på at det skal digitaliseres, men hva er målet med digitaliseringen? Hvordan skal det formidles? Dette er en av de store utfordringene i dag. Det utviklers og forbedres verktøy innen samlingsforvaltning, og det er mindre fokus på formidlingsdelen. (Guttormsen, 2018)

Vi føler at vi står ganske fritt i forhold til departementets ønsker for museenes digitaliseringsarbeid. Vi har ambisiøse mål, og rapporterer vår digitaliseringsvirksomhet, men føler oss ikke detaljstyrte. Det oppleves like mye som om man kan bli belønnet om man gjør en god jobb, som om man kunne bli straffet om man ikke innfridde. (Skurdal, 2018)

Det er tydelig at museumslederne i stor grad er samstemte i oppfatningen av at den ønskede retningen fra det offentlige side er at samlinger skal digitaliseres og gjøres tilgjengelig online. Det er også klare meninger om at det har vært et uttalt ønske om et betydelig volum og relativt høye måltall. I min samtale med de tre direktørene fremstår det som klart at museene jobber aktivt med digitalisering av egen fri vilje, med en bevissthet om at dette er i tråd med føringene fra det offentlige. Det er noe usikkerhet knyttet til hvilke mål man ser for seg fra bevilgende muligheter, og om disse målene kun går på mengde og volum. Flere av informantene, også utover direktørnivå, fremhever at kvalitet på det digitale materialet ikke må gå på bekostning av volum. Det er også tydelig at museene fortsatt har et sterkere søkelys på fysiske publikumsbesøk og gir uttrykk for at fysiske besøk i større grad enn klikk og digitale besøk gir uttelling på inntektssiden. Både i form av billettinntekter og i form av bevilgninger.

Som Skurdal antyder, er det lite som tyder på at det vanker sanksjoner om man ikke klarer å oppnå de måltall som blir satt innen digitalisering. Alle direktørene har gitt uttrykk for utviklingen i større grad styres av fysiske besøk enn av måltall knyttet til digitalisering. Interne ressurser kan bli en dragkamp mellom publikumsrettet formidlingsarbeid som i mange tilfeller fører til inntekter, og mer internt preget arbeid innen samlingsforvaltning og forskning. Mange museer ser seg nødt til å balansere ressursene mellom det som direkte gir publikumsbesøk og arbeid med samlingene som både svarer ut museets samfunnsoppdrag knyttet til forvaltning og bevaring, og som gir museet råmateriale til å produsere utstillinger og drive annen type formidling. Forskning på sin side er tidkrevende, gir muligens lite synlighet blant et mer allment publikum og kan nok bare i begrenset grad genere inntekter.

Guttormsens spørsmål om hvorfor dette tempoet, og hva ønsker vi å oppnå med alt dette digitale materialet er interessant i diskusjonen om det er volum som i seg selv er målet. Det er ingen tvil om at det fra mange hold er en kamp mellom kvalitet og kvantitet, og at det er uenighet om når og hvor disse parametrene krysser hverandre og gir et resultat flest mulig kan enes om er bra. Registrering i PRIMUS er en tidkrevende jobb, og særlig om den som registrerer selv er ansvarlig for å innhente og å verifisere de opplysningene som følger registreringen. Nylig besøkte jeg digitalarkivet.no, og ble sittende å se på betaversjonen av deres løsning for film og video. Jeg klikket meg inn på en film fra Esso i 1985, og legger merke til at det overhodet ikke finnes tilgjengelige opplysninger om hva dette er, hvor det kommer fra, i hvilken sammenheng det er produsert. Det er kun kildemateriale (video) og årstall som oppgis (digitalarkivet.no) Med en så sparsommelig registrering kan volum og publiseringshastighet bli relativt stort.

6.1.3 Visjoner og mål

De ulike museene preges i noen grad av ulike visjoner og ulike tanker om hva som gjør de gode, og hva de ønsker å levere ekstra godt på. Maihaugen skiller seg fra de to andre museene ved at de fremstår med et svært enhetlig fokus på tvers av ulike avdelinger. Både Skurdal, Mathisen og Sognli har tidlig i intervjuene vært nøye med å presisere at alt Maihaugen gjør, gjør de med tanke på at det skal gi en opplevelse til et publikum. Man kan kanskje tenke at dette er selvsagt, men et like bevisst og uttalt overhengende mål har ikke kommet frem på samme måte hos de andre informantene. Når Maihaugen snakker om å tilpasse og å imøtekomme publikum, gjelder det også i høyeste grad hvordan museet jobber med digital teknologi.

Det digitale kan bli et fremmedelement i friluftsmuseet, og det er en utfordring. Vi er litt redde for, eller usikre på, hvordan vi skulle klare å innlemme en digital formidling her uten å ødelegge sanseinntrykket og opplevelsen av det genuine og helheten. Det er selvsagt også utfordringer knyttet til at vi har mange bygninger og store gjenstander som ikke er så lett å reproducere digitalt. Maihaugen har bevisst valgt å være digitale på de plattformer som publikum kan oppleve hjemme via egne enheter. (Skurdal, 2018)

Allerede her strekes skillet mellom fysisk besøk og online-besøk opp, og dette vil utdypes videre gjennom oppgave teksten. Videre går Skurdal grundigere inn i situasjonen til Maihaugen innenfor digital tilgjengeliggjøring av samlinger slik:

Maihaugen sitter på en stor samling, som inneholder gjenstander, bøker, dokumenter, fotografier og mer. Vi jobber målbevisst med å digitalisere, har en plan på dette og ser at det er god fremdrift i arbeidet, selv om vi ser at det er langt frem til 100%, og vi er også veldig usikre på om 100% bør være målet. Vi har jo Postmuseet som en del av vår virksomhet, og ser at poststeddatabasen er svært mye brukt. Eldre foto er også svært mye brukt og populært. Vi har et bredt fokus innen digitalisering, og selv om det har blitt mye bilder, har vi også jobbet mye med gjenstander og for eksempel postjournaler. Vi har en funksjon som vi kaller torsdagsvenner, dette er frivillige, ofte pensjonister, som kommer hver torsdag og er med å gjør blant annet digitaliseringsarbeid under faglig veiledning av en av våre ansatte innen samlingsforvaltning. På foto så har vi eksempelvis økt fra 38.800 digitaliserte i 2014 til 53.700 nå. På gjenstander er tallene økt fra 75.580 i 2014 og til 81.390 i 2017. Vi har satt oss tydelige måltall som vi følger ganske nøye med på, i 2018 har vi sagt at vi skal digitalisere 4500, og pr 1. november har vi drøyt 4000. Så målene skal også være realistiske. For oss dreier dette seg i stor grad om prioritering av ressurser. (Skurdal, 2018)

Jeg har inntrykk av at Maihaugen er en av ganske få museumsinstitusjoner som i så sterk grad har implementert klare måltall. Den tekniske kvaliteten på det de leverer av fotomateriale oppfatter jeg, som museumskollega og fotograf, er av høy klasse. Som Skurdal selv sier, så dreier det seg om ressurser. Dersom man jobber effektivt, har gode rutiner og hensiktsmessig utstyr og enkel tilgang til råmaterialet, (i dette tilfellet fotografier og som regel eldre materiale uten rettighets og personvernproblematikk), er det slett ikke umulig å digitalisere drøyt 2000 fotografier (som ofte er negativer/glassplater) i tillegg til andre faste og midlertidige arbeidsoppgaver på et årsverk. Både ut fra min egen arbeidshverdag og samtaler med kolleger i andre museumsinstitusjoner er det derimot to ting som jobber mot høye måltall. Det ene er at mange ansatte i museene har såpass mange og varierte arbeidsoppgaver at man ikke får den nødvendige tid eller ro til å jobbe målrettet med digitalisering over lengre perioder, et arbeid som krever systematisk tilnærming i ganske ensartede prosesser, men med et visst omfang av historikk og metadata som skal ivaretas – og som kanskje må oppspores underveis i arbeidet.

Det andre er at egne og institusjonens krav/ønsker om historikk og metadata til materialet som digitaliseres er så høye, at mange bruker mye tid på å innhente og verifisere disse opplysningene, en jobb som i mange tilfeller er vesentlig mer tidkrevende enn selve digitaliseringsprosessen.

Rockheim fremstår i dag som spesielt gode på publikumsrettet virksomhet i arrangementsform, som spenner fra smale instrumentforedrag til større konserter med kommersiell appell.

Rockheim ble skapt som et opplevelsessenter, men etter hvert som innsamlingsprosessene kom i gang, ble det naturlig å endre status. Spørsmålet trengte seg frem da det gikk over fra prosjektfase til driftsfase. Jeg har vært her i fem år, og kommer selv fra museumsbransjen. Det kan være litt av grunnen til at jeg ble ansatt, å få det mer inn i et «musealt» spor, uten at det skal gå på bekostning av vår egenart. Vi vil være annerledes og nyskapende, og det føler jeg vi har alle muligheter til. Vi må fortsette å interessere, engasjere men også overraske i fremtiden! Vi har et fantastisk bygg, som er STORT, det hjelper å bruke volumet for det det er verdt! Vi skal være friskt og moderne, og gi noe uventet! ...Vi er opptatt av vår nasjonale status, og har hele tiden i bakhodet at vi er et museum for hele Norge (Guttormsen, 2018).

Sett fra publikums ståsted synes jeg Rockheim har en ganske innbydende profil, som fortsatt har klare elementer av opplevelsessenter i seg. Dette kan knyttes opp til bruk av mye film, sterke farger, lyd og lys i utstillingene, som på den ene siden kler populærmusikktematikken på en utmerket måte, samtidig som det skaper en distanse til mange andre museumsinnstillinger som ofte er designet på en måte som skal innby til former for ro og harmoni. Jeg kjenner selv godt til begrepene "ikke sirkus/ikke tivoli" når vi i egen museumsinstitusjon diskuterer utforming, fargebruk og innslag av lys, elektronikk og ikke minst digitalteknologi i egne utstillinger. Jeg opplever Rockheim som et fysisk tilbud hvor presentasjon og objekter er godt integrert, og min oppfatning er at det fungerer ganske godt. Det bryter helt med kunstmuseenes ide om at verkene best står seg i nakne, hvite rom, på Rockheim er teknologi aktivt brukt for å koble gjenstander opp mot opplevelser, slik som miksebordet i 1980-tallsrommet. Den oppleves som en naturlig gjenstand, den passer inn, men er ikke et objekt fra samlingen, heller en kombinert rekvisitt og styringsenhet som gir publikum tilgang til digitalisert samlingsmateriale ved berøring og bruk av gjenstanden. Rockheim skiller seg fra de to andre museene ved at de selv er arrangør for et vesentlig mer omfattende program, slik som quiz, konserter og spesialarrangementer som Rockheim-kunnskap og Rockheim Hall of Fame.

Norsk Jernbanemuseum har gjennom mange bevisst valgt å prioritere digitalisering av sin fotosamling, hvor 34.445 bilder pr april 2019 er publisert på DigitaltMuseum. Ikke alt holder en like høy teknisk kvalitet, og dette kan skyldes både originalmaterialet og det utstyr/den teknologi som er brukt i digitaliseringsprosessen. Like fullt er materialet tilgjengelig og søkbart. I dag har Jernbanemuseet et aktivt og godt samarbeid med Anno-museet på Domkirkeodden. De står nå for alt av repro-arbeid, og har også magasinfasiliteter som Jernbanemuseet nyter godt av (Kristoffersen, 2018). Det at museet nå har kommet såpass langt i digitaliseringsprosessen og har eksterne samarbeidspartnere har gjort at man har valgt å dreie fokus og ressursbruk mot en interessant modell for aktiv innsamling:

Vi kan nå bruke ressurser på aktiv oppbygging av samlinger, med et spesielt fokus på foto. Vi har derfor en ansatt som nå jobber målrettet og spesifikt med å samle, kjøpe og låne inn fotografier som blir digitalisert. Denne ansatte bruker mye tid på ulike nettforum og sosiale medier for å spore opp og komme i kontakt med personer som sitter på materiell som er interessant for oss. Vi har akkurat vært i Nederland blant annet og hentet «hjem» 400 bilder. Dette var bilder etter nederlandske ingeniører som hadde jobbet i Norge på 50-tallet. Dette skal digitaliseres og inn i fotoarkivet, og også tilgjengeliggjøres. Vi jobber mye på den måten at vi låner inn materiale, og leverer det tilbake med digitale filer i god kvalitet og høy oppløsning. Dette vet vi mange setter stor pris på, og det gjør at det er enkelt å få lånt inn materiale. (Kristoffersen, 2018)

Her har Norsk Jernbanemuseum valgt å innføre det vi på fagspråket gjerne kaller en *aktiv innsamlingspolitikk* – altså hvor museet selv er ute og oppsøker og henter inn materiale. Det er liten tvil om at en slik type innsamling vil gi en samling som er mer i tråd med museets mål og ønsker, samtidig som den vil gi et rikere og mer variert tilfang av materiale. Siden jeg selv jobber i et etatismuseum, er jeg godt kjent med at en stor andel av arkivmateriale kommer fra andre ledd i samme organisasjon. Men som Jernbanemuseet gir uttrykk for, så finnes det mye godt og interessant materiale som er skapt og/eller oppbevart hos andre enn for NSB. Spesielt viktig synes jeg det er å merke seg Jernbanemuseets erfaring av at eiere opplever det som svært positivt at man kan få digitale filer tilbake sammen med originalmateriale etter utlån. Museet må jo uansett digitalisere dette materialet i god kvalitet før det leveres tilbake, og det er da ingen ekstra jobb av betydning, eller kostnad i å gi materialets eier digitale kopier.

Rockheim forholder seg til felles samlingsforvaltningsplan under MiST, mens Jernbanemuseet arbeider med å få på plass en ny plan (pr 2018). Maihaugen har en felles plan innunder Stiftelsen Lillehammer Museum (SLM), som gjelder 2017-2020 (Skurdal via e-post, 2018). I samlingsforvaltningsplanen til SLM vises det til at det også er utarbeidet et eget planverk som berører tilgjengeliggjøring og digitalisering. Alle direktørene gir uttrykk for at arbeid knyttet

til inntak, utvalg, avhending og digitalisering er engasjerende og noe mange medarbeidere er opptatt av.

Det har vært mye fokus på gjenstander, men svært mye av det vi forvalter er digitalt født. I dag er så godt som all populærkultur digitalt født, og dette må vi ta hensyn til oss. Vi betrakter også det digitalt fødte som objekter, og vi driver en aktiv innsamlingspolitikk også her. (Guttormsen, 2018)

Norsk jernbanemuseum har i dag ikke en samlet satsning på digitalisering. Vi har et omfattende bibliotek, og her er vi heller ikke ferdig med å registrere alt materialet. Volumet er stort, og ressursene begrenset. I biblioteket går alle registreringer rett ut på Bibsys. Dette gjør at vi i dag opplever mye lavere besøk fysisk, men mange flere henvendelser på e-post når folk ser hva vi har. Vi har ikke påbegynt arbeide i særlig grad med å scanne materiale fra arkiv og biblioteket. Det er også fragmentert innen samlingsforvaltning og gjenstander, hvor det scannes og avfotograferes litt hvor det passer seg, eksempelvis med konstruksjons og arbeidstegninger, men i lite omfang på gjenstander. Vi mangler en masterplan og digitaliseringsplan, og vi jobber nå med en ny samlingsforvaltningsplan, og det er klart at noe av dette planverket vil omhandle digitalisering. (Kristoffersen, 2018)

Vi gjør mye av digitalisering selv, alt med foto, noe på film. Vi har folk som er dyktige og interesserte, og har et godt planverk. Det er samlingsforvaltningen hos oss som legger føringer på utvalg og prioriteringer, men farges selvsagt av pågående prosjekter og utstillinger. Vi følger med på hva folk bruker og hva som er populært, og alt vi gjør skal ha et publikumsfokus. Dette er også god bruk av offentlige midler, å faktisk levere på noe mange synes er nyttig og interessant. Utvalg og oppbyggingen av samlinger er tema som mange her på huset er interesserte i, og mange er vant til å jobbe tverrfaglig på utstillingsprosjekter, og lærer godt å kjenne våre egne samlinger. Vår samling bygger jo på Anders Sandvigs arbeid som kom i en tid med sterk nasjonsbygging og fokus på selvstendighet. (Skurdal, 2018)

6.1.4 Makt og demokratisering

Praksiser og prinsipp knyttet til samling og formidling er nært knyttet til maktbegreper (Hylland, 2014, s. 14). Ved å gjøre utvalg i samlingsforvaltningen praktiserer man makt, man tar en avgjørelse på hva som skal bevares, og hva som ikke skal bevares. I samarbeid med formidlerne bruker samme type makt når det velges ut hva slags materiale som skal stilles ut eller gjøres tilgjengelig på digitale flater. Når jeg selv det siste halve året har jobbet med å presentere norsk kjøretøyhistorie i et helt nytt museumsbygg, har jeg makt når jeg velger ut historier og bilder, og når jeg setter dette opp i ulike tekststørrelser og rekkefølge. Det er også maktutøvelse å si at denne bilen skal ledsages av film med lyd, projisert på vegg, mens bilen ved siden av kun skal ha en liten tekstplakat. Før dette har noen brukt sin makt til å definere hva er et kjøretøy, og hvilke kjøretøytyper skal vises frem i dette museet. Museene er i stadig

utvikling, og både i eget museum og i informantinstitusjonene er det stor takhøyde for å prøve seg frem i hva som fungerer.

Utvalgsprinsipper og hva som skal inn, hvordan samlingene bygges opp og formes er stadig gjenstand for diskusjon på Rockheim, det er tema som engasjerer! Hvordan utvikler vi våre samlinger er et viktig spørsmål som ofte stilles. (Guttormsen, 2018)

Umiddelbart slår det meg at digitalisering betyr en ytterligere demokratisering av museumsvirksomheten i og med at mer materiale blir tilgjengelig for flere. Du trenger ikke lenger den fysiske nærheten og å faktisk besøke museet. Tidligere hadde man et kjempefortrinn av å bo i nærheten av Oslo, hvor de fleste nasjonale museumsinstitusjonene har vært. Men, maktbegrepet utvannes. Det er ikke slik at museer lenger har så mye makt i kultur og samfunnsdebatten, det er ikke den samme *schwungen* å være et museum i dag som tidligere. (Kristoffersen, 2018)

Her peker Kristoffersen på en interessant tolkning av maktbegrepet, og jeg følger ham i tankegangen på at det kan oppleves som om selve museumsinstitusjonen i dag har mindre makt på enkelte områder.

Demokratiseringen er ingen fare for museene som institusjoner. Vi kan miste besøk, og vi kan miste inntektpotensial. Dette håper jeg man er bevisst, for dette må kompenseres. Enten ved å redusere aktivitet, eller å skaffe nye inntekter. Dette vil gjøre vondt, men museene vil overleve. Det ligger en fare i om det fysiske nedbemannes og innskrenkes, det vil føre til at lokalmiljøet føler de mister «sitt» museum. Jeg vil bli overrasket om det ikke allerede finnes heldigitale museer der ute allerede. Vi har akkurat vært på studietur og sett et «såkalt» museum i et kjøpesenter, og jeg tenker at når det går an, kan man også fint klare å lage heldigitale løsninger. Jeg er heller ikke negativ til å lage populærtillpassede løsninger, eksempelvis visningsmagasiner i et kjøpesenter, jeg tenker ofte at jo mer jo bedre. Det jeg derimot ikke liker så godt, er utvanning av museumsbegrepet. I dag er det knapt et museum som forsker, så ut fra ICOMs begrep er det mange av oss som ikke er museer. Det er mange i dag som kaller samlingen på garasjen for museer. Dette henger sammen med den statusen museer har hatt, og at mange har ønsket å kalle sine samlinger for museer. Men en samling eller utstilling er ikke et museum før det forskes og formidles. Museum og Musealt arbeid på kjøpesenter er supert, men da må det være et museum, ikke et opplevelsessenter eller vitensenter. (Kristoffersen 2018)

I fremtiden tenker jeg at vi vil se flere som bare jobber med digital formidling og presentasjon av sine samlinger, uten fysisk å vise frem gjenstander i et eget lokale. Slik at man nærmer seg spillverdenen og deres måter å presentere et innhold på. Du kan gå inn i rom, åpne opp, løfte på, se nærmere på og velge eller velge vekk. Det kan godt være at dette allerede finnes i utlandet? (Skurdal, 2018)

Både Kristoffersen og Skurdal berører heldigitale museer, uten at jeg oppfatter at de selv har noen spesielle ønsker om å prøve ut dette, kanskje heller tvert imot. Denne diskusjonen tar også opp i seg Keens poeng fra kapittel 3.4, hvor jeg blant annet brukte Keens sitat om "..The end of the world as we know it..." (Keen, 2008, s. 102).

En ny måte å utvise makt på er muligheten til å være mer tilgjengelig, på flere flater. Både digitalt, som eksempelvis på DigitaltMuseum eller egen nettside, men også som tilbyder av formidling som tenderer mot opplevelsesindustri, turisme og kulturarrangementer.

Vi ønsker muligheten til å kunne 3D-scane store gjenstander og kanskje til og med bygninger, slik at vi kan reproducere som både tegninger, animasjoner og også 3D-modeller i 3D-print. Da er terskelen lavere for å avhende materiell som kanskje står og forfaller, og som vi ikke har ressurser til å ta vare på i et evighetsperspektiv. Vi kunne 3D-printet motorer og maskindeler i plast for å vise prinsipper og lært opp i drift og vedlikehold, uten å måtte forholde oss til store, tunge gjenstander som krever mye ressurser i flytting og operasjon. Dette vil være et løft for både bevaring og formidling. Dette ligger likevel frem i tid, vi vet ikke i dag om teknologien finnes og hvem som i så fall leverer dette, hva det koster, og ikke minst, hva det krever av datakraft for å prosesseres og brukes på fornuftig vis. (Kristoffersen, 2018)

En digitalisering og digital reproduksjon av gjenstander tror jeg ikke er noen fare for tingenes magi, heller tvert imot. Selv om man har sett bilder eller en digital 3D-visualisering er det noe annet å være tett på gjenstanden i et museum og se den med egne øyne. En digital distribusjon av bilder og informasjon om et objekt vil bidra til at flere har lyst til å se de på ordentlig. Særlig de mer ikoniske gjenstandene vil styrkes ytterligere gjennom bruk av det digitale. (Skurdal, 2018)

Ved digital reproduksjon mister man jo den autentiske lyd, vektfølelse, lukt og romfølelsen. Det kan ikke sammenlignes. Men kan fungere som en erstatning eller illustrasjon, med andre muligheter, bruksområder og egenskaper. Men en 3D-printet gjenstand som kan brukes og kastes kan også innby til ny og spennende formidling. Som tillegg er det digitale fantastisk, men det kan ikke erstatte originalmateriale. Men noen devaluering av originalen har jeg vanskelig for å se, det burde heller føre til en økt interesse for objektet og dets historie. (Kristoffersen, 2018)

Originalene kan være ikoniske, publikum setter pris på og synes det er stas å se originalen. Det digitale forringer ikke det fysiske. Tingenes magi står sterkt! Noe digitalisering vil helt klart også trekke folk til museet, de er spente på å se originalen. Men det er ingen tvil om at de temporære utstillingene, slik som den pågående Kiss-utstillingen trekker mer folk enn digital hjemme-formidling gjør i dag. (Guttormsen, 2018)

Direktørene uttrykker en sterk bevissthet omkring betydningen til det originale, og diskusjonen vi kjenner fra Benjamin i kapittel 3.3 omkring farer ved reproduksjon og devaluering av originalen.

6.1.5 Bruk og erfaringer fra det digitale

Hvordan museene har brukt digital teknologi og hvilke erfaringer man har gjort seg er et naturlig gjennomgangstema for denne oppgave. Jostein Skurdal forklarer et av de grunnleggende bruksområdene:

For oss er det flere grunner til å jobbe digitalt. Det første og mest åpenbare er innen samlingsforvaltning og registrering for å vite hva man har selv. Dette gir oss oversikt over vår store gjenstandssamling, med data på hvor ting er lagret, størrelse, tilstand og så videre. (Skurdal, 2018)

Rockheim er blant mange sett på som et eksempel på de mer høyteknologiske museene i Norge, og hadde en ledende posisjon innen digital formidling da museet åpnet i 2010. Den store satsningen på også å være digitale, har gitt museet erfaringer og bygge videre på – også innen hva som ikke har fungert.

Vi har eksperimentert med VR-briller, men dette er ikke bare enkelt. Briller ødelegges, og dette krever mye vedlikehold og blir både jobb og kostnadskrevenende. Vi er likevel veldig nysgjerrige på VR, og følger denne utviklingen tett. Tider og teknologi forandres, og om ti år kan man kanskje oppleve en fungerende VR-funksjon i en del i museet. Det er viktig å være åpen og nysgjerrig på ny teknologi. Jeg husker godt at guttene mine spilte World of Warcraft, og en 17. mai kom eldstemann hjem, og i spillfelleskapet samlet de seg og gikk i 17.-maitog i den virtuelle verden. Da fikk jeg noen ideer, men samtidig må vi vokte oss vel for å prøve å konkurrere med spillverdenen, den kampen kan vi aldri vinne, de har erfaring og ressurser som ligger langt utenfor vår verden. Men vi kan hente elementer, ideer og inspirasjon i hvordan vi kan ta i bruk ny teknologi. Virtuelle Rockheim for eksempel, ble nesten en umiddelbar fiasko, det var en ide som ikke fungerte godt i praksis. (Guttormsen, 2018)

Det later til å være flere museer som ikke klarer å omsette det som virker som gode ideer til noe som oppleves som vellykket i praksis.

Jeg opplevde nylig en stor utstilling i et kanadisk museum, som hadde sin første AR-utstilling, påkostet og flott, men AR tilførte ikke denne utstillingen noe annet enn at det var et gøy påfunn. De hadde en kjempegod ide basert på 3D-scanning av et neshorn, men det ferdige produktet var svært skuffende, og opplevdes som gammeldags og lite naturlig. (Kristoffersen, 2018)

Det oppleves som om direktørene i de tre utvalgte institusjonene er nysgjerrige, åpne og villige til å tenke nye tanker. Sammenhengen mellom samlingene og samlingsforvaltningen på den ene siden og formidlingen på den andre siden er et stadig tilbakevendende tema blant flere av mine informanter.

Samlingsforvaltning og formidling hører absolutt sammen, men de kommer kanskje i litt ulik rekkefølge... Hvordan skal det som kommer ut til slutt kunne oppleves av publikum på en god måte? Et grep vi har gjort, som jeg synes fungerer veldig godt, Rockens Verktøy. Dette var opprinnelig to forskjellige gjenstandsutstillinger, lagt opp slik at de besøkende brukte en laserpenn og pekte på objektene med denne. Denne løsningen var ikke god nok, vi måtte bruke mye mer tid enn forventet på å lære opp publikum i hvordan dette fungerte. Disse to utstillingene ble så slått sammen til et 17 meter langt monter med gjenstander. Vi startet med utvalget, og tok runder på hva vi ønsket å vise frem. Dette basert på hvordan samlingen vår ser ut, hvilke objekter vi sitter på. Hva er representativt, og hvordan kan vi bygge opp et spennende tema i monteringen? Tidlig i prosjekteringen jobbet vi også med å se på hvordan vi kunne bygge opp utstillingen slik at objekter enkelt kunne byttes ut. Alle gjenstandene vi så valgte ut ble gått over av en teknisk konservator, fotografert og så lagt inn i primus. En del ting ble også lyd-dokumentert, hvor noe også brukes i utstillingen. Det ble videre brukt mye tid på utforming av utstillingen og estetikk. Samtidig som vi jobbet med det rent taktile, jobbet vi også med det digitale innholdet. Resultatet er at hver gjenstand har sin plass på en stor berøringsskjerm hvor publikum kan stå og bla, og her går man gjennom et stort tilfang av faktaopplysninger, bilder, video og lyd/innspillinger. (Guttormsen, 2018)

Rockens Verktøy synes jeg er en interessant case som også griper inn i en del av tematikken i kapittel 3.8, hvor Hylland peker på utfordringer knyttet til digital formidling av tredimensjonale gjenstander. Ved fysisk å stille ut gjenstanden og bruke digitale verktøy til å formidle opprinnelse, kontekst og bruk, synes jeg dette er løst på en måte jeg som besøkende opplever som elegant, informativ og brukervennlig.

Det er noe ulike syn på hvorvidt DigitaltMuseum fungerer som formidlingsarena. Det oppleves likevel som en enighet i at muligheter og begrensninger i noen grad skyldes museenes egen innsats, og ikke hviler på de tekniske løsningene i selve tjenesten.

Digitalt Museum er fint det, men det er jo ikke et museum, det er et arkiv. Det er egentlig heller ikke en veldig god formidling. Jeg tror, selv om besøket på Digitalt Museum har økt, så er det fortsatt flest fagfolk og museumsfolk som bruker tjenesten. (Guttormsen, 2018)

Å gjøre materiell tilgjengelig er langt fra det samme som formidling. Digitalt museum kan nok sies å tendere mot et arkiv eller en samling slik det fremstår i dag. Museene må selv legge jobb i formidlingen, ikke bare liste opp metadata. (Kristoffersen, 2018)

Vi bruker DigitaltMuseum og lager nettutstillinger blant annet når vi lager fotoutstillinger. Disse nettutstillingene speiler de faste utstillingene vi lager, og blir en digital variant av disse. Det er helt bevisst at vi skal bruke DigitaltMuseum til dette, og vi skal være en aktiv bidragsyter i utviklingen av gode plattformer. Jeg tror DigitaltMuseum i dag fungerer ganske godt til mange formål. (Skurdal, 2018)

Jeg er absolutt stolt av det KulturIT har utviklet, og jeg blir ofte litt stolt av å representere Norge i internasjonale sammenheng med tanke på de digitale løsningene vi har tilgjengelige. (Kristoffersen, 2018)

Oppbyggingen av KulturIT har vært et kjempeløft for museene, og jeg har full tillitt til at de gir oss de riktige anbefalinger på hvilke system som er riktig å bruke til de ulike samlingene våre. Mye kan selvsagt sies om hvor intuitivt for eksempel PRIMUS er, men alt i alt oppfatter jeg KulturIT som gode på det de skal være gode på, også i sammenligning med andre alternativer som finnes der ute. De yter en fantastisk service, og det er selvsagt en kjempestyrke at de er eid av museene. Dermed kan vi være helt trygg på agendaen til de som utvikler og drifter systemene. (Kristoffersen, 2018)

Kristoffersen peker på noen viktige punkt i siste sitat, og tryggheten i at det er museene selv som eier KulturIT er et viktig moment i en tid hvor kommersielle selskap skifter eiere eller legges ned, lisenser og brukervilkår endres, og i ytterste konsekvens kan aktørene forsøke å hente stadig mer penger ut av kulturarvsinstitusjonene ved å øke prisene for lisenser og bruk ut over det som vil være normal forventning. Har man brukt 10 år på å bygge opp en database, vet også alle leverandører at kunden ikke bare kan bytte ut tjenesten uten å være sikker på en tilfredsstillende migrasjon av all registrert informasjon.

6.1.6 Samarbeid og endring

I dag søker mange museer samarbeid, også utenfor konsolideringene som ble gjort for om lag ti år siden. Min egen museumsinstitusjon har et formalisert samarbeid med Lillehammer Museum innen samlingsforvaltning, hvor vi ved jevnlige møter utveksler erfaringer og diskuterer muligheter og utfordringer i vårt daglige arbeid. Mye av tematikken som tas opp er direkte tilknyttet bruk av digitale verktøy. Vi diskuterer også utveksling av ressurser innen mitt primære arbeidsområde, slik som digitalisering av video og visse oppgaver knyttet til foto. Norsk Jernbanemuseum og Anno-museene er også inne i flere samarbeidsprosjekter:

Vi har et samarbeid med Anno-museet på Domkirkeodden, dette er knirkefritt på alle måter, og vi utvider nå samarbeidet til å gjelde på flere områder, også på samlingsforvaltning. Vi har folk som er gode på tekniske ting og metall, de har dyktige folk bl.a. på foto og tekstil. Klimaet for samarbeid mellom museer er i endring. Frem til nå har vi sett mange drevne museumsfolk som har holdt et godt grep om egne museer og egne samlinger, men de siste års føringer i retning av færre enkeltstående museer og flere konsolideringer, har gjort at vi nå ser at de åpnes mye mer opp for samarbeid, og dette samarbeidet føles også naturlig. Det skjer også et generasjonsskifte, hvor nye folk kommer til, og som ikke har enkeltmuseets historikk innabords på samme måte, men som er mer opptatt av å se museumssektoren som en helhet. Jeg tror det er en helt annen virkelighet å jobbe i museum i dag enn for 15 år siden. (Kristoffersen, 2018)

Vi har hatt et veldig godt samarbeid med statsarkivet i Hamar, og ser for oss å kunne jobbe enda tettere i fremtiden, også innen digitalisering, hvor de har mye kompetanse. Vi kan jobbe godt sammen, de er gode på samling og digitalisering, vi er gode på formidling. (Kristoffersen, 2018)

Guttormsen (2018) trekker frem nytten av å lære hverandre å kjenne, da det ofte kan være ulike praksiser og kulturer i institusjoner som nå forsøker å samarbeide. En del samarbeidsformer kan også by på visse utfordringer, særlig når det gjelder hvem som eier materialet og hvem som skal få formidle det.

Nasjonalbiblioteket har fått et hovedansvar for å ta vare på, digitalisere og muligens også formidle lyd, og vi opplever en stor interesse i museumsbransjen for dette oppdraget. Et spørsmål mange har vært opptatt av, særlig knyttet til de mindre lydarkivene, er hvordan dette stoffet skal presenteres og hvem som presenteres som «eiere» av stoffet. Dette er fortsatt ikke helt avklart, men en kartlegging av materialet vil være klar i løpet av våren 2019. Det er for vår del ikke negativt at det er Nasjonalbiblioteket som skal gjøre dette, da de sitter på en svært god kompetanse innen nettopp digitalisering. Vi må likevel inngå noen klare og fornuftige avtaler, men jeg synes det er viktig å huske at dette til syvende og sist er folkets arv. Akkurat hvem som digitaliserer det, og hvem som presenterer det, er i så måte noe mindre interessant. Rockheim har hatt en samarbeidsavtale med Nasjonalbiblioteket siden starten, og det har vært en god avtale for begge parter. Vi har tett dialog og snakker mye sammen... Jeg kunne nok likevel ønske de var flinkere til å huske å kreditere de som faktisk har stått for innsamling av materialet. Det fungerer svært godt å få digitale uttrekk eller låne tilbake de fysiske samlingene om det er nødvendig, så lenge man er ute i god tid. (Guttormsen, 2018)

Her oppfatter jeg det som om vi er inne på et museumsfaglig kjerneområde knyttet til spørsmålene om hva som er museenes primæroppgaver. Skal museene først og fremst samle inn og bevare, eller er formidlingsarbeidet minst like viktig? Dette er en langvarig museumsfaglig diskusjon jeg ikke skal gi noen svar på, men jeg er ganske sikker på at dersom vi ser overordnet på ansvaret for nasjonal kulturarv, bør det være interessant å ha tunge,

profesjonelle aktører som Nasjonalbiblioteket og arkivverket med på laget for å sikre profesjonelle digitaliseringsprosesser av mer komplisert materiale (som film) og gode strukturer for langtidslagring av alle typer digitalisert materiale. Dette underbygges også av utdypninger fra Guttormsen (2018)

6.1.7 utfordringer og muligheter rundt det digitale

Den fremtidige utviklingen av digital teknologi i museene vil kunne fortone seg som to parallelle løp. Det vil videreutvikles standardløsninger innen både samlingsforvaltning og formidling fra KulturIT som museene kan ta i bruk etter eget ønske. Samtidig vil det være en naturlig utvikling knyttet til ønske og behov for skreddersydde løsninger innen formidlingsoppgaver, og dette kan være både online og i de fysiske museumsanleggene. Slik jeg vurderer det vil det være en sammenheng mellom ressurser/økonomi, kjennskap til mulige produkter/løsninger og ikke minst museenes egen vilje til å prøve ut ny teknologi som legger føringer for hvor mye digitalt publikum vil oppleve fra museenes side de neste årene.

Jeg synes det er positivt å se at det er en ørliten retro-bevegelse, som har vokst fra iPader og skjermer, som dyrker det genuine og ekte. Lyd, lukt og ekte bevegelser er på vei tilbake. Men selvsagt er det mye tøft som skjer, slik som innen projisering av eksempelvis hologrammer. Om ti år tipper jeg dette er implementert i de første norske museene, og at vi der får den samme wow!-faktoren som vi hadde på skjermer og nettbrett for ti år siden. Det samme gjelder VR og AR, som helt klart kommer. I år har vi en pilot ute, som er en hjemmeside knyttet til Oslos middelalderhistorie. I forbindelse med jernbaneutbyggingen har vi et definert eierskap til dette prosjektet, som nå består av tre 3D-modellerte bygninger. Dette ønsker vi å utvikle videre, og få det inn i en VR-plattform, inn i kart og ned på publikums egne telefoner og nettbrett. Skal man vise bygninger som ikke er mer, er 3D og VR et fantastisk hjelpemiddel. Et viktig moment i dette er at man kunne vist faglig uenighet, som i et konkret eksempel om Mariakirken i Oslo. Med ny, digital teknologi kunne vi bygd opp digitale, 3D-modeller som viser alle mulige alternativer og morfe kirken på ulike vis. Vi kan også bygge på og utvikle disse modellene etter hvert som ny kunnskap dukker opp... Prosjektet med middelalder-Oslo er for øvrig ledet av en historiker, og dette er en kjempestyrke, med helt andre fokus enn lignende prosjekter med spill/data-kompetanse i front (Kristoffersen, 2018)

For fremtiden ser jeg et stort potensial i digitalisering og tilgjengeliggjøring av bøker og dokumenter, her er det enorme mengder med spennende materiale som trenger egnede løsninger. Rutetabeller, billettpriser, oversikt over ansatte er ting vi har mye spørsmål rundt. På disse områdene har vi en etablert nasjonal status om at det er oss eksempelvis film og TV tar kontakt med når de driver research på denne type ting. (Kristoffersen, 2018)

3D-modellering i formidlingssammenheng for museer kan være et godt eksempel på Benjamins teori som omtalt i kapittel 3.3, hvor han påpeker at i en eksisterende teknologi kan en ny teknologi ligge latent. Kunnskap fra digital modellering, dataspill og internetteknologi kan slås sammen og gi museene fungerende 3D-basert formidlingsteknologi. Kristoffersen peker også på deler av samlingen til Norsk jernbanemuseum som bør kunne ha et stort potensial i digital tilgjengeliggjøring. Her tenker jeg at den jobben Maihaugen/ Postmuseet har gjort med å opprette poststedsdatabasen (postmuseet.no) er et lignende prosjekt som man kan høste nyttige erfaringer fra.

GDPR kommer til å kreve mye av museene på den digitale fronten. Vi har gjort et stort arbeid her, på alle områder med unntak av samlinger. Vi støtter oss på både nasjonale og internasjonale pågående prosesser, og Kulturrådet ser også på saken, men det har de gjort lenge. Så vi følger dette tett, men vi avventer litt og ser hva arkivverket og nasjonalbiblioteket gjør på feltet. Vi bruker egne jurister i Jernbanedirektoratet, men de har ikke alltid like lett for å skjønne de rent museale perspektivene. (Kristoffersen, 2018)

Vi som museum har i dag ikke de ønskede ressurser, vi burde hatt 2-3 årsverk til innen samlingsforvaltning i 10 år for å komme nærmere en ideell situasjon.. Vi er relativt godt rustet mot fremtiden. Som museum kommer vi ikke til å være ledende på det digitale feltet eller ligge i forkant, men har et godt samarbeid med KulturIT. (Skurdal, 2018)

Utfordringene er mange og sammensatte. Skurdal peker avslutningsvis på et tema som er kjent for de fleste som driver museum, og som også Rockheim og Norsk jernbanemuseum har påpekt i intervjuene. Hadde man hatt flere folk, hadde man produsert mer. Mer materiale kunne blitt samlet inn, innsamlet materiale kunne i større grad bli digitalisert, og mer av det digitaliserte materialet kunne blitt publisert. Som Guttormsen peker på, er det ikke uvanlig å kjøpe inn ganske mye tjenester, og dette gjør at man på mange måter har flere timer eller årsverk enn bare det som vises på lønnsbudsjettet. Kristoffersens henvisning til GDPR, den europeiske personvernforordningen fra 2018, er et fortsatt uavklart område som ganske sikkert alle museer følger med spenning. Dette knytter naturlig nok særlig til hvordan museer eventuelt må endre praksiser som går på innsamling av data og personopplysninger knyttet til gjenstander, arkivmateriale, fotografier og annet. MuseumsIT (som er en driftsspesifikk søsterorganisasjon til KulturIT) jobber nå med noen felles løsninger og veiledere på området (museumsit.no)

6.1.8 Kort oppsummering direktørene

Mens Maihaugen vegrer seg for å bruke digital teknologi ute i museumsanlegget, er de bevisste på å tilby mye informasjon online, særlig knyttet til samlingene. Det jobbes aktivt for å øke tilfanget av digitalisert materiale. Maihaugen er også de som tilsynelatende har kommet lengst i et samlet planverk som omfatter både samling og digitalisering. Maihaugen uttrykker stor tilfredshet med bruk av PRIMUS og DigitaltMuseum som programvare i samlingsforvaltning og registrering. Rockheim er noe mer nøkterne i sin entusiasme over DigitaltMuseum, men er like fullt en god bidragsyter med flere tusen gjenstandsregistreringer.

Kristoffersen og Norsk Jernbanemuseum håper å kunne se flere dyktig utførte og funksjonelle visualiseringer i fremtiden, med bakgrunn i det nylige prosjektet med å digitalt fremstille middelalder-Oslo. Kristoffersen har også et håp og ønske om at man i fremtiden kan starte å 3D-scanne større maskiner og utstyr for digital dokumentasjon.

Det digitale har alltid vært et viktig fundament for Rockheim. Det er foreløpig litt lunkne erfaringer knyttet til bruk av VR-briller, og online-versjonen av Rockheim er det ingen som husker med glede i dag. Rockheim har mye teknologi knyttet til formidlings/utstillingsdelen, og legger ikke skjul på at det er både kostnads og ressurskrevende, og at en del av de mest avanserte løsningene må driftes av profesjonelle utenfor egen institusjon.

Flere av direktørene nevner heldigitale utstillinger og kanskje til og med hele museer som kun har digitalt innhold. Ingen ønsker sitt eget museum dit, og det ville på alle måter gitt grunnlag for en ny diskusjon i Walter Benjamins ånd om hva som skjer med gjenstandene når de blir løsrevet fra sin opprinnelige kontekst. Det er enighet blant direktørene om at det er viktig å fortsatt jobbe for at museer er mer enn bare utstillinger. Ved å studere de tre museenes nettsider og Facebooksider får man også et innblikk i hvor mange tilrettelagte arrangementer og temadager som finnes hos museene. Dermed kan man kanskje legge til arrangement/møteplass og opplevelser i rekken med forskning, formidling og bevaring – i alle fall i praksis.

Samlingsforvaltning og formidling er tett knyttet sammen, og møtes med glidende overganger. Det er en opplevd positiv innstilling til bruk av digitale verktøy og digital formidling innad i museumsmiljøene. Ingen av institusjonene har pr i dag gjennomført publikumsundersøkelser knyttet til sin digitale formidling.

6.2 Samlingsforvaltning

6.2.1 Museet og samlingene

Felles for alle de undersøkte institusjonene er at de har store mengder av gjenstander, fotografier og dokumenter. Det er også noen betydelige forskjeller på porteføljen. Maihaugen har for eksempel et stort friluftsmuseum med mange bygninger som de skal ta vare på etter museale prinsipper. Norsk jernbanemuseum har mye stort og tungt jernbanemateriell, mens Rockheim har lyd og filmmateriale som er underlagt strenge regler knyttet til opphavsrett.

I digitalmeldingen er det påpekt at museene bare har utløst en liten del av det store potensialet som ligger i digitale verktøy, og står overfor store utfordringer og muligheter innenfor bruk av digital teknologi. Meldingen understreker at å utvikle museenes digitale virksomhet krever digital infrastruktur, standarder, god praksis, veiledning og kompetanse både til produksjon av digitale representasjoner av samlingene og produksjon av gode metadata, for at samlingene skal være søkbare og plasseres i en forståelig kontekst. (St.meld.nr. 49, 2008-2009, s.91)

De ansvarlige for samlingene har klare visjoner om hva samlingen betyr for museet, og hvordan digitalisering kan bidra til å løfte samlingene opp og frem.

Jeg vil ha en god miks, i opplevelsen får du den beste læringen. Det skal forskes og samles, bevares og formidles. Jeg som samlingsforvalter ser naturlig nok samlingen som selve kjernen, det er varen vi skal levere. (Sletvold, 2019)

For oss er det ikke avgjørende å selv eie og å oppbevare, men tilgjengelighet er avgjørende. (Bruket, 2019)

Jeg er helt sikker på at digital representasjon kan øke interessen for de fysiske objektene. Vi sitter blant annet på verdens eldste revolver, og det er klart en del som har sett denne på nettet får lyst til å komme å se denne fysiske. Digitalisering er god formidling! (Sognli, 2019)

Demokassetter og andre undergrunnsfenomen vil aldri nå NBs plikt-avlevering... Det er viktig for oss å ha gode relasjoner til publikum og samlermiljø og ha gode dialoger om innlån og tilgang til objekter. Vi har delvis ressurser til å drive en aktiv innsamlingspolitikk, men etter bare 10 år i drift har vi også et etterslep på organisering, digitalisering og publisering. (Bruket, 2019)

6.2.2 Digitale verktøy og digital delingskultur

Innen samlingsforvaltning så man relativt tidlig de store fordelene med å jobbe i digitale baser. Disse ble søkbare, og informasjon og tilvekst kunne endres og legges til på en mye mer smidig

måte. Museumsstatistikken fra Kulturrådet i 2013 viser at norske museer sitter på 51 millioner objekter, hvorav 31 millioner er fotografier (Gleinsvik, Wedde og Nagell, 2014, s. 34). Digitaliseringen innen samlingsforvaltning har vært en viktig årsak til at vi i dag i det hele tatt kan snakke om en viss digital kultur innen museumsformidling. Dette begrunner jeg med at museenes samlinger, i digitalisert form, ble gjort tilgjengelige for publikum via søkbare databaser.

Digitale verktøy kan føre til en helt ny og mye enklere arbeidshverdag for oss. Et godt eksempel er plasserings-appen i PRIMUS, hvor magasinforvalteren nå kan gjøre unna på to dager en plassregistrering som før kunne ta opp mot en måned. Appen er helt ny, med bakgrunn i et pilotprosjekt som startet for et par år siden. Testfasen er nå over, og den legges ut som en del av porteføljen til KulturIT. (Sognli, 2019)

Primus er helt genialt og mitt viktigste verktøy. Nå ser jeg virkelig frem til å få på plass den nye modulen med strekkodesystem. (Sletvold, 2019)

Både Sognli og Sletvold utdyper videre at både de og kolleger som bruker PRIMUS i dag er godt fornøyd med verktøyet, og at jo mer man bruker det, jo mer intuitivt er det. Det er likevel klare forventninger til at PRIMUS kontinuerlig er i utvikling for stadig forbedring (Sognli og Sletvold, 2019).

DigitaltMuseum, som den publikumsrettede og døgnåpne tjenesten får relativt gode skussmål fra samlingsforvalterne, men flere etterlyser utvidede muligheter, blant annet til publisering av film, lyd og arkivmateriale/dokumenter. Alt dette må sees i en helhet med hva andre aktører også gjør på disse områdene. Arkivverkets nettside digitalarkivet.no har nå over 45.000 historiske foto, og Nasjonalbibliotekets fototjeneste Galleri Nor har over 85.000. Universitetsmuseenes fotoportal (UNIMUS) har mange hundre tusen bilder fra sine 6 medlemsmuseer. Ingen av disse portalene virker til å ha publikumsfokus på brukervennlighet på nivå med det man finner på DigitaltMuseum, og det vil nok være tvilsomt om publikum er tjent med å ha offentlig tilgjengelig bildemateriale fordelt på såpass mange ulike plattformer. Man kan også snu på det, og spørre seg om det er riktig at DigitaltMuseum utvikler funksjonalitet for formidling av lyd, film og arkivmateriale, eller om det er mer fornuftig å bygge videre på de tjenester Nasjonalbiblioteket og Arkivverket allerede jobber med.

Mitt inntrykk er at vi har stor respons fra publikum knyttet til det digitale arbeidet vi gjør. Vi har mye forespørsler på bruk av bilder, men vi må stadig vekk lære opp publikum i bruk av DigitaltMuseum. Det er fortsatt ikke godt nok kjent, og mange er usikre på hvordan de kan bruke det som verktøy. Det burde vært et større felles løft for å få flere til å bli kjent med DigitaltMuseum. Det er enkelt i bruk, og det er store mengder interessant stoff der –når du først er der! Jeg liker DigitaltMuseum, og synes det i dag fungerer godt og virker oversiktlig. (Sletvold, 2019)

Jeg opplever en helt klar publikumsinteresse til vår digitalisering. Vi får mye respons på det vi publiserer på DigitaltMuseum. Det å digitalisere fører til masse merarbeid. Vi sitter aldri på alle opplysninger, men får ofte innspill og opplysninger fra publikum, som vi må kildesjekke og legge inn i våre systemer. Dette samspillet med publikum er svært verdifullt. Tilbakemeldingene fra publikum er udelt positive, og responsen er økende. Det er hyggelig å få skryt for dette arbeidet. (Sognli, 2019)

Vi har hatt mange og lange diskusjoner med museumskolleger om hva som er formidling og hva som er tilgjengeliggjøring. Jeg mener at mye av det vi i dag gjør på nett, og det meste av det som ligger på DigitaltMuseum er tilgjengeliggjøring. Det minner mye om digitale kataloger. I mitt hode dreier formidling om å spise en fortelling og kontekstualisere en samling/objekt. Ferdige løsninger fra KulturIT kan aldri gjøre alle fornøyd, men alle kan bli litt fornøyd. De gode løsningene må skreddersys fra bunn av for å være tilpasset hver enkelt organisasjons behov og ambisjonsnivå. Det er ikke mange museer som har egen IT-stab, og slike ressurser i eget hus er nesten en nødvendighet for å klare å jobbe med spesialtilpasninger og egne løsninger. (Bruket, 2019)

Personlig synes jeg DigitaltMuseum er god formidling slik det fremstår i dag. Med artikkelmodulen synes jeg produktet er ganske komplett. Jeg bruker det også mye privat, med stor interesse for lokalhistorie. (Sognli, 2019)

Bruket og Sognli er ikke samstemte i hvordan de opplever DigitaltMuseum i dag, men det er viktig å merke seg at dette ikke virker til å være selve plattformen som er årsak til om man oppfatter den som vellykket eller mindre vellykket. Vi kjenner igjen disse motsetningene fra den samme diskusjonen hos direktørene i kapittel 7.1.

Jeg ser ikke bort fra at DigitaltMuseum får bedre verktøy for dokumenthåndtering. Det er et arbeid i gang i forhold til skriftlig materiale, slik at det også kan publiseres der. Jeg tror at det er naturlig at en del av arkivene vil bli tilgjengeliggjort på DigitaltMuseum med bakgrunn at de berører foto og gjenstander som vi allerede har gitt publikum digital tilgang til. Vår tanke er at brukerne skal slippe å forholde seg til flere plattformer, og det er naturlig at museenes samlinger er presentert på museenes digitale plattformer – først og fremst DigitaltMuseum. Jeg tror fremtiden vil styrke den helhetlige formidlingen på vår foretrukne plattform, slik at også lyd og musikk vil kunne implementeres. (Sognli, 2019)

Sognli vektlegger et prinsipp om enhetlig tilgjengelighet, basert på at publikum skal kunne finne alt sammenhengende materiale på et sted. Nå kan det, som nevnt i kapittel 5.5 at Arkivverket er sterkere inne i det helhetlige bildet av digital kulturarv enn hva man først var klar over. Det kan by på visse utfordringer knyttet til at mange får en stor jobb med å referere til materiale som finnes andre steder og være systematiske i lenker til plattformer hvor annet, relevant materiale er publisert.

Jeg oppfattet vår forrige nettløsning som veldig åpen og fin å jobbe i, både med tanke på lyd, bilder, tekst og video. Nå er vi over på en standardisert løsning sammen med alle museene i MiST. Mange av våre museer fikk nok hevet sine hjemmesider i denne standardiseringen, men for vår del tror jeg kanskje det var ett skritt tilbake – i alle fall i brukeropplevelse og uttrykk. Mye ble lagt om litt for raskt, og det er fortsatt en del ting vi er usikre på hvordan vi best kan løse i ny plattform. (Haugdahl, 2019)

Nasjonalbiblioteket har det endelige ansvaret innen bevaring og digitalisering av lyd. Vår oppgave blir å lage noe ut av materialet, sette det inn i en historisk kontekst, formidle, lage utstillinger, et pedagogisk opplegg eller annen presentasjon. Vi må legge våre behov inn i deres planarbeid, slik at det er gjennomførbart og at vi får digitalisert i et tempo og en rekkefølge som er naturlig i forhold til de prosjekter vi jobber med. Av og til tar vi inn objekter og samlinger der giver setter som et krav at samlingen skal tilgjengeliggjøres, og da er det litt jobb for oss, men det er veldig gunstig for publikum med bruk etter en åpen CC-lisens. Da er det også snakk om nedlastning av høyoppløselige filer. (Bruket, 2019)

Vi jobber tett på Nasjonalbiblioteket med deling/deponering av arkivmateriale. Plakater er beholdt her, og definert som gjenstander. Avtalen med Nasjonalbiblioteket oppfatter jeg som god. Intensjonen var opprinnelig at vi skulle være en visningsflate og utstillingsflate både fysisk og digitalt, men Nasjonalbiblioteket har blitt flinkere til å presentere og publisere selv. Jeg håper vi kommer på banen og kan overta noe av presentasjonen, og det tror jeg vi kan gjøre i en innpakning som er lekrere og mer gjennomført enn hva Nasjonalbiblioteket gjør i dag. Jeg synes ikke vi har vært gode nok på å følge opp denne delen av avtalen. Vi kjenner vårt publikum best, og vet faktisk en hel del om hva de ønsker og etterspør. Jeg oppfatter det som om Nasjonalbiblioteket jobber mye med kvantitet, og mindre med kontekst, metadata og andre ting vi finner interessant i vårt miljø. Jeg mener at vi er bedre rustet til å kunne knytte ting sammen, knytte personer opp mot hendelser og gjenstander og ikke bare forholde seg til "kalde" fakta som navn og årstall. Noe av grunnen til litt mangelfulle opplysninger i registreringer hos Nasjonalbiblioteket kan være at man har sterk tro på eksempelvis teknologi knyttet til ansiktsgjenkjenning og at denne skal kunne bidra til automatisk tagging av personer i fremtiden. (Haugdahl, 2019)

På film har vi mye ugjort, og det er dyrt å digitalisere, vi sender dette fra oss til kommersielle aktører. Utstyr er også dyrt å kjøpe inn og det er vedlikeholdskostnader inne i bildet. Vi har foreløpig ikke diskutert noe samarbeid med eksempelvis Nasjonalbiblioteket. (Sognli, 2019)

Det kan bli en dragkamp mellom delingskultur og eksklusivitet, men jeg personlig mener at vår styrke ligger i hvordan vi formidler, ikke bare hva vi formidler. Tidlig i Rockheims historie var man opptatt av å samle og vise frem stoff man ikke fant andre steder. Dette var før Spotify, før NRK og Nasjonalbiblioteket gikk stort ut med digitalisert materiale. Det var enklere før å prøve å holde på eksklusivt materiale. (Bruket 2019)

Selv om samlingene er ulike, og dermed også byr på ulike utfordringer og muligheter, er det noen prinsipielle momenter som går igjen i institusjonene. Hva skal digitaliseres, og hvem skal gjøre denne jobben? Klarer man å få på plass felles strukturer og fortsette å bygge kompetansemiljøer på tvers av tilhørighet, slik at Nasjonalbiblioteket tar ansvar for lyd og film, museene foto og gjenstander og arkiverket papirdokumentene og etter hvert digitale arkiver? Eller vil man fortsatt se en utvikling hvor de ulike aktørene bygger opp like/konkurrerende systemer? Dette henger nøye sammen med hvilket mandat man har, og hvilket samfunnsoppdrag man er satt til å forvalte. Om flere offentlige aktører opplever at de har det samme ansvaret, vil fremtidens tilgang til digital kulturarv fortsatt baserer på mange ulike innganger med tilgang til ulikt kildemateriale. Meld. St. 8 (2018-2019) antyder, som nevnt i kapittel 5.5 en sterkere grad av samkjøring og tydeligere fordeling av ansvar og hvilke plattformer som bør foretrekkes i digital tilgjengeliggjøring av kulturarv. Haugdahl belyser også fremtidens potensielle muligheter i automatisk gjenkjenning av ansikter i store databaser, og dette kjenner vi igjen fra diskusjonen om kunstig intelligens og web 3.0 fra Nations i kapittel 3.2.

6.2.3 Erfaringer knyttet til digitale verktøy i samlingsforvaltning

Både som forsker på mastergradsnivå og som en engasjert museumskollega opplever jeg en tilfredsstillende av å se ansatte i museumsbransjen med et engasjement og en bevissthet som griper inn i mange og til dels komplekse og sammensatte strukturer i dagens museums-virkelighet. Informantene viser stor grad av forståelse for hvordan museenes daglige arbeid henger sammen med det overordnede samfunnsoppdraget de er gitt, samtidig som jeg opplever en kontinuerlig evne og vilje til å reflektere over og evaluere egne prosjekter og erfaringer.

Den eneste måten vi kan få full oversikt over museumssamlingene i dag er ved å digitalisere. Har du et godt digitalt system har du et mye bedre grep om den totale forvaltningen. Vi har også stor nytte av det digitale når det gjelder å orientere oss i hva slags materiale og samlinger andre museum sitter på. Vi behandler flere hundre tilbud i året om inntak, og kan ikke ta imot alt. Da er det fint å se hva andre museer allerede sitter på. Det gjelder også ved innlån og utveksling av gjenstander. Vi prøver å ha et nasjonalt blikk, det er ikke nødvendigvis alltid et poeng å ta inn ting dersom de finnes i andre samlinger. Vi ser også at det går andre veien, både privatpersoner og museumskolleger har nå mulighet til å se hva vi sitter på. (Sognli, 2019)

Det digitale er raskt, søkbart og plassbesparende. Det gir oversikt raskt og ryddig, og det integreres med andre økosystemer. Når vi jobber med de digitale verktøyene så må vi ha to tanker i hodet samtidig. Vi skal legge til rette for at våre ansatte skal finne frem, men vi må også huske at det vi jobber med skal ende i noe som er viktig for publikum og for samfunnet. (Sognli, 2019)

Det eldste fotomaterialet har vært prioritert, og det har vært mye etterspurt. Vi får et problem når vi skal begynne å digitalisere nyere materiell, og registrerer at særlig fra 1970-tallet og fremover er det mye dårlige bilder, og det er MYE bilder. Det har nok en sammenheng med at fotografering nå virkelig ble allemannseie. (Sletvold, 2019)

Digitaliseringsprosessene og utvalg diskuteres ganske inngående hos oss. Vi har valgt å ha et fokus lokalt og regionalt på digitalisering av fotosamlingene, på bakgrunn av svært stor interesse fra publikum. Kriteriet om mye brukt/mye etterspurt materiale blir brukt som rettesnor for en hel del av det vi gjør. Ofte er det et stort sammenfall med at det vi digitaliserer og publiserer også er unikt materiale som vi er alene om, vi har mye originalmateriale som film og glassplater. (Sognli, 2019)

Den digitale samlingsforvaltningen fører dermed til mer pålitelige og mer nøyaktige systemer, som igjen bidrar til synlighet og åpenhet. Ikke bare ut til publikum, men også mellom fagmiljøene. Det påpekes også at digitale systemer er plassbesparende, og dette er helt i tråd med hva Chris Anderson kaller "The unlimited shelf space of the web" (Anderson, 2008, s. 49). Ikke bare vil digitaliserte fotografier oppta minimalt med plass, men også katalogiseringen og arkivsystemene vil være svært plassbesparende. Videre går både Sognli og Sletvold inn på diskusjonen om utvalg, som ikke er en diskusjon bare om det digitale, men som griper inn i hele samlingspraksisen til museene. Jeg opplever en innarbeid praksis med et nokså tydelig skille på hva som i første omgang skal samles og bevares, deretter hva som skal digitaliseres, og til slutt hva som skal tilgjengeliggjøres. Denne praksisen har det vært stilt en rekke spørsmål ved, og dette gjelder særlig det relativt store gapet mellom hva som er digitalisert og hva som er gjort tilgjengelig for allmenheten. Museumsstatistikken for 2013

viste at kun 32,5% av gjenstandene som var registrert digitalt var gjort tilgjengelige for publikum på DigitaltMuseum eller annen måte. (Gleinsvik, Wedde og Nagell, 2014, s. 35).

Enkelte ganger trår vi feil, og vi klarer ikke å oppnå det vi ønsker. Vi bommer på målgruppe, og vi bommer med teknologien. Vi kan ikke tro, at vi med våre ressurser, skal kunne klare å lage avanserte spill-lignende presentasjoner som ungdom i dag synes er fantastiske. Vi må holde oss til plattformer og uttrykk vi klarer å beherske og klarer å levere på – så får vi heller leve med at det ikke er vi som er motoren i digitalt design og nye typer av brukeropplevelser. Det virker helt mot sin hensikt, liksom-kule flater blir skydd og de får en aversjon mot det vi driver med. (Sletvold, 2019)

Gode og levedyktige løsninger på nett kan ikke prøve å etterligne det fysiske. Jeg tror at man må skape en distanse, og være tydelig på at en digital plattform gir en annen formidling enn det fysiske. (Bruket, 2019)

Vi er et spesialmuseum med en viss terskel for besøk. De som kommer til oss er såpass interesserte at teknologien i presentasjonene våre kanskje ikke spiller så stor rolle. Mange er interesserte i å se de genuine gjenstandene, de vil se teknikk, mekanikk og tog. De kommer ikke for å se på skjermer og digitale løsninger. Det digitale er for oss et verktøy, men ikke noe mål i seg selv. Det snakkes jo mye om å pirre nysgjerrighet blant yngre mennesker med utgangspunkt i realfagene, men dette mener jeg ligger på siden av det vi egentlig skal drive med. Da ligner det mer på et vitenskapssenter enn på et museum. (Sletvold, 2019)

Jeg må nesten daglig forholde meg til maktbegrepet, og det er en tillitt vi har fått. Vi må være beviste på at det vi gjør har et formål, og utvelgelsene har en årsak. Vi må arkivere, samle og tilgjengeliggjøre – også digitalt - på en måte som også gjør det mulig å oppfatte materialet som åpent og at det kan leses på flere ulike måter. Så lenge vi kan begrunne det vi gjør og har et mål med det vi gjør, så utfører vi jobben vår på en god måte tenker jeg. (Bruket, 2019)

Jeg tenker hver dag på det ansvaret jeg har for utvalg og hva som skrives inn i kulturhistorien basert på vårt arbeid og våre vurderinger. Man skal ikke undervurdere den makten museumsfolk har til å påvirke hva man vet om tidligere tider. Det er viktig å ta valg, og min erfaring er at mange som har jobbet i museum på tidligere tidspunkt har vært alt for dårlige til å ta valg og selektere. Det har ført til at samlinger har gått i stykker, objekter har blitt lagret dårlig, spredt rundt omkring i et salig rot. (Sognli, 2019)

Samlingsforvalterne gir uttrykk for både en ansvarsfølelse for samlingene og et ansvar for at godt materiale skal være tilgjengelig på en god måte. Dette tar også opp i seg problematiseringen fra kapittel 3.8, hvor Hylland trekker frem Halls synspunkter på hvem som skal kunne stå for utvelgelses av det som skal defineres som kulturarv (Hylland, 2014, s.14)

6.2.4 Utfordringer i samlingsforvaltningen

Interesse og engasjement blant samlingsforvalterne strekker seg gjennom hele kretsløpet fra innsamling, registrering og konservering til hvordan materialet blir presentert og formidlet til publikum. Dokumentasjon og innsamling av kulturer, praksiser og samhandlingsformer som bare finnes i det digitale er et tema som opptar flere av informantene.

Vi har ikke jobbet målrettet med å samle informasjon og tidsbilder fra sosiale medier, diskusjonssider og ulike forum. Der kommer vi til å møte oss selv i døra på et tidspunkt. Det foregår så enormt mye på skjerm nå, både innen utveksling av erfaringer og påvirkning. Nasjonalbiblioteket har ressurser på å høste norske nettsider fra norske domener. Privatarkiv som samles inn i dag er tegninger, brev og papirdokument. I fremtiden må det kanskje bli Facebookprofiler og Snapchats? Det er en fare at vi tar for lett på dette. Samtidig kan det være slik at vi ser oss blinde på selve formen interaksjonen foregår i, og at vi stresses av at vi ser materialet, vi vet det finnes, men vi evner ikke å samle det opp. Det dreier seg jo til slutt om en sosial kontekst og samhandling. Man har uansett aldri klart å samle inn alt som har vært sagt, ment og delt i den analoge tidsalder heller. (Bruket, 2019)

Parallellene er der helt klart, en telefonsamtale på 70-tallet eller et lukket møte på 80-tallet. Vi må se på om det er form eller innhold vi ønsker å ta vare på. I dette tilfellet tenker jeg at form, og digital kommunikasjon, er viktig som fenomen. (Bruket, 2019)

Vi har kjent og følt litt på at en del motkulturelle grupperinger som eksempelvis punk- og hiphop-miljøer har vært tilbakeholdne med å slippe oss for tett innpå, men at det løsner når man blir litt eldre og ser nytten og verdien av at også deres historie blir tatt godt vare på og formidlet for kommende generasjoner. Den store utfordringen ligger nå ikke i tilgang til miljøene, men i sikring av materiale i en tid hvor nesten alt er digitalt skapt. Hvordan skal man samle stoff? Vi har ingen god strategi på dette, men har en medarbeider nå som er ung og lever i det sosiale, digitale samfunnet på en annen måte enn hva jeg som voksen gjør. (Haugdahl, 2019)

Trondheim Undergrunnsradio er et konkret eksempel, som jeg også har hatt glede av å bruke som kilder i eget arbeid her på Rockheim. Det er også et eksempel på en hel symbiose med skapende, musikere, designere, teknikere, fotografer og ikke minst fans. Det er stort og dyptgripende på en svært interessant måte. Forumene var det tidlige 2000-tallets svar på det sene 70-tallets fanziner. Enda verre er det nå, når så mye av aktiviteten foregår i lukkede facebookgrupper, som med tanke på personvern ganske sikkert setter mye strengere føringer. Da må man i alle fall gå inn åpent og samle informasjon med samtykke fra alle deltagere, og velge ut noen tema eller grupper som man ønsker å bruke som eksempler. (Haugdahl, 2019)

Jeg husker godt den store utbredelsen av internettforum dedikert til musikk, og mange hobby og interessefelt kan vise til en lignende digital kultur i perioden 2000 til 2010. I dag er nesten alt dette borte, lite er tatt vare på, og lite er mulig å hente frem igjen vil jeg tro. De nye sosiale mediene vil måtte ta mye skyld for at disse arenaene forsvant. Som museum er vi ikke bevisste nok på å håndtere slikt materiale, hva og hvordan i jobben med å dokumentere og ta vare på. Store pågående prosjekter og begrensede ressurser legger lokk over slike utviklingsdiskusjoner hos oss – som i mange andre institusjoner. (Haugdahl, 2019)

Vi har heller ikke gjort nok for å sikre aktivitet på en plattform som MySpace, som var veldig store noen år. Vi kan ikke utelate dette fra historien, det samme gjelder Bandcamp og Soundcloud som er relativt store i dag. Det skjer så fort i disse tjenestene, og det oppleves som litt vanskelig å vurdere når de er på vei opp, og når aktiviteten begynner å avta. (Haugdahl, 2019)

Som både Bruket og Haugdahl tegner et bilde av, er det et svakt fokus på Rockheim med å samle inn og strukturere materiale som kan si noe om hva digitale nettverk, forum og sosiale medier har betydd for populærmusikken og hele kulturen rundt. Noe av denne informasjonen vil forvitte og bli borte på relativt få år, særlig knyttet til nettsteder og tjenester som i dag enten er lagt ned eller er i ferd med å forsvinne.

Med knappe ressurser innad i museene har jeg noen ganger følt at dette «presset» på å få digitalisert og publisert materiale har gått på bekostning av arbeid knyttet til registrering, bevaring og ivaretagelse av originalobjekter. Det er det ekte og genuine som er selve ryggraden i det vi driver med. Det må ikke bli så ensidig fokus på digitaliseringen at man ruter all økonomien inn i formidling og ikke har ressurser til å bevare originalmaterialet. (Sletvold, 2019)

Selvsagt kan det være tilfeller hvor et originalobjekt ikke kan tas vare på, det være seg på grunn av kostnader, ressurser til lagring eller langt fremskredet forfall. Da kan digital teknologi for dokumentasjon og «reproduksjon» spille en viktig rolle. Tenk for eksempel på en oljeplattform i Nordsjøen. Hvordan skal man klare å ta vare på et slikt objekt i fysisk form...Å la ekte mennesker kjøre ekte damplokomotiv er en unik opplevelse med lyd, lukt og materialitet. Dette kan ikke erstattes av digital teknologi, men til sin bruk er sammensmeltinger av digital teknologi med lyd, bilder, film og grafikk en enestående måte å formidle på. Det kan ikke erstatte de fysiske gjenstandene fullt ut – men det kan supplere, eller fungere som dokumentasjon og formidling. (Sletvold, 2019)

Her opplever jeg at Sletvold setter fingeren på noe som er vanskelig å finne argumenter mot, den fornuftige vurderingen på at i enkelte situasjoner har man ingen mulighet til å ta vare på det fysiske, slik som i eksemplet med oljeplattformen. Lignende eksempler har jeg fått fra Rockheim på konsertsteder og studioer som dokumenteres grundig før de blir stengt eller revet. Ved å gjøre grundige dokumentasjoner i form av film, foto, intervjuer, oppmålinger,

kart og grafikk kan man klare å gjengi mye av både informasjon og av opplevelse i fremtiden. Det som likevel slår meg som en potensiell svakhet i denne dokumentasjonen er om man noen gang vil klare å være "føre var", altså å også inkludere dokumentasjon (film, foto, intervjuer) av bygget/institusjonen i bruk. Hadde man klart å innhente materiale før alt var forlatt, og ikke bare måtte satse på tilgjengelig arkivmateriale, hadde dette kunne vært en viktig dimensjon i en større og enhetlig digital presentasjon.

I dag har så godt som alle museer et krav om egeninntjening som gjør at de må jobbe etter visse kommersielle prinsipper. Billetinntekter, arrangementsinntekter, museumsbutikk, salg av bildemateriale og serveringstilbud kan alle bidra til inntekt for museene. Om selve opplevelsen, kunnskapen og formidlingen skal koste penger, er det likevel delte meninger om.

Det er både fascinerende og frustrerende med motsetningen i at man skal bli mer kommersielle og tjene mer penger, samtidig som man holder samfunnsoppdraget høyt. Da må man få mer folk inn dørene, og da er det lokalsamfunnet som er markedet. Det er ikke sikkert de smaleste og dypeste arrangementene er det som gir kroner i kassa. Rene kulturarrangementer kan koste litt, men kunnskap og formidling bør ikke være avgiftsbelagt. Museer burde vært gratis! Samfunnsoppdraget vårt er såpass viktig, og vi sitter på så mye ekspertise og kunnskap, og vi evner å fange opp mye av den eksterne ekspertisen som kan hjelpe oss fremover. Jeg savner likevel en enda tydeligere strategi på å ta ansvar for denne samfunnsrollen. (Bruket, 2019)

Det at vi har ligget litt bakpå med tilgjengeliggjøring har litt med ressurser å gjøre, og mye med rettighetsspørsmål – for eksempel i å digitalisere og publisere norske musikkaviser. Dette kan løses opp nettopp ved å betale for bruk og tilgjengeliggjøring, men kanskje har vi ikke de midlene, eller kanskje ønsker vi ikke å prioritere akkurat dette. (Haugdahl, 2019)

Et spørsmål som vi ikke diskuterte spesielt, men som har vært et tema, både hos museene og eksterne miljøer, er prinsippet om man skal ta betalt for tjenester slik som eksempelvis bruk av bilder. For mange museer er salg av bilder en ekstraintekt som bidrar til krav og forventning om egeninntjening. Norsk Folkemuseum har en egen tjeneste som heter Bildebyrå, hvor de tilbyr salg av bildemateriale. Mye av dette er av eldre fotografer, og er materiale som har falt i det fri. Sann sett så kan ikke Norsk Folkemuseum ta betalt for bruk av bildet, men de står selvsagt fritt til å kreve en kompensasjon for det arbeidet de har gjort med å oppbevare, finne frem og digitalisere materialet.

Juss, personvern og rettigheter er tematikk samlingsforvalterne må forholde seg til i det daglige arbeidet, og digitale kopier og rask spredning av materiale gjør at disse temaene oppleves som mer påtrengende enn i førdigital tid.

Det knytter seg mye spenning til hvordan vi i fremtiden skal og kan håndtere bildemateriale som reguleres av nye, strenge personvernregler. Vi satte opp en god fotoutstilling for ikke så lenge siden, som blant annet inneholdt en del litt utleverende bilder av publikum på 90 og tidlig 2000-tall. Det var fantastiske bilder og en tett og nær dokumentasjon, og her følte vi på det at vi måtte utelate en del bilder på grunn av personvern hensyn. Jeg skulle gjerne sett at vi stod friere til eksempelvis å lage en egen utstilling med konsertfotografiers bilder av publikum. (Haugdahl (2019))

Juss og rettigheter kan av og til bli såpass komplisert at det både fører til oppgitthet og gjør mange prosesser langsomme. Som institusjon skal vi være seriøse og ryddige og følge det regelverket som er satt opp i henhold til rettigheter, samtidig kommer man veldig bakpå og opplever at ting tar veldig lang tid i et digitalt samfunn der mange ting skjer raskt. (Haugdahl, 2019)

Kompetanse og kvalitet knyttet til det digitale arbeidet, både internt og publikumsrettet er også et felt som engasjerer i samlingsforvaltningsmiljøet:

Jeg synes nok ikke Rockheim er helt der vi burde være, men jeg er også selvkritisk på området. Jeg savner tydeligere satsningsområder, blant annet på om vi skal jobbe mer på nett eller mer innad i eget hus. Størst potensiale tror jeg vi har som leverandør av spennende ting på nett. Innen fysisk/digital utstillingsproduksjon er vi for små til å være i front, det tror jeg vi må ta inn over oss. Det nasjonale oppdraget og mandatet vil kunne styrkes ved en ytterligere satsning på nett. Det vi gjør på huset vil ofte være mest for lokalbefolkningen. (Bruket, 2019)

Kvantiteten er god på det digitale, men kvaliteten på det digitaliserte materialet med historikk og proveniens har stort forbedringspotensial sett under ett. Her har nok mange i samlingssektoren ved norske museer en vei å gå før vi når ønsket kvalitet på det totale tilfanget av informasjon som er digitalt tilgjengelig. (Sognli, 2019)

6.2.5 Fremtidens digitale samlingsforvaltning

Samlingsforvaltermiljøet fremstår på meg som reflektert og engasjert i spørsmål som strekker seg langt utenfor museenes magasiner. Det oppleves som en trygghet når museumsbibliotekar Bruket ved Rockheim har såpass tydelige og godt forankrede tanker om museets rolle som navigatører, formidlere og leverandører av kvalitetssikret kunnskap. Helge Sognli ved Maihaugen følger opp og presiserer samlingsforvalternes rolle inn mot formidlingsmiljøene:

Vår jobb i fremtiden kan nok bli mer og mer spisset mot å være navigatører og trekke ut eksempler fra våre samlinger i arbeidet med å øke kunnskap og forståelse. Det er så mye materiale som er tilgjengelig der ute, men det kan også være krevende å sortere ut det som er bra, underholdende eller viktig. Jeg er opptatt av at dyktige fagfolk kan ha tilgang og oversikt over materiale for så å formidle det videre til allmennheten. Det viktigste er hva sluttbruker får ut av materialet. (Bruket 2019)

Tilgjengeligheten av materiale for forskning er en svært viktig følge av den digitaliseringsvirksomheten vi driver med. Forskning er et viktig arbeidsområde selv for norske museer, selv om det ofte blir nedprioritert. Vi måles på besøkstall og publikumsvennlig aktivitet. Vi skal jo være kunnskapsinstitusjoner, ikke et tivoli... (Sletvold, 2019)

Særlig i post-sannhet-diskusjonen har vi en rolle, det trengs noen som både kan være grundige, pålitelige og å trekke ut konsentrert informasjon. Like viktig er å ta vare på det materielle. Vil objektene bestå? Det er jo mye personlige erkennelses og følelsesforhold inne i bildet, mye er knyttet til nostalgi. (Bruket, 2019)

Jeg tror man gjør lurt i å balansere i hvor stor grad man skal bedrive toveiskommunikasjon og la publikum slippe til i de digitale kanalene. Det handler om bevissthet, og det må være tydelige prosjekter hvor man ønsker å hente inn informasjon. Jeg tror vi i fremtiden vil føle på et enda større behov for at vi som fagpersoner er tydelige avsendere av pålitelig informasjon. Vi må holde fast i redaksjonelt stoff med klar avsender. Tydelige kildehenvisninger blir bare viktigere og viktigere, og det er stort behov for at noen tar ansvar og står for sine utsagn og meninger. Dette er også en etisk ledetråd i vårt arbeid. (Bruket, 2019)

Her griper Bruket direkte inn i problematiseringen vi kjenner fra Keen, som jeg har omtalt i kapittel 3.4. Både i Brukets utsagn om museumsansatte som navigatører sett opp imot Keens uttalelse om "...How are we to know what and whom to believe?" (Keen, 2008, s. 20). Bruket vitaliserer også Keen i utsagnet som omhandler faren for utvanning av pålitelig fagkunnskap ved å gå bort fra tydelige avsendere og kildehenvisninger. Kollega Morten Haugdahl forfølger tankerekken om det originale og betydningen av det materielle:

Jeg har selv sett Mayhem-fans fra Italia stå og gråte ved synet av originale Mayhem-gjenstander i utstillingen. Popkulturen er full av sterke symboler, nærmest i relikvieform. (Haugdahl, 2019)

Haugdahls sitat kan godt stå som en konkretisering av Benjamins uttalelse om at "The unique value of the "authentic" work of art always has its basis in ritual" (Benjamin, 2008, s. 24).

Elin Sletvod ved Jernbanemuseet reflekterer godt over egne erfaringer knyttet til innføring og tilvenning til det digitale:

En del av museumsfolkene har teknologi i blodet, mens andre ikke er så veldig interesserte. Det er ikke sikkert vi er flinke nok til å stå på selv, og mye henger også sammen med hvilken innstilling institusjonen har til å skolere de ansatte, sende de på kurs og brukeropplæringer. Det føler jeg er godt tilrettelagt her på museet. (Sletvold, 2019)

Det virker som om samlingsforvalterne ser positivt på en videre utvikling av digitale flater, hvor kombinasjon av brukervennlighet og design står høyt på ønskelisten.

Vi utgir i dag i hovedsak kataloger knyttet til utstillinger. Jeg vet at en del har etterspurt mer trykt materiale. Det gjelder å finne gode løsninger som er delikat, informativ og innbyr til bruk. Vi må gjerne utvikle oss digitalt i takt med dette, men bare å gjenbruke PDF-filer som opprinnelig var laget for trykk faller ikke inn under denne kategorien. Se hva NRK og VG gjør nå, med store flater til bilder og tekst som bryter på en interessant måte. (Bruket, 2019)

Fullverdige online-utstillinger er en spennende tanke. Det vil ganske sikkert være utfyllende og supplerende, jeg hadde gjerne sett et pilotprosjekt på dette. Ikke på alle utstillinger, men med lavere frekvens, gjort skikkelig og med ressurser. Da kunne man lagt inn ting fra åpningsarrangement, researchfase og spesialarrangement. Det vil også kunne ha en betydelig verdi som dokumentasjon for ettertiden, som et godt utstillingsarkiv. Og denne type utstillingsarkiv er vi dårlige til å ta vare på. (Bruket, 2019)

Begge disse momentene fra Bruket synes jeg er interessante også fra et rent museumsfaglig ståsted. Det å lage "digitale årbøker" er et prosjekt som ikke nødvendigvis er så langt unna om man tenker på hvilke ressurser og hvilken kunnskap som trengs. Om man kanalisere de midlene som i dag går til trykk og distribusjon av fysiske bøker inn i digital presentasjon, tror jeg det er mulig å lage en delikat, digital presentasjon hvor tekst, grafikk, videoer, lyd og foto kan gi en særegen og unik opplevelse av et avgrenset historisk tema. Utfordringen i dag er at få museumsinstitusjoner selv sitter på den nødvendige produksjonskunnskapen, og at det ikke er standardiserte løsninger, eksempelvis fra KulturIT, som muliggjør denne typen multimediapresentasjoner i et grensesnitt som kan ligne det Bruket viser til hos blant annet NRK. Man må også ha i bakhodet de utfordringer som knyttes til lagring av dette materialet i et langtidsperspektiv, og potensielle farer/ulempene ved å knytte til seg eksterne, kommersielle leverandører innen produksjon og drift.

Det andre punktet Bruket nevner, fullverdige Online-utstillinger, er også interessant. Som flere tidligere har nevnt, så må man være nøkterne i presentasjon, det er lite trolig at et slikt prosjekt ville fungert særlig godt som datagrafikk eller spill-kloning. Men å bruke videointervjuer med de som har jobbet med utstillingen, konservatorer og samlingsforvaltere, filme gjenstander for en tredimensjonal presentasjon bør være relativt enkle oppgaver. Dette kan kombineres med

tekst, grafikk og lyd – kanskje fortellerstemme, inkludere eksklusivt materiale fra oppbygging/produksjon, ute i felt for å skaffe nytt materiale eller ny informasjon og materiale fra åpningsarrangement. Summen av dette vil gi en presentasjon som også inkluderer eksklusive hendelser en vanlig, fysisk besøkende ikke vil kunne oppleve. En slik gjennomarbeidet nettutstilling burde være realistisk for en institusjon å kunne prøve ut, kanskje med prosjektstøtte fra Kulturrådet. I produksjon og drift ligger likevel noen av de samme utfordringer som omtalt i forrige avsnitt.

Jeg er temmelig sikker på at vi i vår avdeling i dag har den kompetansen som kreves for å gjøre en god jobb, også på det digitale feltet... Jeg vil påstå at vi generelt er tett på utviklingen innen samlingsforvaltningsverktøy og har god oversikt over feltet. Jeg er ikke sikker på om vi er like "på" når det gjelder formidlingsfeltet, der tror jeg kanskje man opplever at i det store bildet er det en del ting man ikke vet nok om eller har oversikt over. Vi har tatt noen prinsipielle valg på at vi ønsker å fremstå som "litt gammeldagse" utad. Jeg tror alle ser verdien av rene historiske miljøer og rendyrkede profiler. Plutselig er det levende formidlere som er eksotisk og nyskapende, ikke en touchskjerm. (Sognli, 2019)

For min egen del har jeg nok mindre kontakt med et bredt digitalt miljø nå enn for ti år siden. Jeg tror nok også at en del av mine kolleger vil si at vi ikke er nok tilstede og er på det som skjer, trender, impulser og teknologi. Jeg tror kanskje ikke KulturIT alene er riktig aktør til å dekke hele spekteret. Vi må lære oss å se til kunst, multimedia, spill og annen digital teknologi. Det blir for mange oppgaver og vi blir for få ansatte til å alltid være på strategier, kunnskap og det vi vil gjøre for fremtiden. (Bruket, 2019)

Jeg har jobbet i flere museer, og opplever at det er store forskjeller mellom institusjonene, hvor godt de legger til rette for at man skal kunne følge med på den digitale utviklingen, skaffe seg oversikt å lære å bruke ny teknologi. (Sletvold, 2019)

Vurderingene til Sognli og Sletvold harmonerer også med mitt inntrykk av hvordan en museumsansatt med operativt ansvar ser på det digitale rundt seg. Man kjenner en del verktøy, og har god basiskunnskap om disse.

6.2.6 Kort oppsummering samlingsforvaltning

Det er tilfredshet med PRIMUS som digitalt verktøy i samlingsforvaltningen. Det er delvis tilfredshet med KulturIT som leverandør, men særlig informantene fra Rockheim er tydelig på at en del av deres arbeid, særlig det som er formidlingsrettet ut mot publikum, ikke løses i dag ved KulturITs løsninger. Samlingsforvalterne ser seg selv som en viktig funksjon i at museene i fremtiden må og skal bli enda bedre til å navigere publikum gjennom et utvalg materiale –

det finnes etter hvert så mye tilgjengelig at det nå anses som en større fare å gå seg vekk fremfor ikke å finne noe. Gode systemer for langtidslagring, avklaringer i forhold til juss, rettigheter, personvern og det å klare å fange opp digitalt skapt materiale ses på som noen av de største utfordringene innen digital samlingsforvaltning i fremtiden.

6.3 Formidling

Digital formidling i norske museer finnes i etter hvert mange varianter. Det går et viktig skille mellom den formidlingen som er tilrettelagt på museets område, og den som baserer seg på at publikum opplever museets samlinger og kunnskap på egne enheter utenfor museet. I førstnevnte kategori er iPader/skjermer, både statiske og interaktive, lydavspillere og Beacons det som tilsynelatende er mest brukt.

Den store formidlingsutfordringen i museene ligger i å utnytte potensialet som ligger i digitalt basert formidlingsteknologi. Samtidig må det understrekes at den fysiske gjenstanden og muntlige fortellingen som i stor utstrekning inngår i museenes formidling, aldri vil kunne erstattes fullt ut med digital representasjon av museenes samlinger. Utfordringen ligger derfor i å kombinere det åpenbare formidlingspotensialet som ligger i å presentere museenes samlinger i digital sammenheng, med ytterligere styrking av den formidlingen som får publikum til å oppsøke samlingene i institusjonene (St.meld.nr. 49 (2008-2009) s. 156)

Mange museer har gått langt i å prøve ut mer avansert teknologi, og av mine informanter er det Rockheim som har gått lengst i omfang på digitale utstillingsflater. Dette kan fortsatt ikke fungerer uten mennesker til stede, og man kan kanskje si at museumsvertenes oppgave, på samme måte som en bankfunksjonær eller bibliotekars arbeidsdag, delvis har dreid fra å veilede i fagstoff og institusjonelle tjenester til å veilede i bruk av teknologien.

Vi har fra dag en vært svært opptatte av å ha gode guider og museumsverter til stede, slik at publikum som besøker oss skal få hjelp til å mestre den digitalteknologien vi har utplassert. Vi vet av erfaring at det er noen, som ikke får god nok informasjon, går for fort gjennom utstillingen og tenker "hva var dette..?". Det er en utfordring å fange opp publikum slik at alle får med seg nok til et godt utbytte. Generelt så tror jeg fortsatt at mange blant publikum kan trenge litt hjelp for å komme i gang. De får informasjon allerede ved billett kjøp om at de må være aktive. Den gang utstillingen ble laget, var det nok en filosofi om at det ikke skulle være fysiske tekster i rommene som skulle fungere som bruksanvisninger. (Fegran, 2019)

Når vi åpnet dagens hovedutstilling tilbake i 2003 tok jeg for første gang bruk digitale verktøy i formidlingen. Den gang var dette helt nytt for oss, og vi hadde de første møtene med ekstern utstillingsprodusent i 2000 eller 2001. Jeg husker dette godt, og måtte blant annet få forklart hvordan jeg skulle skrive mp3, som til da var et helt ukjent fenomen for meg. Det å kunne spille av digital lyd som et filformat, og ikke via CD/DVD var på den tiden noe helt nytt. Basisutstillingen har ganske mange avspillere montert, som viser både digital lyd, film og stillfoto. Dette har vist seg å være veldig driftssikre løsninger, vi har byttet avspillere en gang på 16 år. Noe av materialet går i loop, noe trigges av bevegelser og noe må publikum selv starte. Her er det en del film, Vi sitter på NSBs gamle filmarkiv, dette ligger nå hos Nasjonalbiblioteket, og er delvis digitalisert. (Aasen, 2019)

Aasen viser til historikk i digital formidling som strekker seg tilbake til tidlig 2000-tall, og med gode erfaringer knyttet til driftssikkerhet på relativt enkle digitale installasjoner i Jernbanemuseets utstillinger. Det er også verdt å merke seg Aasens opplysning om at NSBs gamle filmarkiv er deponert hos Nasjonalbiblioteket, men at det er Norsk Jernbanemuseum som er formell eier av og har bruksrett til materialet.

6.3.1 Digital teknologi i museumsanleggene

Direktørene har allerede tegnet opp et oversiktsbilde av hvordan digital teknologi brukes og er tenkt brukt i museenes anlegg. Jeg har bedt formidlingslederne om å konkretisere og å gi noen eksempler på bruk, og hva denne bruken er ment å tilføre museet og publikum som besøker det.

Vi har en grunnleggende ide om at man ikke besøker et museum for å bli stående foran en trykkskjerm. Vi tror folk helst vil møte noe genuint, se gjenstander og lese en fysisk tekst. Vi ønsker å være en motvekt til hverdagens skjermbruk, og tilby lukt av tjære, blomster og dyr... Det vi derimot bruker en del, er lydfiler. Dette opplever jeg som et virkningsfullt og sterkt medium. Vi bruker både stemningslyd som eksempelvis på toget, og vi bruker en del musikk, som i dronningens barndomshjem hvor det spilles jazzlåter som familien har kurerert for oss. Dette gir en helt spesiell stemning som viser lydformidling i digitalt format som fungerer utmerket. Maihaugen har tradisjon tilbake til 60-tallet med eksempelvis avspilling av lyd fra tårnet på Garmokirka, med kirkeklokker og salmesang, avspilt på lydbånd. Det fungerte, men krevde selvsagt en helt annen oppfølging og et annet vedlikehold enn dagens avspillere. Vi har også bygninger med lydfiler som kan avspilles, som blant annet henvender seg til barn som ikke kan lese. Lyd er også diskret og ikke visuelt støyende på samme måte som skjermer. (Mathisen, 2019)

Vi går nå i gang med å sette opp en Narvesen-kiosk i museumsparken, denne er nå til restaurering. Her tenker jeg det er naturlig å sette inn en skjerm, slik at man kan bla seg gjennom arkitekttegninger, foto og film. Vi jobber også med å sette inn iPader i flere av byggene ute i parken. Vi har vurdert fordeler og bakdeler med å sette skjermer inn i byggene på denne måten, da det selvsagt kan oppleves som et fremmedelement, særlig i eldre miljøer. Enkelte vil helt sikkert mene at i en gammel narvesenkiosk skal man vise gamle ukeblader og sjokolade. Da kan man heller bruke et bilde tenker jeg. Så kan man heller formidle det som er vesentlig på en skjerm. Vi kommer til å vinkle kiosken mot fortellingen om Narvesen-kiosken som møtested og som arena for ytringsfrihet. (Aasen, 2019)

Vi jobber mye med program til den kulturelle skolesekken, og i læreplanene er det krav om at elevene både skal kunne lytte, komponere og spille i musikkfaget. Vi åpner en ny utstilling nå med navnet lydlab, og der er det fokus på å komponere. Dette muliggjøres ved digital teknologi, og utføres ved taktile stasjoner med enkelt brukergrensesnitt. Dette er interaktivitet og skapende, og utviklet i tett samarbeid med våre egne IT-folk. Det er noe nytt, samtidig som det henter kjente elementer i fra både hardware og software. Vi vet at man lærer bedre av å kunne delta. (Fegran, 2019)

Vi har en god del av dette såkalt minnemateriale, mye intervjuer i nedskrevet form som ikke er digitalisert. Det er nå utlyst et studentprosjekt med bakgrunn i dette materialet. Dette skal munne ut i en utstilling på Myrdal, hvor vi drifter et lite anlegg tilknyttet Bergensbanen. Det er enormt mye turister her, og det kan godt være at vi må presentere dette på opp mot 20 språk. Det sier seg selv at dette kun kan løses effektivt ved hjelp av digital teknologi, og dette vil vi måtte løse ved å bruke Beacons. (Aasen, 2019)

En utstilling som "Rockens verktøy" mener jeg er god, både for de som vil ha rask informasjon og de som vil gå i dybden. Her har vi tatt hensyn til ulike interessenivå, og balanserer tekst, bilde, videoer og lydklipp i digital presentasjon. Det er også brukergrensesnitt som gir mulighet for engelsk tekst og større tekst for svaksynte. Skjermflatene er plassert i høyder som også er tilgjengelige fra rullestol. Det er også tatt museumsetiske hensyn ved at gjenstandene er plassert bak glassvegg. Utstillingen er raffinert og nøktern på samme tid, og det totale konseptet fungerer som en spennende kikk inn i noe. (Fegran, 2019)

Jeg aner en fortsatt differensiert oppfatning om i hvor stor grad det digitale bør være tilstede i en utstilling som også, eller kanskje til og med primært, skal vise frem objekter og det genuine. Fegran peker på viktigheten av universell utforming og flerspråklighet ved utstillingsarbeidet, og at det digitale gir nye muligheter i for eksempel å tilby valg av flere skriftstørrelser på en og samme flate.

Rockheim er et museum som bruker teknologien for å vise samlingen sin, og det digitale er mer et middel enn et mål. Museet var nytenkende da det åpnet, og de valgte løsningene har i stor grad vært stabile og holdt seg. Vi opplever likevel i dag en viss utålmodighet blant publikum på de flatene vi har satt opp låste, faste program som går. I dag er man vant til, og vil, ha informasjonen akkurat nå. Tenk bare på hva som har skjedd med TV-vanene til folk etter at nett-TV tok mer og mer over for liniær TV. (Fegran, 2019)

Jeg opplever på mange måter at innføring av digital teknologi, og særlig det som er fil-basert, til å være en kilde til driftssikkerhet. Det er heldigvis slutt på videospillere, kassettpillere og andre veldig mekaniske avspillere med stort behov for vedlikehold og utskiftninger. Med dagens skjerm-løsninger ser vi også at terskelen er lav for publikum, de tar dette i bruk, de er vant til å bruke skjermer. Samtidig ser vi at noen av de litt eldre skjermene våre, som bare har touch men ikke scrolle-funksjon, er litt forvirrende, da de har et annet grensesnitt enn nettbrett og smarttelefoner. Vi har i dag en sammensatt presentasjon på skjerm, basert på touch-skjermer, iPader, TV-skjermer og digitale fotorammer. Vi kunne godt tenke oss å standardisere alt på moderne løsninger som eksempelvis iPader, men ser at dette koster en del. (Aasen, 2019)

Fegran og Aasen påpeker begge et viktig moment i at publikums forventninger til hvordan den digitale teknologien skal brukes er i konstant endring. Har man først lært å scrolle på en smarttelefon, vil man også scrolle – selv om skjermen er en digital fotoramme, eller er programmert slik at filmene går fra begynnelse til start, uten spole eller skippemulighet.

6.3.2 Tilgjengelighet og det digitale

I noen grad kan man kanskje snakke om at vi som museum har blitt mer relevant i en nasjonal sammenheng i dag enn for 20 år siden, som følge av den digitale utviklingen. (Mathisen, 2019)

Du skal kunne få mye godt Rockheimstoff uansett hvor i landet du bor. Det er bare en fordel å få stoffet ut. De som besøker oss får en gjenkjennelse og en totalopplevelse, og de som bare besøker oss digitalt får også en ok opplevelse. Et konkret eksempel er gitarist Skjalg Raens videodokumentasjon av ulike gitarer og forsterkere. Denne er både underholdende og lærerik, og forefinnes i digital utgave online. (Fegran, 2019)

Rockipedia har blitt veldig bra! Mye takket være publikums tilbakemelding, noe vi setter stor pris på. Det kan være faktafeil som rettes, men også innspill og ny kunnskap. (Fegran, 2019)

Det digitale gjør verden mindre, og avstander blir mindre i jakt på informasjon.

En digitalisering av formidlingen kan få nye mennesker interessert i det vi driver med. Får vi det valgt ut, digitalisert og presentert på god måte på en skjerm eller online, er jeg overbevist om at mange nye, også yngre, vil finne deler av vår virksomhet og vårt materiale interessant. (Aasen, 2019)

Vi jobber nå med å legge inn QR-koder på alle bygninger, men da må folk bruke sine egne telefoner og mobilnett, og det koster penger for publikum, særlig hos utenlandske besøkende. Vi vet ikke så mye om andre museers erfaringer på akkurat dette feltet. Vi har nok ikke gode nok arenaer til å dele denne type erfaringer på, men prøver å delta på en del av konferansene til KulturIT, og har også god dialog med en del andre museer. (Aasen, 2019)

Enhver gjenstand opphøyes når du får den i en monter. En utvalgt presentasjon skaper interesse. Personifiserte gjenstander har folk lyst til å se! Det er aldri noe som slår den virkelige verden. (Aasen, 2019)

Mye av jobben vår er å lage uttrekk, komprimere og lage en struktur. Vi må gjøre noen valg for publikum. Maktbegrepet slår også inn med tanke på valg av hvilke flater man skal vise de ulike temaene på. (Fegran, 2019)

Jeg tror at publikum setter pris på originaliteten av det vi viser av gjenstander. Det er instrumenter og gjenstander som er brukt av, kjøpt av eller laget til spesifikke utøvere. Vi har blant annet de originale tegningene fra A-has Take on Me-video. Det synes folk er artig, de har sett de på film, men aldri før på ekte. (Fegran, 2019)

6.3.3 KulturIT og DigitaltMuseum

Formidlerne har et tett og nært forhold til de digitale løsningene som er levert av KulturIT, selv om jeg ser konturene av at Maihaugen og Jernbaneverket er mer fornøyd med DigitaltMuseum enn hva Rockheim er. Dette tolker jeg først og fremst som et signal på at tjenesten i dag ikke er lagt opp for å formidle lyd og film på en god måte, men også at innpakningen og måten å presentere stoffet på er et stykke fra det Rockheim egentlig ønsker seg. Det er dog viktig å påpeke at jeg ikke sporer noen motstand mot løsningen, og Rockheim har også valgt en omfattende gjenstandspresentasjon på DigitaltMuseum, med over 3000 oppføringer, med god kvalitet på både tekst og bilder.

Jeg synes det er godt å se at DigitaltMuseum som database og plattform for samlingsformidling holder seg i konkurranse med sosiale medier. Vi vet jo at mange andre nettsteder som forum og lignende mer eller mindre ble utkonkurrert av facebook. Jo bedre jobb vi gjør i de varige databasene, jo mer nytte har vi av det i neste ledd – i formidling og publikumstilbud. Artikkelmuligheten på DigitaltMuseum synes jeg er fremtidsrettet, og vil være en plattform vi kommer til å bruke for populærvitenskapelige artikler. Jeg ønsker vi skal bruke det mer aktivt, og publisering er også noe vi blir målt på. Vi mangler denne typen kanaler, det når mange og er lett tilgjengelig. Artikkelen får et langvarig liv og blir søkbare. Dette kunne samlet alt av gode årbokartikler fra alle museum på en felles plattform, søkbart og tilgjengelig med en gang. Veien er kort for å publisere elektronisk, og jobben er jo i hovedsak gjort når artiklene er sendt til trykk. (Mathisen, 2019)

Jeg bruker DigitaltMuseum til å hente ut materiale og som bruker synes jeg det fungerer godt. Jeg legger ikke inn materiale, men som brukersted. Jeg lager derimot KulturPunkt. Tidligere har vi sammen med blant annet Hordaland Fylkeskommune laget 60 små fortellinger knyttet til historien om Bergensbanen. (Aasen, 2019)

Vi har vært tett på utviklingen av KulturPunkt og DigitaltMuseum siden dag en. Vi har et prinsippvedtak hos oss om at vi bruker deres tjenester, og særlig DigitaltMuseum har blitt en veldig god formidlingsplattform. Foto er spesielt populært. Vi får veldig stor og god respons på publisering av samlinger slik som flyfotosamlingen til Widerøe. Mye av denne responsen kommer i andre fora enn våre egne, slik som lokalhistoriske facebookgrupper. Vi mener derfor at vår innsats i DigitaltMuseum belønnes med en publikumsaktivitet som er relativt stor. Bilder og informasjon begynner ofte å leve sine egne liv, deles, likes og kommenteres langt utenfor våre rammer og utenfor vår kontroll. (Mathisen, 2019)

Nærheten til KulturIT styrker også vår oversikt over den digitale utviklingen, og den styrker vår visshet om at det er kvalitet på løsningene de leverer, og at vi jobber i et felles, langsiktig perspektiv. Verktøyene til KulturIT vil aldri være perfekte, fordi utvikling av denne typen er svært krevende og våre behov består av så omfattende art. (Mathisen, 2019)

Kjennskap til DigitaltMuseum er økende, fler og fler bruker tjenesten. Vi opplever nå at vilkårlige søk på stedsnavn eller litt eldre gjenstander ofte kommer høyt opp på Google, og dette gjelder særlig ved bildesøk. Det tyder på at vi oppleves som relevante og en "god kilde til kunnskap". (Mathisen, 2019)

Det kan av og til være en utfordring at vi som museumsfolk ikke kan nok om teknologien. Da kan det ofte bli at vi vurderer de produktene og løsningene vi får presentert ut fra hva de er – ikke hva de kunne blitt med konstruktive innspill fra oss til forbedringer og endringer. Jeg er helt sikker på at det kunne vært utviklet enda bedre produkter om vi klarte å nærme oss KulturIT enda mer. De kan også lære mer om hvordan det er å drifte et museum, jeg synes ikke alltid at de skjønner vår hverdag. Vi har også en lang vei å gå før vi skjønner muligheter og begrensninger i digitale verktøy. (Aasen, 2019)

Utfordringen i etablering av nye plattformer som for eksempel minner.no ligger i å nå folk, treffe publikum, skape entusiasme og gjøre slike tjenester både likt og brukt. Da må man velge ut spørsmål og temaer med omhu. Det vil likevel være arbeidskrevende å administrere, følge opp med redaktøransvar og slikt. De fungerer nesten som en digital utgave av slike kvelder vi kjenner fra for eksempel Teknisk museum der publikum selv kunne ta med bilder og gjenstander for registrering, avfotografering og samtale/diskusjon. (Fegran, 2019)

Vi jobber nå med å lage digitale fotoalbum online. Her ønsker vi å gjøre en mer aktiv og planlagt formidling, og hjelpe publikum til ikke å gå seg bort blant de mange tusen bildene vi har tilgjengeliggjort. Jeg har tidligere laget en bildeserie med lokomotiver som har gått på Nordlandsbanen, og dette var svært vellykket med stor respons. Dette var en enkel presentasjon, men vi la til lydklipp fra de fleste lokomotivene, og dette ga nok noe ekstra til publikum. Vi vurderer fortløpende hvordan vi best mulig skal og kan presentere dette materialet, om det skal på DigitaltMuseum i tillegg til å vises i museumsbyggene våre, eller om det er hjemmesiden vår som er best egnet. Vi er en del av Jernbanedirektoratet, og bygger nå opp en ny nettside basert på samme visuelle profil og samme tekniske plattform. På den forrige nettsideløsningen vår hadde vi også integrert en del KulturPunkt, med lyd. Vi er nysgjerrige på flere av de nye løsningene til KulturIT, og har snakket om å ta i bruk løsninger for både fotoalbum/nettutstillinger og artikkelfunksjonen for å kunne formidle utvalgte historier. (Aasen, 2019)

Jeg tror ikke jeg klarer å følge med på den totale oversikten over digital teknologi, muligheter og nyvinninger. Jeg har inntrykk av at KulturIT ikke er spesielt opptatt av Beacons, mens et miljø rundt Stavanger Museum har stor kunnskap om dette. Jeg skulle ønske at KulturIT også tok tak i dette, slik at jeg slipper å blande systemer. Det er også en app som heter Useum, som jeg vet Dansk Jødisk museum benytter seg av. Her er det lest inn artikler og personlige fortellinger knyttet til gjenstander. Den har også historier knyttet til arkitekturen. Denne opplever jeg som bedre enn Kulturpunkts presentasjon av gjenstandene, den opplever jeg som tungvint. Jeg synes ikke det er innbydende i layout, jeg tror ikke publikum blir deltager i historien på samme måte. (Aasen, 2019)

Formidlerne viser stor innsikt i egne utfordringer, og er flinke til å dele konkrete eksempler og erfaringer som også gjør at oppgaven vil ha en faglig relevans i museumsmiljøer.

6.3.4 Sosiale medier

Alle de tre museumsinstitusjonene jeg har hatt samtaler med har egne markedsavdelinger eller markedsansvarlige som har ansvar for publisering på sosiale medier, og Facebook er det mest brukte av disse. Arrangementer på museet eller i museets regi får mye oppmerksomhet, og dette inkluderer også utstillinger, som er et av kjerneområdene til formidlerne.

Vi forsøker å holde en struktur på dette, slik at sosiale medier kan brukes som en markedsføringskanal eksempelvis opp mot nye utstillinger – men for å ta del i innholdet må du fysisk besøke oss. Alternativt kan vi supplere og lage en digital smakebit eller variant i en av KulturITs løsninger. (Mathisen, 2019)

Vi gjør ikke så mye med formidling, men noe får vi til. Blant annet får Narvesenkiosken mye oppfølging nå. Det ligger til markedsavdelingen. Ellers er det mest respons rundt togkjøringene, og selvsagt rundt arrangementer og slikt. Det er ikke alltid så mye respons på samlings og formidlingsarbeidet. (Aasen, 2019)

Vi bruker Facebook først og fremst som en informasjons og markedsføringskanal ut mot publikum. Vi gjør et begrenset formidlingsarbeid der, og har nok i liten grad tatt i bruk facebook for å innhente informasjon eller drive direkte kommunikasjon med bestemte miljøer. (Mathisen, 2019)

Delingskulturen i sosiale medier er også bra for å løfte frem museenes arbeid, samlingene vi sitter på og den generelle verdien i det vi gjør og forvalter. Vi har anslagsvis en halv million bilder i vår fotosamling, og jo mer av dette vi klarer å digitalisere og få ut, jo viktigere vil publikum oppleve museet som institusjon og forvalter av kulturarv. Det er selvsagt en ulempe knyttet til at vi ikke klarer å følge opp all den informasjonen som gjerne kommer rundt et bilde eller en gjenstand når den deles i sosiale medier. Dels fordi mediene er så flyktige, men mest fordi de foregår et annet sted enn på de kanalene vi selv administrerer. (Mathisen, 2019)

Informantene er relativt samstemte i at Facebook brukes mye til det jeg i kapittel 3.6 har vist til som Pull-kanaler (Furu, 2011, s. 14), altså teasere som linker til informasjon på andre nettsider. Alle mine informanter, ikke bare innen formidling, later også til å ha en oppfatning av hvorfor de bruker nettopp Facebook som sammenfaller med Furus teori om spredningsmekanisme for nyheter og oppdateringer (Furu, 2011, s. 95).

6.3.5 Erfaringer fra det digitale

Den digitale formidlingen i museene er fortsatt relativt fersk, og selv om Norsk Jernbanemuseum var tidlig ute med å bruke DigitaltMuseum, er heller ikke dette arbeidet stort eldre enn hva Rockheim er som museum. 10 års erfaring med digitale verktøy kan likevel være rikelig til å gi både mange og grundige innspill basert på egne erfaringer.

Den tekniske terskelen er ikke så høy nå, men noen synes teknologien er et stengsel. Publikums egen erfaring med smarttelefoner, nettbrett og andre digitale enheter har gjort at utstillingen i dag fremstår som mye mer intuitiv. (Fegran, 2019)

Vi har ikke fått flere stillinger knyttet til digital formidling og samlingsforvaltning, selv om det har kommet nytt ansvar og nye arbeidsoppgaver. Det hadde selvsagt vært en kjempehjelp om vi hadde fått personalressurser til bare å jobbe med det digitale feltet, i dag er det jeg som gjør mye av den digitale formidlingen, i tillegg til mye annet jeg har ansvar for. Vi har nå tre personer her på arbeidstrening, og de er dyktige med digitale verktøy. Vi ser om vi kanskje kan involvere enda mer i produksjon av digital formidling, da jeg ikke alltid har like mye tid til dette selv. Det mest tidkrevende for min del er skrivingen, som også innbefatter sjekk av kilder og referanser (Aasen, 2019)

Vi må ha de ressursene vi har innen IKT, drift og utvikling, og kunne med fordel hatt en person til. Det muliggjør slike digitale satsninger. Pr i dag har vi en utvikler og en tekniker. Vi kjenner på kroppen de naturlige positive konsekvensene av å ha ressursene in-house og drøfte ideer med gjennom hele konsepter og prosesser. Våre ønsker og behov kan ikke alltid løses med hyllevarer. (Fegran, 2019)

Rent teknologisk så må vi nok innse at vi ikke kommer til å presentere det siste, beste og mest spektakulære. Det har vi ikke ressurser til, og jeg ser det heller ikke som vår oppgave. Det er en prioritering, hvor innhold gjerne kommer foran form. Digital formidling kan være svært rimelig og innenfor rekkevidde for de fleste. Vi må finne vår plass. Vi huser jo også OL-museet, som er en svært avansert og oppdatert teknisk museumsutstilling. Vi ser hvor kostnadskrevende det er å både bygge og å skulle drifte en slik type museum. OL-museet er nok et av de teknologisk mest avanserte vi har i landet nå. Det var det også for to år siden, men vi kan ikke garantere at vi holder den plassen to år inn i fremtiden. (Mathisen, 2019)

Vi har hørt påstandene om at ting "gjemmes" bort når det legges på skjermer og lagvis, men jeg er helt sikker på at mange besøkende heller ikke orker å lese alt som står med trykte bokstaver. Mange vil faktisk få informasjon på en bedre måte ved selv å måtte trykke litt, se levende bilder og noe som bryter litt opp. Det griper andre steder. Det hjelper å ha flere innfallsvinkler og flere muligheter, og også vi kunne tjent på noen flere trykte tekster. (Fegran, 2019)

Vi leker oss en del med gammel innpakning som får nytt, digitalt innhold. Slik kan vi for eksempel modifisere en gammel jukebox til å spille digital lyd eller vise film. Vi fanger opp en del tilbakemeldinger fra publikum. Noen mener at vi har stagnert litt, og ser man på presentasjonsformen i den faste utstillingen skjønner jeg at noen kan føle det slik. I det store og hele er det likevel gode tilbakemeldinger. (Fegran, 2019)

Tilbakemeldingene på eksempelvis tripadvisor er litt varierte. Noen synes teknologien vår er litt ulogisk, andre setter stor pris på å ha alle valgmulighetene. (Fegran, 2019)

En av de store fordelene vi har med digitale verktøy er at en mengde informasjon, og plutselig får man plass til store tankekart og tidslinjer på en digital flate, som ville fylt et helt rom i analog form. (Fegran, 2019)

Jeg har en optimisme på at våre digitale flater blir brukt. Særlig iPader virker til å fungere godt, så lenge innholdet er kort og konsist. Vi ser at skjermene blir brukt, både i hovedutstillingen og ute i friluftsmuseet. Vi setter opp en skjerm på et av venterommene, som viser noen av alle de flotte jernbaneparkene vi hadde her til lands. (Aasen, 2019)

Det som starter som en diskusjon om teknologi og ressurser glir over til en diskusjon om observasjoner av at de digitale flatene blir brukt og satt pris på. Dette henger godt sammen med Andersons teorier som jeg har omtalt i kapittel 3.5, om "ubegrenset hylleplass" og at noen, uansett, vil spore opp materialet og glede seg over at det er tilgjengelig.

6.3.6 Fremtidens museum og det digitale

Formidlerne ved de tre utvalgte museene har redegjort for en lang rekke relevante erfaringer knyttet til bruk av digital teknologi, både knyttet til muligheter og til utfordringer/begrensninger. Jeg har også bedt de komme med noen tanker om hvordan de ser for seg at digital formidling kan utvikles i deres museum i fremtiden.

Vi er nok på mange måter der vi skal være i den digitale sfæren. Hadde det vært mer midler kunne vi kanskje sett mer ambisiøse forsøk, men avansert digitalteknologi er dyr å drifte og har en fare for ganske raskt å kunne bli utdatert. Vi vil ta publikum med i et ekte hus fremfor å vise de en digital modell. Anders Sandvig snakket allerede i 1907 om "Bygden som et samlet hele – Maihaugen som den store billedboken" og det er en frase vi fortsatt bærer med oss i dagens arbeid og utvikling av Maihaugen. (Mathisen, 2019)

Jeg tror vi har kommet så langt i digital teknologi i dag at vi er i ferd med å forlate bruk av teknologien for å imponere, og heller ser på det som gode arbeidsverktøy. (Fegran, 2019)

Vi har vel ikke noe spesielt samarbeidsfora blant norske museer som tar opp i seg digital formidling, her må man basere seg på å reise ut og se, og mange kommer også til oss og ser hvordan vi driver formidling. (Mathisen, 2019)

For fremtiden håper jeg vi blir enda bedre for skoler, og da er nettløsningene viktige. Her har vi en vei å gå. Jeg vet ikke om det skulle vært en del av Rockheim.no eller eget web-prosjekt. Det vil være en helhet med forarbeid, museumsbesøk og etterarbeid. (Fegran, 2019)

Interactive Projectors er en type teknologi jeg gjerne ser vi tar i bruk i fremtiden. Her kan vi presentere eksempelvis et stort Norgeskart med touch-mulighet på alle baner og objekter vi ønsker å fortelle noe om. Vi var også på studietur til Sjøfartsmuseet i Amsterdam, og opplevde en artig interaktivitet hvor vi som gruppe sitter i en sal og får en introduksjon. Når vi går ut av rommer møter vi en animert projeksjon som viser en åpen robåt og en gruppe som ror. Nå var ansiktene våre satt inn på båtmannskapet. Selv om det ikke er dyptgående formidling, så var det såpass virkningsfullt at man husker det lenge. De hadde også laget til virtuelle fortellere, med formskjærte projiseringsflater med klær på ben og overkropp. (Aasen, 2019)

Det kan være utfordringer knyttet til at museene er vant til å jobbe i lange perspektiver.. Det er ikke nødvendigvis slik at vi klarer å snu oss raskt nok og følge den digitale utviklingen på best mulig måte. Jeg så en utstilling for to år siden på Island som for ti år siden var state of the art. Det var enkle fotovisninger, uten mulighet til eksempelvis mulighet til å forstørre bildene. Sammenlignet med teknologien vi har i lomma i form av smarttelefoner, opplevdes dette som veldig gammeldags. Vi sitter av og til veldig langt fra de som driver teknologien fremover. (Mathisen, 2019)

Formidlerne fremstår som nøkterne men konstruktive i sine tanker om hvor museene skal gå i fremtidens formidling. Man ser ikke for seg noen revolusjon i bruk av nye teknologier, og ønsket om enda bedre skjermer eller interaktive projektorer trenger på ingen måte å være urealistiske. Teknologien finnes, og det vil da bare begrenses av hvert enkelt museums prioriteringer og økonomiske situasjon. Fegrans innspill om en egen eller utvidet nettløsning for samarbeid med skoler er interessant, og digital kulturarv i denne type samarbeidsprosjekter hadde også vært interessant å sett som et konkret pilotprosjekt. Jeg merker meg også at tankene om en dag kanskje kunne ta i bruk mer spektakulær teknologi som VR, AR, 3D-modellering og bruk av hologrammer i større grad ligger hos direktørene enn hos formidlingslederne.

6.3.7 Kort oppsummering formidling

De formidlingsansatte har liten tro på at mennesker blir overflødige i fremtidens museer, og Tone Fegran ved Rockheim poengterer at selv dagens formidlingsteknologi er avhengig av dyktige museumsverter som kan hjelpe og sette i gang de besøkende. Det digitale skal være et virkemiddel i formidlingen og i fremvisning av samlingen, ikke formidling i seg selv. Jernbanemuseet peker likevel på at digital teknologi kan gjøre at særlig yngre brukere får mer grep om innholdet når det presenteres digitalt. En del av den digitale teknologien som brukes i dag på Maihaugen og Jernbanemuseet erstatter eldre, analog teknologi til eksempelvis lyd og film og er utelukkende godt mottatt som en pålitelig kilde til driftssikkerhet. Det er noe uenig om hvor vidt digitale flater faktisk passer inn i ulike museumsmiljøer, og her velger man

å praktisere dette ulikt. Alle museene opplever at det er lettere å opptre som nasjonal aktør ved hjelp av digital teknologi, det gjelder også Maihaugen, som i motsetning til de to andre ikke har et nasjonalt mandat, men som likevel føler de har blitt mer relevante i nasjonal sammenheng. DigitaltMuseum fremstår som en etablert og god løsning, men den dekker ikke alle behov. I sum oppfatter jeg at museenes formidlere er relativt fornøyd med situasjonen og utbredelsen av digital teknologi i sitt museum, at mengden og valg av løsninger er tilpasset deres ønsker og behov. Samtidig er det ofte liten tid til å skaffe seg oversikt over hvordan andre museer jobber, og hva som tas i bruk av ny teknologi, særlig knyttet til formidlingsarbeid. Mye av informasjonsflyten om teknologiske løsninger i bransjen foregår ved egne initiativ til besøk og studieturer hos andre museer. De konferanser og møtesteder som er initiert av eksempelvis KulturIT gir et bidrag til helhetlig forståelse av hvor man står i dag, men kanskje i mindre grad som døråpnere for fremtidige muligheter. Det er ingen av mine informanter som uttrykker at de regelmessig er til stede på internasjonale messer eller konferanser som har digitale verktøy i kulturarvsfeltet som tema.

7. Avsluttende drøftinger og et forsøk på oppsummering

I min problemstilling spurte jeg om på hvilken måte norske museer har tatt i bruk digital teknologi innen samlingsforvaltning og formidling, og hvilke erfaringer man sitter igjen med i dette arbeidet? Ved å intervju 10 museumsansatte med engasjement, ansvar og beslutningsmyndighet har jeg tegnet et sammensatt bilde av hva jeg tror speiler både ulikheter og likheter i norske museer i dag.

Museumsdirektørene har bidratt til å gi forståelse for at museene bevisst har valgt å være forskjellige, også innen digital kulturarv. Mens Maihaugen i stor grad har valgt å holde digital teknologi i formidlingen utenfor sine museumsanlegg, er Rockheim helt avhengige av store, tilrettelagte digitale flater for å løse den formidlingen de ønsker å drive. Alle tre museer legger ned mye arbeid i nettbaserte tjenester, med noe ulikt fokus på hvor mye tid og ressurser de har lagt inn i egen nettside, fellesløsninger som DigitaltMuseum, sosiale medier og egenutviklede databaser som Rockipedia. Museumsdirektørene er tydelige på at det i dag er fysiske besøk som er museets viktigste rapporteringsparameter, men alle tre er også bevisste på de forventninger som ligger innen digitalisering og tilgjengeliggjøring av samlingene.

I samlingsforvaltningen er digitale verktøy de viktigste arbeidsredskap man har, og PRIMUS det mest utbredte programmet. Her er det nettopp lansert en PRIMUS-app for smarttelefoner og et strekkodesystem for registrering, som i enkelte plasseringsfunksjoner oppleves som et svært stort fremskritt for de som jobber med magasinoppgaver i museene. Det stilles ingen spørsmål til prinsippet med å bruke digitale verktøy i samlingsforvaltningen, dette er på alle måter etablert og innarbeidet. Det digitale bidrar til bedre oversikt, sikrere systemer, søkbarhet og en tryggere og mer nøyaktig forvaltning. Det er relativt god tilfredshet med PRIMUS som programvare, men det etterlyses bedre funksjoner knyttet til tilgjengeliggjøring av film, lyd og arkivdokumenter. Det er usikkerhet omkring hvorvidt DigitaltMuseum vil være egnet løsning for denne, og i oppgaven diskuteres også om hvordan dette ansvaret i fremtiden skal fordeles mellom

I formidling er det digitale ikke like selvsagt, informantenes svar tyder på at digital teknologi er verktøy og muligheter som vurderes på lik linje med eldre, analoge formidlingsmåter i museenes anlegg. Dette kan gå på om det er hensiktsmessig å bruke en iPad fremfor en tekstplakat, om man ønsker lyd i et rom eller vil det skal være helt stille, om man vil skape

effekter ved projiseringer og virtuelle fortellere eller annet. De ulike museene har ulike tanker om publikums forventning av digitalteknologiens omfang. Rockheim og Maihaugen later til å stå nærmest på hver sin ytterkant av denne skalaen, og begge har argumentert godt og grundig på hvorfor de har gjort disse valgene. Norsk jernbanemuseum står et sted midt imellom, og er klare på at det ofte er økonomi og ressurser som setter grenser for hvor digitale de kan være i formidlingen. Som mange andre museer prøver de derfor å etablere løsninger som ikke koster for mye, men som likevel oppleves som om de gir mye for pengene, slik som bruk av KulturPunkt og lydkulisser. Alle museene er tydelige på at digital formidling har en del utfordringer. De mer spektakulære og avanserte løsningene er kostbare, og må både utvikles og gjerne driftes av eksterne miljøer. All type digitalteknologi vil relativt raskt oppleves som umoderne, og jo mer teknologien gjør ut av seg (som for eksempel VR/hologrammer), jo tidligere vil publikum kunne oppleve den som utdatert. Enkle medieavspillere for lyd derimot, kan kanskje holde i 10-15 år uten at publikum vil oppleve disse som foreldede. I sum oppfatter jeg at norske museer i dag har en relativt nøktern bruk av digital teknologi, der også mye av Rockheims installasjoner er basert på skjermer, trykkfølsomhet og projiseringer.

Det er en stor enighet om at museene kan og bør ta i bruk digital teknologi dersom det styrker samfunnsoppdraget og er med til å sikre og/eller tilgjengeliggjøre kulturarven. Ingen gir uttrykk for at de er skeptiske til digital distribusjon av museenes kulturarv via internett, men det er noen ulike syn på hvilke løsninger som er mest egnet. Alle tre informantinstitusjonene bruker DigitaltMuseum til objekter, to av institusjonene bruker også tjenesten til bilder. Det savnes en enhetlig løsning for lyd, film og arkiv. Det er noe usikkerhet knyttet til ansvarsfordeling med for eksempel Nasjonalbiblioteket, og hvilken rolle de vil spille i fremtiden i forhold til arkivmateriale bestående av lydopptak.

Det har vært interessante diskusjoner med informantene knyttet til Walter Benjamins teorier om reproduksjon av objekter fører til en devaluering av det originale. Her er dagens museumsledere entydige på at det originale har en egenverdi som inkluderer lukt, vurdering av størrelse, form og farge, materialoverflater som ikke lar seg reprodusere. Det understrekes av flere at begrepet om det originale, tingenes magi, står sterkt. Alle er likevel positive til digitale presentasjoner av objektene, som kan føre til at kunnskap om objektet kan nå ut til flere, men også at flere kan få lyst til å besøke museene, samlingene og se de fysiske objektene etter først å ha sett de digitalt presentert på eksempelvis DigitaltMuseum.

Alle museene er aktive i sosiale medier, og mye av denne aktiviteten dreier seg om aktiviteter, utstillinger og arrangementer. Jeg finner også gode eksempler på at materiale fra samlingene kan vise seg å fungere godt i sosiale medier. Det er en viss enighet om at samspill med publikum er positivt, men det er også de som mener at man kan være tjent med å holde publikum på en armlengdes avstand, og ikke gi publikum fri tilgang til å blande seg inn i flater hvor museene tidligere har vært klare avsendere.

De kulturpolitiske føringene som har omtalt digitalisering av kulturarven på 2000-tallet er godt kjent i institusjonene, og det er en bevissthet på at dette først og fremst dreier seg om å digitalisere og tilgjengeliggjøre. Med 1,5 millioner fotografier og 760.000 gjenstander på DigitaltMuseum er museene godt i gang, selv om mye gjenstår. Flere av informantene har gitt uttrykk for at 100% digitalisering og tilgjengeliggjøring er et umulig mål. Både på grunn av at man mangler ressurser, inntekt av nytt materiale øker stadig samlingene, og at langt fra alt materiale i samlingene er interessant for publikum. Det kan være fordi materialet er av dårlig teknisk kvalitet eller oppfattes til ikke å være allment interessant. Dette minner oss på Chris Anderson og The Long Tail. Kan det være at Andersons tese om at alt er interessant for noen, bare det blir gjort tilgjengelig også fungerer i digital tilgjengeliggjøring av kulturarv? Eller må man, som i tidligere kulturminister Hellelands tilsvarende til Riksrevisjonens undersøkelse, slå fast at betydelige deler av samlingene først og fremst er referansemateriale for forskere og museenes egne fagansatte (Riksrevisjonen 2017, s. 22).

Som et avsluttende apropos eller kanskje bare en "note-to-self": I denne oppgaven har det fremkommet en del forslag jeg anser for å være såpass gode og interessante at de ikke fortjener å renne ut i sanden. Derfor gjentas de her, med mulighet til oppfølging av de som eventuelt måtte kjenne seg kallet, eller selv lanserte ideen. Om ingen andre gjør det, kan det hende jeg selv ser på muligheten til å realisere et eller flere av følgende: *Dokumentasjonsprosjekt på forum-kulturen, interesseforumene på internett 2000-2010. Dokumentasjonsprosjekt, samhandling i sosiale medier på 2010-tallet, f.eks. Facebook. 3D-scanning av større maskiner, materiell og kanskje til og med bygninger. Digitale årbøker, med videointervjuer, lyd og film i kombinasjon med tekst/foto-artikler. Egne nettløsninger knyttet opp til skolebesøk, introduksjon før, og oppgaver etter besøk. Pilotprosjekt med digital nettutstilling, inkludert scener fra forarbeid, åpning, intervjuer etc.*

Litteraturliste

Aalen, I. (2015). Sosial medier. Bergen: Fagbokforlaget

Anderson, C. (2008). The Long Tail. New York: Hachette.

Bemjamin, W. (2008). The Work of Art in the Age of its Technological Reproducibility and Other Writings on Media. London: Belknap.

Furu, N (2011). Fra triggerord til hashtag. Kommunikasjon i digitale og sosiale medier. Kristiansand: Høyskoleforlaget

Gleinsvik, A., Wedde, E. og Nagell, B (2014). Digital Infrastruktur for museer. En evaluering av kulturrådets satsing. Oslo: Kulturrådet.

Gran, A, Vestberg N.L og Booth, P (2018). Digitaltmuseum.no rapport#3. Oslo: BI Centre for Creative Industries, <https://www.bi.no/globalassets/forskning/centre-for-creative-industries/publications/rapport-nr.-3-digitaltmuseum.no-final.pdf>

Hylland, O.M. (2014). #Mangletre – Om makt og ideologi i den digitale kulturarvens politikk. I Nordisk kulturpolitisk tidsskrift 02/2014. https://www.idunn.no/nkt/2014/02/mangletre_-_om_makt_og_ideologi_i_den_digitale_kulturarven

Keen, A. (2008). The Cult of the Amateur. London: Nicholas Brealey Publishing.

Meld.St.8 (2018-2019). Kulturens kraft – Kulturpolitikk for framtida. Oslo: Kulturdeprtementet.

Repstad, P. (2014). Mellom nærhet og distanse (4. utgave 3. opplag). Oslo: Universitetsforlaget.

Riksrevisjonen (2017). Riksrevisjonens undersøkning av digitalisering av kulturarven. Oslo: Fagbokforlaget.

St.meld.nr.22 (1999-2000). Kjelder til kunnskap og oppleving. Om arkiv, bibliotek og museum i ei IKT-tid og og bygningsmessige rammevilkår på kulturområdet. Oslo: Kulturdepartementet.

St.meld.nr.24 (2008-2009). Nasjonal strategi for digital bevaring og formidling av kulturarv. Oslo: Kultur- og Kirkedepartementet.

St.meld.nr.49 (2008-2009). Framtidas museum. Forvaltning, forskning, formidling, fornying. Oslo: Kultur- og Kirkedepartementet.

Vestheim, G. (1995). Kulturpolitikk i det moderne Noreg. Oslo: Samlaget.

Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K., Larsen, L.O. og Moe, H. (2013). Metodebok for medievitenskap (4. utgave). Bergen: Fagbokforlaget.

Nettressurser

Lenker er kontrollert opp mot sitert innhold 13. mai 2019

Andersen, H.C. -Verdiord. Hentet fra

<https://hcasouvenirs.com/hca-vaerdierne>

Digitalarkivet, video og filmarkiv, Esso-film 1985. Hentet fra

<https://media.digitalarkivet.no/play/105125/1>

DigitaltMuseum

<https://digitalmuseum.no/>

Egge, J.E (NRK) Intervju med L.E.O. Kennair, 03.12.2017. Hentet fra

<https://www.nrk.no/trondelag/derfor-samler-vi-mennesker-pa-sa-mye-rart-1.13801694>

Finn.no, stillingsutlysning Storebrand. Hentet fra

<https://www.finn.no/job/fulltime/ad.html?finnkode=144521559>

ICOM, definisjon av museum. Hentet fra

<https://icom.museum/en/faq/what-is-icoms-definition-of-a-museum/>

Jobbnorge, utlysning stilling Kulturrådet. Hentet fra

<https://www.jobbnorge.no/ledige-stillinger/stilling/169797/vil-du-vaere-med-aa-bidra-til-utvikling-av-framtidas-museer-paa-det-digitale-feltet>

KulturIT, bakgrunn og historie. Hentet fra

<https://kulturit.org/omkulturit>

Kulturrådet, informasjonsskriv i forbindelse med program innen digitalisering og digital samlingsforvaltning. Hentet fra

<https://www.kulturradet.no/documents/10157/3d38ae15-8166-495f-8761-5872e562a047>

Kulturrådet, vedtaksliste og oversikt over prosjekter, digitalisering og digital samlingsforvaltning. Hentet fra

<https://www.kulturradet.no/stotteordning/-/vis/digitalisering-og-digital-samlingsforvaltning/tildelinger>

Kulturrådet, oversikt over publikasjoner. Hentet fra

<https://www.kulturradet.no/publikasjoner>

Kulturrådet, invitasjon til dialogmøte om ny museumsmelding. Hentet fra

<https://www.kulturradet.no/kalender/hendelse/-/dialogmote-27-mai>

Kulturrådets museumsstatistikk 2017. Hentet fra

<https://www.kulturradet.no/documents/10157/4c3ab521-3498-4c80-8942-413b205bdeba>

Maihaugens nettside

<https://maihaugen.no/>

Maihaugen på Facebook

<https://www.facebook.com/maihaugen/>

MuseumsIT om personvern og GDPR. Hentet fra

<https://museumsit.no/personvern>

Nations, D. / lifewire.com Om web 3.0. Hentet fra

<https://www.lifewire.com/what-is-web-3-0-3486623>

Nettavisen, om inntekt hos bloggere. Hentet fra

<https://www.nettavisen.no/na24/dette-tjener-norges-storste-bloggere/3423555915.html>

Norsk jernbanemuseums nettside

<https://jernbanemuseet.no/>

Norsk jernbanemuseum på DigitaltMuseum

<https://digitaltmuseum.no/owners/NJB>

Norsk jernbanemuseum på Facebook

<https://www.facebook.com/norskjernbanemuseum/>

O'Reilly, T. Om web 2.0. Hentet fra

<https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=2>

Postmuseet, poststedsdatabasen

<https://postmuseet.no/Samlingene/Poststedsdatabasen>

Regjeringen: Rapport fra ekspertutvalg, Regionreformen, Desentralisering av oppgaver fra staten til fylkeskommunene. Hentet fra

<https://www.regjeringen.no/contentassets/2ac32be8629541259acade7d15d9451e/regionreform---rapport-fra-ekspertutvalget.pdf>

Regjeringen: Overlevering av utkast til ny arkivlov. Hentet fra

<https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/arkivlovutvalget-overleverer-sin-utredning/id2638085/>

Rockheims nettside

<https://rockheim.no/>

Rockheim på Facebook

<https://www.facebook.com/rockheim/>

Rockipedia

<https://www.rockipedia.no/>

Singsaas, F/Adressa.no, om virtuelle Rockheim. Hentet fra

<https://www.adressa.no/kultur/article1409349.ece>

Store Norske Leksikon, om ABM utvikling. Hentet fra

<https://snl.no/ABM-utvikling>

The White Album Project, om Beatles' populærkultur som kunst. Hentet fra

<https://www.thewhitealbumproject.com/>

7.5.2019

Meldeskjema for behandling av personopplysninger

NSD NORSK SENTER FOR FORSKNINGSDATA

NSD sin vurdering

Prosjekttittel

Digital kulturarv - bruk av digital teknologi i norske museer

Referansenummer

766752

Registrert

18.01.2019 av Morten Reiten - 181566@stud.inn.no

Behandlingsansvarlig institusjon

Høgskolen i Innlandet / Fakultet for lærerutdanning og pedagogikk / Institutt for kunsthøgskolen og kulturstudier

Prosjektansvarlig (vitenskapelig ansatt/veileder eller stipendiat)

Mona Pedersen , Mona.Pedersen@annomuseum.no, tlf: 98603472

Type prosjekt

Studentprosjekt, masterstudium

Kontaktinformasjon, student

Morten Reiten, morten.reiten@gmail.com, tlf: 98689898

Prosjektperiode

03.09.2018 - 30.06.2019

Status

22.01.2019 - Vurdert

Vurdering (1)

22.01.2019 - Vurdert

Det er vår vurdering at behandlingen av personopplysninger i prosjektet vil være i samsvar med personvernlovgivningen så fremt den gjennomføres i tråd med det som er dokumentert i meldeskjemaet med vedlegg 22.01.2019. Behandlingen kan starte.

MELD ENDRINGER

Dersom behandlingen av personopplysninger endrer seg, kan det være nødvendig å melde dette til NSD ved å oppdatere meldeskjemaet. På våre nettsider informerer vi om hvilke endringer som må meldes. Vent på svar før endringer gjennomføres.

TYPE OPPLYSNINGER OG VARIGHET

Prosjektet vil behandle alminnelige kategorier av personopplysninger frem til 30.06.2019.

LOVLIG GRUNNLAG

Prosjektet vil innhente samtykke fra de registrerte til behandlingen av personopplysninger. Vår vurdering er at prosjektet legger opp til et samtykke i samsvar med kravene i art. 4 og 7, ved at det er en frivillig, spesifikk, informert og utvetydig bekreftelse som kan dokumenteres, og som den registrerte kan trekke tilbake. Lovlig grunnlag for behandlingen vil dermed være den registrertes samtykke, jf. personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a.

PERSONVERNPRINSIPPER

NSD vurderer at den planlagte behandlingen av personopplysninger vil følge prinsippene i personvernforordningen om:

- lovlighet, rettferdighet og åpenhet (art. 5.1 a), ved at de registrerte får tilfredsstillende informasjon om og samtykker til behandlingen
- formålsbegrensning (art. 5.1 b), ved at personopplysninger samles inn for spesifikke, uttrykkelig angitte og berettigede formål, og ikke behandles til nye, uforenlige formål
- dataminimering (art. 5.1 c), ved at det kun behandles opplysninger som er adekvate, relevante og nødvendige for formålet med prosjektet
- lagringsbegrensning (art. 5.1 e), ved at personopplysningene ikke lagres lengre enn nødvendig for å oppfylle formålet

DE REGISTRERTES RETTIGHETER

Så lenge de registrerte kan identifiseres i datamaterialet vil de ha følgende rettigheter: åpenhet (art. 12), informasjon (art. 13), innsyn (art. 15), retting (art. 16), sletting (art. 17), begrensning (art. 18), underretning (art. 19), dataportabilitet (art. 20).

NSD vurderer at informasjonen om behandlingen som de registrerte vil motta oppfyller lovens krav til form og innhold, jf. art. 12.1 og art. 13.

Vi minner om at hvis en registrert tar kontakt om sine rettigheter, har behandlingsansvarlig institusjon plikt til å svare innen en måned.

FØLG DIN INSTITUSJONS RETNINGSLINJER

NSD legger til grunn at behandlingen oppfyller kravene i personvernforordningen om riktighet (art. 5.1 d), integritet og konfidensialitet (art. 5.1. f) og sikkerhet (art. 32).

For å forsikre dere om at kravene oppfylles, må dere følge interne retningslinjer og/eller rådføre dere med behandlingsansvarlig institusjon.

OPPFØLGING AV PROSJEKTET

NSD vil følge opp underveis ved planlagt avslutning for å avklare om behandlingen av personopplysningene er avsluttet.

Lykke til med prosjektet!

Tlf. Personverntjenester: 55 58 21 17 (tast 1)

Vil du delta i forskningsprosjektet

Digital Kulturarv – Norske museers bruk av digital teknologi i samlingsforvaltning og formidling

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å undersøke hvordan norske museer i dag jobber med digital teknologi knyttet til samlingsforvaltning og formidling, samt hvilke erfaringer museet har gjort på området og hvilke planer og visjoner som ligger i fremtidig bruk og utvikling av digitale teknologier. I dette skrevet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Formålet er å kartlegge følgende:

- Hvordan jobber norske museer med digitale teknologier knyttet til samlingsforvaltning og formidling*
- Hvilke erfaringer har man gjort seg ved bruk av digitale teknologier*
- Sammenheng mellom offentlig kultur/museums/digitaliseringspolitikk og praktisk museumsarbeid*
- Hvilke planer og visjoner har man for videre bruk og utvikling av digitale teknologier*

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Forskningsprosjektet er en masteroppgave ved studiet Digital kommunikasjon og kultur ved Høgskolen i innlandet, avdeling Hamar.

Ansvarlig student er Morten Reiten, telefon 98 68 98 98, e-post morten.reiten@gmail.com

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Det vil bli gjort et utvalg på ti personer som jobber ved Maihaugen, Norsk jernbanemuseum og Rockheim. Personene som blir valgt ut er:

- Direktørene*
- Ansatt med særlig ansvar, operativ erfaring og/eller beslutningsmyndighet knyttet til formidling*
- Ansatt med særlig ansvar, operativ erfaring og/eller beslutningsmyndighet knyttet til samlingsforvaltning*

Hva innebærer det for deg å delta?

- Hvis du velger å delta i prosjektet, innebærer det at du blir bedt om å gjennomføre et muntlig intervju med meg på mellom 60 og 120 minutter. Intervjuet vil bli tatt opp digitalt som lydfil. Denne slettes etter prosjektets slutt.

Alle forespurte vil bli intervjuet på samme måte.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykke tilbake uten å oppgi noen grunn.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrevet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

Personopplysninger som samles inn er navn, stillingstittel, hvor lenge du har hatt denne jobben og eventuelt hvor du har jobbet tidligere/hvilken type stilling eller arbeidsoppgaver.

Det presiserer at dette IKKE er en anonym undersøkelse. Informantene vil bli referert til med navn, stillingstittel og institusjon (arbeidssted) i masteroppgaven.

Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

Prosjektet skal etter planen avsluttes i juni 2019. Etter dette slettes lydopptakene.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- få slettet personopplysninger om deg,
- få utlevert en kopi av dine personopplysninger (dataportabilitet), og
- å sende klage til personvernombudet eller Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Høgskolen i Innlandet har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Hvor kan jeg finne ut mer?

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

- Ansvarlig student: Morten Reiten, telefon 98 68 98 98, e-post morten.reiten@gmail.com
- Ansvarlig veileder ved Høgskolen i Innlandet, Mona Pedersen. Telefon 986 03 472, e-post Mona.Pedersen@Annomuseum.no
- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS, på epost (personvernombudet@nsd.no) eller telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

Prosjektansvarlig
(Forsker/veileder)

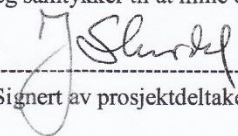
Morten Reiten

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet *Digital Kulturarv – Norske museers bruk av digital teknologi i samlingsforvaltning og formidling* og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i *mundlig intervju*
- at *opplysninger om meg publiseres slik at jeg kan gjenkjennes i masteroppgaven/forskningsprosjektet*

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet, ca. *juni 2019*


(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Intervjuguide – Direktørnivå

Avgrensning: Jeg ønsker at vi skal konsentrere oss om de deler av det digitale feltet som direkte inngår i et kretsløp som publikum kan ta del i. Rene internsystemer tillegges mindre vekt, men eksempelvis bruk av Primus hvis dette brukes til publisering på DigitaltMuseum er innenfor oppgavens kjerneområde.

DIGITALISERINGSPOLITIKK:

Hvordan oppfatter du som direktør den digitaliseringspolitikken som har vært ført i museumssektoren på 2000-tallet.

-Har den vært enhetlig

-Har den inneholdt strategier og mål som har vært realistiske?

-Har den hatt et riktig fokus slik du ser det?

-Har den inneholdt strategier og mål som har vært på linje med den retningen ditt museum ønsker å gå i?

-Er det sentrale områder i den statlig førte digitaliseringspolitikken som burde vært utelatt, endret eller områder som ikke er godt nok dekket opp?

Har staten vært en tydelig stemme og dialogpartner underveis i arbeidet med å digitalisere samlinger og tilgjengeliggjøre/formidle disse?

Hvordan ser du på sammenhengen mellom forvaltning og formidling innen digitalisering i museumssektoren?

-Ref Hylland: Først fylt et internt behov for ryddig forvaltning, siden fungert som middel til ekstern formidling.

Har du gjort deg noen tanker knyttet til makt og digitalisering?

-Har den som beslutter og sørger for digitalisering/tilgjengeliggjøring/formidling noen form for makt? I hvor stor grad er man med på å forme historien? Hvem gjør utvalget? Og hvem velger ut utvelgerne?

MUSEET OG DET DIGITALE:

Hvordan stiller museet seg til bruk av digital teknologi i samlingsforvaltning og formidling?

Hvorfor skal man ta i bruk digitale teknologier?

Hvilke digitale teknologier knyttet til samlingsforvaltning og formidling bruker museet i dag?

-Digitalt museum/egen nettside/sosiale medier/digital presse/podcaster

-Digitale stasjoner i utstilling, avspilling av digital lyd, digitale projiseringer

-VR, Virtuelle guider, 3D-teknologi

Hvordan ser museet på bruk av DigitaltMuseum?

Har museet en overordnet plan på hvordan digitalisering og bruk av digital teknologi skal brukes i samlingsforvaltning og formidling?

Inneholder en eventuell plan/strategi måltall på hvor mye som skal digitaliseres i en gitt periode?

Hva tenker du museet kan oppnå med bruk av digital teknologi innenfor samlingsforvaltning og formidling?

Hvilke områder er museet spesielt gode på innen det digitale feltet?

Hvilke områder er museet mindre gode på innen det digitale feltet?

Innen hvilke områder tenker du at ditt museum har størst potensiale for videre utvikling (*nå ut til flest, være nyskapende/sette standarder, levere jevn kvalitet*) innen digital samlingsforvaltning/digital formidling.

Byr ditt museums samling på spesielle fordeler eller spesielle utfordringer med tanke på digital samlingsforvaltning og digital formidling?

Hvilke deler av samlingen egner seg godt for digital tilgjengeliggjøring/formidling, og hvilke deler egner seg mindre bra?

Er det områder knyttet til eksempelvis personvern og opphavsrett som gir spesielle utfordringer for ditt museum?

MUSEET OG SOSIALE MEDIER:

Har museet en plan på bruk av sosiale medier?

I hvilke sosiale medier er museet aktive i?

Er fagpersonale som jobber med samlinger og formidling aktive deltagere i museets arbeid i sosiale medier? (Eller er dette overlatt til markedsavdelingen)?

Hva slags innlegg, innen hva slags tema/fagområde bruker dere i sosiale medier?

(Praktiske? Ledige stillinger, endrede åpningstider etc)

(Arrangement? Julemarked, sommeraktiviteter for barn, konserter/teater)

(Informasjon om museets «indre liv» - hva jobber de ansatte med? Nye bygninger/anlegg/vedlikehold...)

(Informasjon og smakebiter fra samlingen?)

RESSURSER:

Hva tenker du om sammenhengen mellom bruk av digitale teknologier og ressurser/bemanning?

Hvordan ser de ansatte på bruk av digitale verktøy og digitale teknologier i samlingsforvaltning og formidling?

Har man nok ressurser til å digitalisere og tilgjengeliggjøre «alt»?

I hvor stor grad utfører museet selv digitaliseringsoperasjonene, og hvor mye sendes ut til eksterne for digitalisering?

Føler museet at man besitter nødvendig kompetanse på digitalisering?

Føler museet at man er godt nok rustet til å følge den utviklingen i teknologi, programvare og standarder som eksisterer i det digitale feltet?

UTVALG:

Hvordan foretas utvalg av hva som skal digitaliseres og i hvilken rekkefølge?

Hvordan jobber dere med utvalg av hvilket materiale som skal tilgjengeliggjøres/formidles?

Hvilke parametere er viktig når vi snakker om digitalisering og utvalg?

(Mye brukt/etterspurt materiale, skjørt materiale, unikt materiale, «kjerneområdemateriale»..?)

Oppfattes utvalgsprosessene som vanskelig?

Hvor langt mener du ditt museum har kommet i nasjonal og internasjonal målestokk i bruk av digital teknologi?

Hvor langt har den samlede norske museumsstanden kommet i internasjonal målestokk?

DIGITALISERING OG PUBLIKUM:

Har dere samlet inn erfaringer knyttet til publikums bruk og opplevelse av det materiale som kan oppleves digitalt i og utenfor museet?

Hvordan opplever publikum kvalitet på det digitalt tilgjengelige materialet?

Hvordan opplever publikum omfang og utvalg av det materialet som er digitalt tilgjengelig?

Hvor og hvordan ser dere for dere at publikum har størst utbytte av å ta del i museets digitale samlinger og digital formidling?

(I museet, utstillinger, arkiv, lesesal...?)

(Hjemme med søkbar tilgang i databaser?)

(Ved aktiv ut-av-huset-formidling, gjennom podcaster, nettsider, digitale medier...?)

Er det spesielle grupper av publikum som har vært en prioritert målgruppe i arbeidet med å digitalt tilgjengeliggjøre museets materiale?

Hva tenker du om sammenhengen/forskjellen på å gjøre tilgjengelig og å formidle?

Kan digital tilgjengeliggjøring/formidling gi et nytt samspill med publikum som også museet kan dra nytte av?

-(Ref web 2.0 og publikums engasjement, tilbakemeldinger, opplysninger og vurderinger?)

Er det farer knyttet til denne «demokratiseringen»? Kan vi risikere at «folk flest» får mulighet til en stemme som ikke lenger kan kvalitetssikres, eksempelvis ved kommentarer/opplysninger på DigitaltMuseum/Facebook, som blir stående som «sannheter» frem til eventuelt andre griper stafettpinnen og gir andre opplysninger..

FREMTIDEN:

I hvor stor grad ønsker du å ha fokus på en fortsatt utvikling innen det digitale feltet i ditt museum?

Er det «farer» knyttet til et stadig sterkere fokus på digitalisering og digital tilgjengelighet? -Ref Walter Benjamins teori om devaluering av en original når den reproduseres.

Hva skjer med publikums forhold til originalen når man først møter en digital utgave?

Museenes «kjennetegn» sett opp mot arkiv og bibliotek har jo vært det fysiske objektet og muligheten til å forske på, stille ut og formidle dette. Hvordan skal museene holde på sin egenart (om dette er ønskelig) om «alt» blir digitalt..?

Har museet gode nok rutiner og planer for å sikre det digitale materialet, både det som digitaliseres og ikke minst det som er av digital opprinnelse?

Er norske museer flinke til å samarbeide og å dele erfaringer om digital samlingsforvaltning og digital formidling?

Intervjuguide – Samlingsforvaltning

Avgrensning: Jeg ønsker at vi skal konsentrere oss om de deler av det digitale feltet som direkte inngår i et kretsløp som publikum kan ta del i. Rene internsystemer tillegges mindre vekt, men eksempelvis bruk av Primus hvis dette brukes til publisering på DigitaltMuseum er innenfor oppgavens kjerneområde.

DIGITALISERINGSPOLITIKK:

Hvorfor skal vi digitalisere museumssamlinger/hvilken nytte kan vi ha av det?

Er det politisk interesse for å digitalisere museumssamlinger?

Viser samfunnet en interesse for det arbeidet som gjøres med digitalisering av samlinger?

Har du gjort deg noen tanker knyttet til makt og digitalisering?

-Har den som beslutter og sørger for digitalisering/tilgjengeliggjøring/formidling noen form for makt? I hvor stor grad er man med på å forme historien? Hvem gjør utvalget? Og hvem velger ut utvelgerne?

MUSEET OG DET DIGITALE:

Hvordan stiller du deg til bruk av digital teknologi i samlingsforvaltning?

Hvilke digitale teknologier (og programmer) knyttet til samlingsforvaltning bruker museet i dag?

Hvilke erfaringer har du/din avdeling med bruk av DigitaltMuseum?

Kan du si litt om hvordan dere jobber med digital samlingsforvaltning?

Hva tenker du museet kan oppnå med bruk av digital teknologi innenfor samlingsforvaltning og formidling?

Hvilke områder er museet spesielt gode på innen digital samlingsforvaltning?

Hvilke områder er museet mindre gode på innen digital samlingsforvaltning?

Innen hvilke områder tenker du at ditt museum har størst potensiale for videre utvikling innen digital samlingsforvaltning (*nå ut til flest, være nyskapende/sette standarder, levere jevn kvalitet*) innen digital samlingsforvaltning/digital formidling.

Byr ditt museums samling på spesielle fordeler eller spesielle utfordringer med tanke på digital samlingsforvaltning og digital formidling?

Hvilke deler av samlingen egner seg godt for digital tilgjengeliggjøring/formidling, og hvilke deler egner seg mindre bra?

Er det områder knyttet til eksempelvis personvern og opphavsrett som gir spesielle utfordringer for ditt museum? GDPR?

MUSEET OG SOSIALE MEDIER:

Er museets samlinger representert i museets aktivitet på sosiale medier?

Deltar de som jobber med samlingene i publikumsrettet arbeid på sosiale medier?

RESSURSER:

Hva tenker du om sammenhengen mellom bruk av digitale teknologier innen samlingsforvaltning og ressurser/bemanning?

Hvor mye skal digitalisere, og har museet nok ressurser til å digitalisere og tilgjengeliggjøre «alt»?

I hvor stor grad utfører museet selv digitaliseringsoperasjonene, og hvor mye sendes ut til eksterne for digitalisering?

Føler museet at man besitter nødvendig kompetanse på digitalisering?

Føler museet at man er godt nok rustet til å følge den utviklingen i teknologi, programvare og standarder som eksisterer i det digitale feltet?

Er du selv til stede på arenaer som presenterer og/eller diskuterer nye ideer og løsninger innen digital samlingsforvaltning? Eksempelvis samarbeidsmøter mellom museer eller andre fora?

UTVALG:

Hvordan foretas utvalg av hva som skal digitaliseres og i hvilken rekkefølge?

Hvordan jobber dere med utvalg av hvilket materiale som skal tilgjengeliggjøres/formidles?

Hvilke parametere er viktig når vi snakker om digitalisering og utvalg?

(Mye brukt/etterspurt materiale, skjørt materiale, unikt materiale, «kjerneområdemateriale»..?)

Oppfattes utvalgsprosessene som vanskelig?

Kunne utvalgsprosessene vært gjort på en annen/bedre måte?

Hvor langt tror du ditt museum har kommet i nasjonal og internasjonal målestokk i bruk av digital teknologi innen samlingsforvaltning?

DIGITALISERING OG PUBLIKUM:

Får dere tilbakemelding fra publikum på den jobben dere gjør innen digital samlingsforvaltning Eksempelvis ved at man har god kontroll over samlingen og de data som følger med? Har du eksempler??

Får dere tilbakemeldinger fra andre deler av bransjen eller av andre fagfolk?

Hvordan opplever publikum kvalitet på det digitalt tilgjengelige materialet?

Hvordan opplever publikum omfang og utvalg av det materialet som er digitalt tilgjengelig?

Hvor og hvordan ser dere for dere at publikum har størst utbytte av å ta del i museets digitale/digitaliserte samlinger?

(I museet, utstillinger, arkiv, lesesal...?)

(Hjemme med søkbar tilgang i databaser?)

(Ved aktiv ut-av-huset-formidling, gjennom podcaster, nettsider, digitale medier...?)

Hva tenker du om sammenhengen/forskjellen på å gjøre tilgjengelig og å formidle?

Kan digital tilgjengeliggjøring/formidling gi et nytt samspill med publikum som også museet kan dra nytte av?

-(Ref web 2.0 og publikums engasjement, tilbakemeldinger, opplysninger og vurderinger?)

Er det farer knyttet til denne «demokratiseringen»? Kan vi risikere at «folk flest» får mulighet til en stemme som ikke lenger kan kvalitetssikres, eksempelvis ved kommentarer/opplysninger på DigitaltMuseum/Facebook, som blir stående som «sannheter» frem til eventuelt andre griper stafettpinnen og gir andre opplysninger..

Kan man si at digital samlingsforvaltning og digital formidling henger sammen? På hvilken måte?

FREMTIDEN:

I hvor stor grad ønsker du å ha fokus på en fortsatt utvikling innen det digitale feltet i ditt museum?

Er det verktøy/teknologier innen digital samlingsforvaltning du ønsker å ta i bruk i fremtiden?

Er det «farer» knyttet til et stadig sterkere fokus på digitalisering og digital tilgjengelighet? *-Ref Walter Benjamins teori om devaluering av en original når den reproduseres.*

Hva skjer med publikums forhold til originalen når man først møter en digital utgave?

Museenes «kjennetegn» sett opp mot arkiv og bibliotek har jo vært det fysiske objektet og muligheten til å forske på, stille ut og formidle dette. Hvordan skal museene holde på sin egenart (om dette er ønskelig) om «alt» blir digitalt..?

Har museet gode nok rutiner og planer for å sikre det digitale materialet, både det som digitaliseres og ikke minst det som er av digital opprinnelse? Utdyp gjerne dette. Langtidslagring, sikkerhet, backup

Er norske museer flinke til å samarbeide og å dele erfaringer om digital samlingsforvaltning og digital formidling? Gjelder dette også på deling av fagfunksjoner, spesialutstyr og teknologier.

Intervjuguide – Formidling

Avgrensning: Jeg ønsker at vi skal konsentrere oss om de deler av det digitale feltet som direkte inngår i et kretsløp som publikum kan ta del i. Rene internsystemer tillegges mindre vekt, men eksempelvis bruk av Primus hvis dette brukes til publisering på DigitaltMuseum er innenfor oppgavens kjerneområde.

DIGITALISERING

Hva slags digital formidling driver dere i dag?

Hvorfor driver dere denne formidlingen?/ Hva tenker du museet kan oppnå med bruk av digital teknologi innenfor formidling?

Hvorfor har dere valgt akkurat disse plattformene og teknologiene?

Hvem har nytte og glede av digital formidling i/av norske museer?

Er det politisk interesse for å digitalisere museumsformidlingen?

Viser samfunnet en interesse for det arbeidet som gjøres med digital formidling?

Hvordan fungerer teknikken knyttet til den digitale formidlingen?

Har du gjort deg noen tanker knyttet til makt og digitalisering?

-Har den som beslutter og sørger for digitalisering/tilgjengeliggjøring/formidling noen form for makt? I hvor stor grad er man med på å forme historien? Hvem gjør utvalget? Og hvem velger ut utvelgerne?

Hvilke erfaringer har du/din avdeling med bruk av DigitaltMuseum? Hvordan kan DigitaltMuseum bli et mer «levende» museum, og ikke bare en samling/et arkiv?

Hvilke områder er museet spesielt gode på innen det digitale feltet/digital formidling

Hvilke områder er museet mindre gode på innen det digitale feltet/digital formidling?

Innen hvilke områder tenker du at ditt museum har størst potensiale for videre utvikling (*nå ut til flest, være nyskapende/sette standarder, levere jevn kvalitet*) innen digital samlingsforvaltning/digital formidling.

Byr ditt museums samling på spesielle fordeler eller spesielle utfordringer med tanke på digital samlingsforvaltning og digital formidling?

Hvilke deler av museets virksomhet/samling egner seg godt for digital tilgjengeliggjøring/formidling, og hvilke deler egner seg mindre bra?

Er det områder knyttet til eksempelvis personvern og opphavsrett som gir spesielle utfordringer for ditt museum? GDPR?

MUSEET OG SOSIALE MEDIER:

I hvilke sosiale medier er museet aktive i?

Er formidlingsavdelingen aktive i museets bruk av sosiale medier?

Hva slags formidlingsarbeid lykkes dere med i sosiale medier?

Har du eksempler på formidlingsstoff som har slått godt an i sosiale medier?

Hva slags innlegg, innen hva slags tema/fagområde bruker dere i sosiale medier?

(Praktiske? Ledige stillinger, endrede åpningstider etc)

(Arrangement? Julemarked, sommeraktiviteter for barn, konserter/teater)

(Informasjon om museets «indre liv» - hva jobber de ansatte med? Nye bygninger/anlegg/vedlikehold...)

(Informasjon og smakebiter fra samlingen?)

RESSURSER:

Hva tenker du om sammenhengen mellom bruk av digitale teknologier og ressurser/bemanning?

Hvor mye skal digitalisere, og har museet nok ressurser til å digitalisere og tilgjengeliggjøre «alt»?

I hvor stor grad utfører museet selv digitaliseringsoperasjonene, og hvor mye sendes ut til eksterne for digitalisering?

Føler du at du har nødvendig kompetanse på bruk og forståelse av de digitale verktøy som brukes og kan brukes i museumsformidling?

Tror du at du er godt nok rustet til å følge den utviklingen i teknologi, programvare og standarder som eksisterer i det digitale feltet?

DIGITALISERING OG PUBLIKUM:

Får dere tilbakemelding fra publikum på den jobben dere gjør innen digital formidling?

Får dere tilbakemeldinger fra andre deler av bransjen eller av andre fagfolk?

Hvordan opplever publikum kvalitet på det digitalt tilgjengelige materialet?

Hvordan opplever publikum omfang og utvalg av det materialet som er digitalt tilgjengelig?

Hvor og hvordan ser dere for dere at publikum har størst utbytte av å ta del i museets digitale samlinger og digital formidling?

(I museet, utstillinger, arkiv, lesesal...?)

(Hjemme med søkbar tilgang i databaser?)

(Ved aktiv ut-av-huset-formidling, gjennom podcaster, nettsider, digitale medier...?)

Hva tenker du om sammenhengen/forskjellen på å gjøre tilgjengelig og å formidle?

Kan digital tilgjengeliggjøring/formidling gi et nytt samspill med publikum som også museet kan dra nytte av?

-(Ref web 2.0 og publikums engasjement, tilbakemeldinger, opplysninger og vurderinger?)

Er det farer knyttet til denne «demokratiseringen»? Kan vi risikere at «folk flest» får mulighet til en stemme som ikke lenger kan kvalitetssikres, eksempelvis ved kommentarer/opplysninger på DigitaltMuseum/Facebook, som blir stående som «sannheter» frem til eventuelt andre griper stafettspinnen og gir andre opplysninger..

Kan man si at digital samlingsforvaltning og digital formidling henger sammen? På hvilken måte?

FREMTIDEN:

I hvor stor grad tror du på en fortsatt utvikling innen det digitale feltet i ditt museum?

Er det måter å drive digital formidling på du håper kan implementeres i ditt museums virksomhet i fremtiden?

Er du med å tar avgjørelser på hvilke typer digital formidling som skal formidles?

Er du til stede på arenaer der ny teknologi, nye løsninger og nye ideer innen digital formidling presenteres?

Er det «farer» knyttet til et stadig sterkere fokus på digitalisering og digital tilgjengelighet? *-Ref Walter Benjamins teori om devaluering av en original når den reproduseres.*

Hva skjer med publikums forhold til originalen når man først møter en digital utgave?

Museenes «kjennetegn» sett opp mot arkiv og bibliotek har jo vært det fysiske objektet og muligheten til å forske på, stille ut og formidle dette. Hvordan skal museene holde på sin egenart (om dette er ønskelig) om «alt» blir digitalt..?

Er norske museer flinke til å samarbeide og å dele erfaringer om digital samlingsforvaltning og digital formidling?

