

**Høgskolen
i Innlandet**

Fakultet for lærerutdanning og pedagogikk

Nina Halvorsen

Masteroppgave

KUNSTEN Å KURATERE
En komparativ analyse av digitale og
analoge tilnærminger til kuratering av
kunstutstillinger

THE ART OF CURATING
A comparative analysis of digital and analogue
approaches to the curation of art exhibitions

Digital kommunikasjon og kultur
2SKDKOPP

2024

Samtykker til tilgjengeliggjøring i digitalt arkiv Brage JA NEI

Sammendrag

Tema for denne oppgaven er kunstkuratering i en digital tid, og mer konkret hvilke sammenhenger det er mellom museenes kuratering av analoge samlingsutstillinger og deres digitale formidling av samme utstilling. Oppgaven tar utgangspunkt i utstillingene *Uendelig* i Munchmuseet og Munch-rommet i Nasjonalmuseet, og hvordan disse er presentert på museets nettsted. Digitale kunstmøter er en nyere presentasjonsform og «visningsarena» for museene. Oppgaven argumenterer for bruken av digitale plattformer som en forlengelse av analog kurateringspraksis – med samme «samfunnsoppdrag».

Det er analysens formål å se på komposisjonen av, og forbindelsen mellom, ulike paraverk, og hvordan disse skaper kontekst og mulig skript for oppstillingen som helhet. Begrepene, som er hentet fra kunstformidlingsteori, er koblet til sosiosemiotikk i et felles analyseverktøy. Grunnlaget for bruk er beskrevet i oppgavens teoretiske rammeverk, som også inkluderer medieteorier med fokus på affordanser som kan påvirke kurateringen på tvers av plattformer. Analysedelen består i tekstanalyser av de ulike kunstoppstillingene, som etterfølges av en komparasjon av analog og digital kurateringspraksis innad i institusjonen og mellom to museer. I tillegg gir kvalitative intervjuer med en kurator og en kommunikasjonsansatt fra hvert av museene et innblikk i avsenders perspektiv. Oppgaven rommer konkrete analysefunn og en mer teoretisk drøfting av hva dette betyr sett i lys av demokratiseringsperspektivet, samfunnsoppdraget og med tanke på deltakelsesdiversitet. Videre har oppgaven et sideblikk på publikums Instagramdokumenterte utstillingsbesøk da slike tilbakemeldinger kan påvirke museenes kuratering på tvers av plattformer. Oppgaven konkluderer med at plattformer i større grad bør betraktes som en forlengelse hverandre, idet analoge kunstmøter i flere tilfeller starter og/eller slutter digitalt. Det er også mange som kun oppsøker kunst og museer digitalt, som innebærer at kunnskapsoppdraget bør ivaretas også på digitale flater der kommunikasjonsansatte fungerer som et «utvidet kuratoriat». Det er et poeng i drøftingen av plattformene i større grad bør trekke veksler på hverandre. Oppgaven peker i retning av at det er gjennom et slik «plattformovergripende samspill», som gjør bruk av mediens multimodale muligheter, at museene har størst potensiale til å utvikle kunstkuratering som felt i en digital tid.

Abstract

The theme of this thesis is art curation in a digital age, and more specifically what connections there are between the museums' curation of analogue collection exhibitions and their digital presentation of the same exhibition. The project is based on the exhibitions *Infinite* in the Munch Museum and the Munch Room in the National Museum, and how these are presented on the museum's website. Digital art meetings are a newer form of presentation and arena for display for museums. The thesis argues for the use of digital platforms as an extension of analogue curation practice - with the same "social mission".

The purpose of the analysis is to look at the composition of different «paraverk», and how these create context and a possible script for the arrangement as a whole. The concepts, which are taken from art communication theory, are connected to social semiotics in a common framework for analysis. The basis for use is described in the theoretical framework, which also includes media theory with a focus on affordances that can influence curation across platforms. The project consists of text analyzes of the various art exhibitions and presentations, which is followed by a comparison of analogue and digital curation practices within the institution and between the two museums. In addition, qualitative interviews with a curator and a communications employee from each of the museums provide an insight into the sender's perspective. The project contains concrete analysis findings and a theoretical discussion of what this means in regards of the perspective of democratization, the societal mission and diversity of participation. Furthermore, the thesis includes a glance at the audience's Instagram-documented exhibition visits, as such feedback can affect the museum's curation across platforms. The thesis concludes that platforms should be considered to a greater extent as an extension of each other, as analogue art meetings in many cases start or end digitally. There are also more people who only seek out art and museums digitally, which means that the consideration of knowledge as part of the social mission should also be taken into account on digital platforms where communications staff function as an "extended curatorship". The conclusion argues that the platforms should draw on each other to a greater extent, and that it is through a "cross-platform interaction" that makes use of the media's multimodal possibilities, that museums have the greatest potential to develop art curation as a field in a digital age.

Forord

Det har vært givende å være voksen student med de innsikter og erfaringer som det fører med seg, og å få dykke såpass dypt ned i et tema som opptar meg. Samtidig har det vært krevende å kombinere et fulltidsstudium med jobb og familieliv. Kontrasten til studielivet i tjueåra kunne knapt vært større, med unntak av én ting. Jeg har hatt gleden av å gjenoppta kontakten med min kunnskapsrike foreleser i fordypningsemnet Kunstformidling på bachelorstudiet i Bø, som ga meg lærdom som jeg har hatt god bruk for i arbeidslivet så langt. For det, og for inspirerende samtaler, engasjement og positiv rettleiding i dette prosjektet, retter jeg en hjertelig takk til Dag Solhjell.

Jeg vil videre takke veileder Gunhild Lien for uvurderlig hjelp det siste året. Jeg har satt stor pris på din interesse for, og innsikt i, fagfeltet, og for at du har hjulpet meg til å stole på egne erfaringer og betraktninger.

Takk til Nasjonalmuseet og Munchmuseet som har vært mine studieobjekter i dette prosjektet, og til Mai Britt Guleng (Nasjonalmuseet), Ellisiv Brattfjord (Nasjonalmuseet), seniorrådgiver digitalt innhold (Munchmuseet) og kurator (Munchmuseet) for at dere ville la dere intervju som del av denne oppgaven. Deres faglige stemmer har styrket prosjektet og bidratt til forankring.

Takk til venner, familie, medstudenter og kollegaer for oppmuntring og støtte, og spesielt til May Helen for mange og gode samtaler under rogn.

Til sist vil jeg takke de som er aller viktigst for meg; Theo, Alva og samboer Vegard, for tålmodighet, forståelse og store mengder sjokolade. Jeg vet det har vært uvant med en mindre tilgjengelig mamma, og at ønskene om hva vi skal finne på er mange. Nå er det deres tur!

Romedal, 9. mai 2024

Nina Halvorsen

Innhold

| | |
|--|-----------|
| 1. Innledning | 9 |
| 1.1. Bakgrunn, relevans og motivasjon | 9 |
| 1.2. Forskningsmateriale | 14 |
| 1.3. Oppgavens problemstilling og avgrensning | 14 |
| 1.4. Sentrale begreper..... | 16 |
| 1.5. Oppgavens struktur..... | 17 |
| 2. Teoretisk ramme..... | 18 |
| 2.1. Kuratorfunksjonen..... | 18 |
| 2.1.1. Kuratorfunksjonen overført til analytiske begreper..... | 19 |
| 2.1.2. Utstillingens estetiske dimensjoner | 20 |
| 2.1.3. Hvordan «lese» en utstilling? | 21 |
| 2.1.4. Museenes samfunnsoppdrag..... | 24 |
| 2.1.5. Kuratering i en digital tidsalder | 25 |
| 2.2. Mediet som kontekst | 27 |
| 2.2.1. Den analoge utstillingen | 27 |
| 2.2.2. Digitale presentasjoner | 28 |
| 2.3. Medienes affordanser | 31 |
| 2.3.1. Opplevelsen av et «her-og-nå»: Aura versus tilgjengelighet..... | 31 |
| 2.3.2. Mediering og remediering | 33 |
| 2.3.3. Romlige forhold | 34 |
| 2.3.4. Museets kommunikasjonsformer..... | 36 |
| 2.3.5. Deltakelse og interaktivitet..... | 37 |
| 2.3.6. Estetiske praksiser i dag | 38 |
| 2.4. Oppsummering teori..... | 39 |
| 3. Metode | 40 |
| 3.1. Valg av materiale..... | 40 |
| 3.1.1. Empiri..... | 40 |
| 3.1.2. Teoretisk rammeverk..... | 42 |
| 3.2. Kvalitative metodevalg..... | 43 |
| 3.2.1. Tekstanalyse | 44 |
| 3.2.2. Komparativ analyse | 44 |
| 3.2.3. Analysens innretning | 45 |
| 3.3. Supplerende metode | 46 |
| 3.3.1. Det kvalitative intervjuet | 46 |
| 3.4. Forskningskvalitet | 47 |

| | |
|---|------------|
| 3.4.1. Reliabilitet og validitet | 48 |
| 3.4.2. Generalisering og overførbarhet..... | 49 |
| 3.4.3. Etske hensyn..... | 50 |
| 3.5. Oppsummering metode | 51 |
| 4. Analyse | 53 |
| 4.1. Nasjonalmuseet | 53 |
| 4.1.1. Munch-rommet..... | 54 |
| 4.1.2. Nasjonalmuseets nettsted..... | 60 |
| 4.1.3. Komparasjon av analog og digital kuratering..... | 66 |
| 4.2. Munchmuseet | 69 |
| 4.2.1. Utstillingen <i>Uendelig</i> | 69 |
| 4.2.2. Munchmuseets nettsted | 75 |
| 4.2.3. Komparasjon av analog og digital kuratering..... | 80 |
| 4.3. Komparativ analyse av to museers kurateringspraksis..... | 82 |
| 4.3.1. Den ideasjonelle metafunksjonen..... | 82 |
| 4.3.2. Den tekstuelle metafunksjonen..... | 85 |
| 4.3.3. Den mellommenneskelige metafunksjonen..... | 87 |
| 4.4. Oppsummering analyse | 88 |
| 5. Drøfting | 90 |
| 5.1. Kuratorfunksjonen..... | 90 |
| 5.2. Mediet som kontekst | 96 |
| 5.3. Medienes affordanser | 100 |
| 5.3.1. Opplevelsen av et «her-og-nå»..... | 100 |
| 5.3.2. Mediering og remediering | 102 |
| 5.3.3. Romlige forhold | 104 |
| 5.3.4. Museets kommunikasjonsformer..... | 107 |
| 5.3.5. Deltakelse og interaktivitet..... | 109 |
| 5.3.6. Estetiske praksiser i dag | 110 |
| 5.4. Oppsummering av drøftingen..... | 113 |
| 6. Avslutning, oppsummering og konklusjon..... | 114 |
| Litteraturliste..... | 119 |
| Vedlegg | 127 |
| Vedlegg 1: Tillatelse Sikt | 127 |
| Vedlegg 2: Intervjuguide..... | 128 |
| Vedlegg 3: Samtykkeskjema | 130 |
| Vedlegg 4: Underlag til komparativ analyse | 133 |

Liste over figurer

| | |
|--|----|
| Figur 2-1: Kobling mellom Hallidays metafunksjoner og Solhjells begrepsapparat (egen illustrasjon) | 23 |
| Figur 4-1: Nasjonalmuseet: Veggtekst med tidslinje i Munch-rommet (eget foto) | 54 |
| Figur 4-2: Nasjonalmuseet: Skiltet «fast-track» til Munch-rommet (eget foto) | 54 |
| Figur 4-3: Nasjonalmuseet: Munch-rommet sett fra inngangen og mot fondveggen/Livsfrisen (eget foto) | 55 |
| Figur 4-4: Nasjonalmuseet.no, startsidene: Fra filmsnutt øverst på siden (skjerm bilde) | 60 |
| Figur 4-5: Nasjonalmuseet.no, samlingspresentasjonen: Fra filmsnutt øverst på siden (skjerm bilde) | 61 |
| Figur 4-6: Nasjonalmuseet.no, samlingspresentasjonen: Verksbilder og etasjeplaner (skjerm bilde) | 62 |
| Figur 4-7: Nasjonalmuseet.no, nivå 3: Edvard Munch og «Skrik» i Nasjonalmuseet (skjerm bilde) | 63 |
| Figur 4-8: Nasjonalmuseet.no, nivå 3: Lydfortelling Livsfrisen (synstolkning) (skjerm bilde) | 65 |
| Figur 4-9: Munchmuseet: Synslinjer, veivalg og tematiske seksjoner i <i>Uendelig</i> (eget foto) | 70 |
| Figur 4-10: Munchmuseet: Planskisse som viser arkitektur og tematisk inndeling (eget foto) | 72 |
| Figur 4-11: Munchmuseet: Overbyggende veggtekst er plassert i et gangareal mellom salene (eget foto) | 73 |
| Figur 4-12: Munchmuseet.no, startsidene: Fra filmsnutt øverst på siden (skjerm bilde) | 75 |
| Figur 4-13: Munchmuseet.no, presentasjon av <i>Uendelig: Sommernatt. Stemmen</i> (skjerm bilde) | 77 |
| Figur 4-14: Munchmuseet.no, nivå 3: Flere <i>Edvard Munch Stories</i> er tilgjengelig (skjerm bilde) | 78 |
| Figur 4-15: Munchmuseet.no, nivå 3: Bilder fra «episoden» <i>Portraits Part 1</i> (skjerm bilde) | 79 |

Skjerm bilder fra museenes nettsteder er innhentet med tillatelse 13. februar 2024.

Alle fotografier er tatt med egen mobiltelefon under besøk i utstillingene 23. august 2023, 4. januar og 12. januar 2024.

I. Innledning

Det var en sommerdag i tidlig ungdomsskolealder at ei venninne pekte fra bilvinduet og mot en gård langs vegen og sa: «Der ble Edvard Munch født!». Jeg husker den umiddelbare overraskelsen og fascinasjonen over at noen *så* kjent kunne komme fra et sted *så* nært mitt eget hjemsted. Vi var på tur hjem fra bading på Rokosjøen, og nå befant vi oss ca. ti minutter hjemmefra. Tretti år senere lar jeg meg fortsatt fascinere over kunstneren som har berørt mye av mitt arbeidsliv på museums- og kulturfeltet. Det skulle bare mangle om han ikke skulle få prege denne masteroppgaven også, som handler om kuratering på tvers av «plattformer».

I dagens mediesamfunn ser vi stadig utdrag fra analoge utstillinger på digitale flater, som gjør det relevant å spørre om kuratorrollen er forbeholdt utstillingsrommet eller om vi også kan snakke om kunstkuratering på digitale plattformer. Begrepet *plattform* viser til «medier der informasjon eller innhold blir tilgjengeliggjort eller utvekslet» (Ogundipe, 2021, s. 132), og favner både analoge og digitale «visningsrom». En *kurator* beskrives som «den eller de personer eller instanser som bærer hovedansvar for at kunstverk fremstår for publikum på en kunstutstilling» (Solhjell, 2015, s. 80-81). Det er kuratorens oppgave å velge ut, sammenstille og etablere konseptuelle relasjoner mellom verkene, med det formål å gå i dialog med kunsten så vel som med publikum (Lopes, 2020, s. 124). Hvordan forholder museene seg til kuratering på digitale plattformer, og hvordan samspiller digitale presentasjoner med den tilsvarende analoge utstillingen? Dette er betimelige spørsmål i en tid der det satses stadig mer på digital kunstformidling – også hos kulturinstitusjoner som i første rekke opptar seg med fysiske, ofte historiske, og analoge kunstverk.

I.1. Bakgrunn, relevans og motivasjon

Museene er aktører som, gjennom tradisjon og egen virksomhet, forhandler, konstruerer og formidler historie og identitet på vegne av en større befolkning (Lien & Nielssen, 2016, s. 15). En sentral «representant» er kuratoren, som har inntatt en stadig mer synlig rolle i utstillings-situasjonen. Utstillinger former kultur og mening gjennom utvalg og arrangement av gjenstander, tekster og eventuelle andre visuelle og auditive virkemidler (Lien & Nielssen, 2016, s. 20). Ved å etablere en forståelsesramme eller kontekst for utstillingen inntar

kuratoren en «forfatterposisjon» som virker inn på betrakterens opplevelse av verkene (Myrvold & Mørland, 2019, s. 10-11). Slik er det også digitalt. Begrepet «utstilling» og verbet «å stille ut» har både en grammatisk og innholdsmessig kobling (Solhjell & Øien, 2012, s. 130-131), som tydeliggjør viktigheten av å betrakte utstillingen som handling og presentasjonsform. Denne oppgaven opptar seg med *hvordan* og *hvorfor* analoge utstillinger og digitale presentasjoner av kunst konstruerer mening. Det er et premiss at all utvelgelse, sammenstilling og fremvisning av kunst, også digitalt, er en bevisst kuratorisk handling.

1800-tallet var et viktig århundre for opprettelse av museer. Museene var sentrale for datidens stats- og nasjonsbygging, og for forskning, utdanning og folkeopplysning (Lien & Nielssen, 2016, s. 16). De siste tiårene har museenes opphøyde posisjon i samfunnet blitt utfordret, og museene forventes «å redefinere rolla si i møte med dei sosiale, politiske og kulturelle endringane som finn stad både på nasjonalt og transnasjonalt nivå» (Lien & Nielssen, 2016, s. 15). Opplysningstankegangen er godt forankret i den museale selvforståelsen, som med tiden har blitt mer selvrefleksiv (Lien & Nielssen, 2016, s. 18). Museologien, som er forskning på museer og museumsdrift, har de siste tre tiårene endret fokus fra praksisnære studier til mer overordnede perspektiver på museets samfunnsrolle og formidlingsinnhold (Bangstad, 2017, s. 62; Lien & Nielssen, 2016, s. 18). Det har videre skjedd et skifte fra «det modernistiske museum», som skulle være representativt og samlende, og til det «postmoderne museum» som skal løfte flerstemmighet og mer komplekse fortolkninger (Valtysson, 2024, s. 247). «Den nye museologien» retter fokus mot institusjonshistorien (hvordan museene gjennom sitt virke former historien), samlingshistorien (hvilke gjenstander som samles, tas vare på og presenteres) og museumsutstillingen (Lien & Nielssen, 2016, s. 18-20). Sistnevnte som følge av utviklingen som beskrives over, og som har ført til at kuratering i dag betraktes som bevisst meningskonstruksjon fremfor en tilsynelatende mer nøytral kunnskapsformidling (Lien & Nielssen, 2016, s. 20). Diskusjonene rundt hvordan museene gjør bruk av sin innflytelse til å fremme diversitet og mangfold, har bidratt til et økende publikums- og fellesskapsfokus fra museenes side. Videre har det ledet til en egen «digital museologi» (Valtysson, 2024, s. 248), som handler om hvordan museene gjør bruk av digital medieteknologi som del av sin praksis.

Kuratorfunksjonen står under press. Medieforsker Eivind Røssak (2018) skriver i artikkelen «Kuratorgjennombruddet i Norge: samtid, medier og diskurs» om tre tendenser som vil kunne utfordre kuratorrollen i tida framover (s. 172). New Public Management-modellen, med prinsipper for lønnsomhet og effektiv styring, forventes å føre til endret vektning av, og

ressursbruk knyttet til, ulike fagmiljøer innad i institusjonen. Dette fordi museene etterspør andre typer kompetanse, ofte etter modell fra privat næringsliv. Statlige budsjettkutt tvinger museene over på sponsormarkedet og mer kommersiell drift, som står i kontrast til museenes tradisjonelt mer statiske virksomhet. Den siste tendensen knytter seg til utviklingen av ny digital teknologi, som for eksempel muliggjør algoritmebasert kuratering. Bruken av slike verktøy vil over tid kunne medføre en nedprioritering av menneskelige kvaliteter som kritisk sans og kvalitetsvurdering (Røssak, 2018, s. 172-173). Følgene av disse tendensene er definert utenfor denne oppgaven, men er likevel del av et helhetsbilde som setter kuratorfunksjonen i ny kontekst. Den teknologiske utviklingen har videre gjort det relevant å spørre hvordan digital distribusjon av kunst og kultur potensielt vil kunne svekke museumsinstitusjonen (Gran, 2021, s. 56-60). Er digitale kunstmøter et supplement til, eller et substitutt for, fysiske museumsbesøk? Hvilken rolle skal museene ha i framtida, og hvordan skal publikum involveres? Den digitale formidlingsrevolusjonen kan synes å ha snudd opp ned på etablerte konvensjoner ved at museenes definisjonsmakt og kuratering påvirkes av digitale plattformers mer «populistiske» kurateringsstrategier og publikums «nye» preferanser.

«Digitaliseringstendensen» finner gjenklang i kulturpolitiske styringsdokumenter. I kulturmeldingen *Kulturens kraft*, fra 2018-2019, heter det at vi skal «utnytte mogleighetene som ligg i teknologien» (s. 50), samtidig som det vektlegges at «digitalt formidla kunst og kultur ikkje mistar viktige kvalitetar i prosessen, men heller får tilført nye kvalitetar.» (Meld. St. 8 (2018-2019), s. 50). Museumsmeldingen *Musea i samfunnet* peker på at «Formidling er ikkje lenger avgrensa til dei fysiske utstillingane ved musea, og det digitale er ikkje lenger berre eit supplement til desse. Digitale plattformer er no i mange tilfelle utgangspunkt for sjølvstendige formidlingsgrep» (Meld. St. 23 (2020-2021), s. 65). Digital tilgjengeliggjøring av kunst og kultur begrunnes ut fra demokratiske og demografiske hensyn. Plattformene skal gi museene større rekkevidde ved at de settes i kontakt med et allerede eksisterende og sammensatt onlinepublikum (Valtysson, 2024, s. 239). Deltakelsesdiversitet er kvantifiserbart, men kan også innebære, slik Anne Ogundipe (2021) skriver, «å tilføre nye `knagger´ i knaggrekken som står til disposisjon i det estetiske møtet, og til å endre forutsetningene og mulighetene for deltakelse.» (s. 127). Dette er en kvalitativ målsetting som handler om å bygge et kunstpublikum gjennom innsikt og mening. Oppgaven vil argumentere for museenes og kuratorfunksjonens evne til å tilføre «kunnskapsknagger», som det antas at også ligger til grunn for sitater fra nevnte Meldinger til Stortinget, og som kan gjøre det mer interessant å oppsøke kunst på digitale plattformer så vel som i den analoge utstillingen.

Det er de senere årene gjennomført flere studier av digitaliseringens virkning på kunstfeltet. Forskningsprogrammet «Kunst og sosiale fellesskap» har ikke eksplisitt dette siktemålet, men handler om hvordan kunst, deriblant «Museernes platformisering» (Valtysson, 2024), virker inn på og etablerer sosiale fellesskap (Kulturdirektoratet, u.å.-a). Programmet «Digital kultur, estetiske praksiser» skal gi kunnskap om hvordan digitaliseringen har endret eller utfordret begrepsbruk og etablert praksis på kulturfeltet (Kulturdirektoratet, u.å.-b). Programmet, som ble avsluttet i 2022, ser videre på digital delingskultur og nye former for digital formidling og distribusjon igangsatt under koronapandemien (Kulturdirektoratet, 2020). Prosjektet «Digitization and Diversity – Potentials and Challenges for Diversity in the Culture and Media Sector», som er et samarbeid mellom Nasjonalbiblioteket, Universitetet i København, NTNU og Handelshøyskolen BI, spør hvordan digitalisering påvirker mangfoldet i sektoren (Handelshøyskolen BI, u.å.). I den forbindelse har Anne-Britt Gran (2021) identifisert fem mangfoldsdimensjoner som gir et bilde på kompleksiteten i feltet: teknokulturelt mangfold, estetisk-ekspressivt mangfold, distribusjonsmangfold, mangfold i bruksmåter og demografisk mangfold (s. 47). «Kunst som deling, delingens kunst» ser på endringer på samtidskunstfeltet etter 2010, og går spesielt inn på samarbeid og utveksling av kunnskap som en forutsetning for presentasjon og formidling av nyere kunstformer (Kulturdirektoratet, u.å.-c). Det er i sammenheng med disse programmene utgitt publikasjoner som gir et samlet bilde på hvor kunstfeltet står i dag i forhold til blant annet digitalisering. Det jeg imidlertid savner, og som dette prosjektet søker å tilføre feltet, er et mer helhetlig blick på bruken av digitale plattformer som en forlengelse av analog praksis – med samme «samfunnsoppdrag». Jeg vil undersøke om kuratering, slik vi kjenner funksjonen fra den analoge utstillingen, kan fungere som en felles referanse for det arbeidet som gjøres på tvers av plattformer. Dette bør være av interesse for museumssektoren som kanskje opplever en interessekonflikt mellom det tradisjonelle kunnskapsoppdraget og nye krav og forventninger i samfunnet. Oppgaven antas å ha overføringsverdi til andre som formidler, er opptatt av eller arbeider med kunst, og til kunnskapsinstitusjoner med lignende funksjon. Det er også interessant fra et personlig ståsted.

Kunst og kunnskapsformidling har opptatt meg lenge, og kanskje spesielt siden studietiden i Bø. Fra 2002-2005 studerte jeg Kulturarbeid ved Høgskolen i Telemark, senere Universitetet i Sørøst-Norge, hvor jeg fordypet meg i kunstformidling. Som del av fordypningsemnet, som ble ledet av kunstsosiolog Dag Solhjell, ble det opprettet et studentgalleri som muliggjorde en unik kobling mellom teori og praksis. Da jeg ble ansatt som museums- og markeds konsulent ved Lillehammer Kunstmuseum i 2007, var deler av stillingen viet assistanse til de ulike

prosjektledernes arbeid med spesialutstillinger. Jeg jobbet tett med daværende direktør Svein Olav Hoff, som involverte meg i kuratoroppgaver som utvelgelse, innlån, sammenstilling og montering av kunstverk, samt produksjon av verksetiketter og veggtekster. I perioden hadde vi utstillinger med verker fra prominente kunstnere som Edvard Munch og kunstnergruppen die Brücke, Norske og Svenske Matisse-elever, Anders Zorn, Christian Skredsvig, Gunnar Torvund og Ståle Blæsterdalen for å nevne noen. Videre hadde jeg ansvar for å markedsføre utstillinger og aktiviteter, også på nett, men i perioden før museet tok i bruk sosiale medier. Dette har bidratt til å gjøre meg nysgjerrig på samspill mellom plattformer.

I 2010 gikk ferden videre til kommunal kulturadministrasjon på Edvard Munchs fødested Løten. Her stiftet jeg bekjentskap med unge Munch gjennom ulike tiltak og satsninger. I perioden 2015-2019 utredet, igangsatte og ledet jeg kunst-sommerleiren Camp Munch, som annethvert år siden 2016 har gitt ungdom fra hele Norge muligheten til å fordype seg i kunst i Munchs barndomsomgivelser. Som Munch-sted var Løten del av et nasjonalt nettverk bestående av kommuner og institusjoner med nær kobling til Munch, deriblant Munchmuseet og Nasjonalmuseet. Nettverket jobbet sammen om blant annet den nasjonale markeringen av jubileumsåret Munch150 i 2013. Det er spesielt årene i Løten som inspirerte meg til å velge disse to museenes analoge og digitale presentasjoner av Munchs arbeider som studieobjekt.

Denne oppgaven har vokst ut fra en bekymring for museenes rolle i en ny mediehverdag, etter at jeg har fulgt museumsfeltet i snart 15 år. Tidvis kan det fremstå som at analog virksomhet og kunstfaglig kompetanse står i et slags motsetningsforhold til digitaliseringens mer engasjerende og inkluderende egenskaper, noe som vil være synd for oss som verdsetter integriteten, tyngden og kunnskapen som museene står for. Gjennom masterstudiet Digital kommunikasjon og kultur ved Høgskolen i Innlandet/Hamar, så har synet på «digitaliserings-trusselen» blitt mer nyansert. Dette handler blant annet om større forståelse for de ulike plattformenes kvaliteter og virkemåter. Det antas at flere vil kunne stille seg kritisk til min innfallsvinkel som kan anses å løfte den analoge utstillingen som en «kurateringsmal» for digitalt innhold. Det er ikke intensjonen. Oppgaven søker imidlertid en forståelse av hvordan kurateringspraksis kan komme til uttrykk på digitale plattformer med andre muligheter og begrensninger. I denne sammenheng har det vært interessant å dra vekslere på nyere internasjonal forskning om bruk av Instagram i museet, deriblant Suess og Barton (2022), som muliggjør en ny type dynamikk mellom institusjon, plattform og publikum.

I.2. Forskningsmateriale

Munchmuseet, som fra 2020 har blitt markedsført som MUNCH, og Nasjonalmuseet for kunst (heretter kalt Nasjonalmuseet) rommer to av de største og mest betydningsfulle samlingene av Edvard Munchs kunstverk. Dette er institusjoner med stor tyngde og lang tradisjon, som i henholdsvis 2021 og 2022 åpnet dørene til nye, moderne museumsbygg. Flytteprosess og nedstengning i forkant førte til ny kuratering og aktualisering av museenes samlinger, og til satsning på digital formidling (Munchmuseet, 2023, s. 41-44, Nasjonalmuseet, 2023, s. 42 og 46).

Oppgaven tar utgangspunkt i kurateringen av to analoge samlingsutstillinger som viser sentrale arbeider av kunstneren Edvard Munch: Utstillingen *Uendelig* i Munchmuseet, og Munch-rommet i Nasjonalmuseet. Sistnevnte utstilling er, fysisk og digitalt, del av en større samlingspresentasjon. Museenes kurateringspraksis undersøkes på to plattformer: Den fysiske utstillingen og museets nettsted. Jeg har videre et sideblikk på hvordan museene kan gjøre bruk av publikums Instagramdokumenterte utstillingsbesøk i kurateringssammenheng.

I.3. Oppgavens problemstilling og avgrensning

Tema for oppgaven er kunstkuratering, og hvordan kunst presenteres digitalt og analogt med den hensikt å formidle et budskap eller meningsinnhold. Jeg ser videre på mulig samspill mellom plattformer. Problemstillingen jeg søker å besvare er:

Hvilke sammenhenger er det mellom kunstmuseers kuratering av analoge samlingsutstillinger og deres digitale formidling av samme utstilling?

Problemstillingen belyses gjennom en sammenlignende studie av hvordan Nasjonalmuseet og Munchmuseet kuraterer sine analoge og digitale presentasjoner av basisutstillinger med kunst av Edvard Munch. Museenes bruk av digitale plattformer er begrenset til museets nettsted.

Begrepet *kuratering* viser til en praksis der *noen*; en eller flere personer, sammenstiller og kontekstualiserer kunstverk (jf. kapittel 1 og 1.1.), oppgaver som til dels utfordres av ny teknologi. Kuratering i dag ansporer til flere tematiske retninger som jeg kunne valgt å

forfølge, som for eksempel bruken av kunstig intelligens i utvalg og/eller sammenstilling av kunst, og plattformenes egen kuratering slik den kommer til uttrykk gjennom *algoritmer*; «digitale oppskrifter» for hvordan ulike oppgaver skal løses av en datamaskin (Aalen & Iversen, 2021, s. 26). Oppgaven kunne videre tatt for seg kunstmuseers formidling av digital kunst, men er altså begrenset til analog kunst formidlet eller distribuert på digitale plattformer. Jeg har valgt å se bort fra de plattformfellesskaper som oppstår rundt det fysiske museet og museets tilstedeværelse på digitale flater, der publikum kan respondere og interagere synkront eller asynkront på bakgrunn av museets kommunikative handlinger. Begrensningen inkluderer museets omvisninger. Jeg har likevel beholdt et sideblikk på hvordan museer kan gjøre bruk av publikums visuelle og tekstlig dokumenterte besøk i utstillingen på Instagram, inspirert av artikkelen til Suess og Barton (2022, jf. kapittel 1.1.), fordi det potensielt kan virke tilbake på måten museene kuraterer sine utstillinger på tvers av plattformer. Utgangspunktet for oppgaven er kuratorfunksjonen slik den kommer til uttrykk i den analoge utstillingen, som er å betrakte som en tematisk avgrensning. Dette er også grunnen til at jeg starter i den analoge utstillingen når jeg skal gjøre rede for og analysere hvordan museene gjør bruk av eget nettsted til å dele kunnskap om kunst og utstillinger.

Problemstillingen avgrenses ytterligere gjennom fire forskningsspørsmål, som også har lagt føringer for valget av teoretisk rammeverk og forskningsdesign i oppgaven:

1. Hvordan overføres eller endres kurateringen av den analoge utstillingen når hele eller deler av samme utstilling presenteres digitalt?
2. Hvordan relaterer digitale presentasjoner av, eller fra, utstillingen seg til den fysiske samlingspresentasjonen?
3. Er det likheter, ulikheter eller samspill som preger kurateringen på tvers av plattformer?
4. Har institusjonene en strategi for plattformbruk, og er det utvalg, sammensetning og kontekstualisering (altså kuratering) som preger denne?

Jeg har fundert på hvordan museets ulike avdelinger samhandler i en digital tid, og har, til dels basert på egne erfaringer, antatt at museene *ikke* tenker (analog) kuratering når de skaper innhold til digitale plattformer som forventes å ha flere og andre bruksområder og brukere. Jeg har derfor også antatt at digitale plattformer driftes av ansatte/fagavdelinger som ikke er involvert i kurateringen av den analoge utstillingen, og at det således kan være et begrenset

samspill mellom plattformer. Samtidig er det et premiss for denne oppgaven at all utvelgelse, sammenstilling og presentasjon av kunst er kuratering (jf. kapittel 1.1.), som gjør det relevant å betrakte også digitalt innhold som en konseptuelt konstruert helhet. For hvordan skal vi som publikum oppfatte museenes virksomhet dersom det kommuniseres med «flere stemmer»?

1.4. Sentrale begreper

Det ligger flere sentrale begreper til grunn for oppgaven som opptar seg med kuratering, utstillinger og estetisk praksis på tvers av analoge og digitale plattformer. Jeg refererer i flere sammenhenger til «analoge utstillinger» og «digitale presentasjoner», som er et forsøk på å fange opp eventuelle ulikheter i omfang når (innhold fra) utstillinger vises digitalt. Dette er en nyansering som jeg mener ivaretas med begrepet *oppstilling*, som er plattformuavhengig og som rommer både de visuelle og konseptuelle aspektene ved kurateringen (Røssak, 2018, s. 146). Videre benyttes *estetikk*-begrepet i flere sammenhenger; estetiske opplevelser, estetiske (kunst)møter, estetisk praksis og det estetiske blikket. Estetikk stammer fra det greske ordet *aisthesis* som betyr sans eller fornemmelse (Bale, 2009, s. 10), og som ofte bygger på en umiddelbar affekt eller emosjonell reaksjon. Slik jeg forstår estetikkbegrepet så er det i første rekke knyttet til formale aspekter ved motivet, og ikke nødvendigvis til det (kunstteoretiske) meningsinnholdet som ligger latent i det kuraterede kunstmøtet og som jeg argumenterer for viktigheten av. Estetikk kan også kobles til kunstens *agens*, som beskrives som «evnen til å påvirke, fremkalle, anspore og igangsette.» (Ogundipe, 2021, s. 131). Agens peker mot et årsak-virkningsforhold, der kunst kan bidra til å forme eller transformere vår forståelse av et fenomen gjennom innsikt og mening som er nært forbundet både med både form og innhold.

I kunst-sammenheng er man opptatt av kjernerelasjonen kunstner, kunstverk og publikum, og av kontekst (Bale, 2009, s. 19; Solhjell, 1995, s. 15). «Det er dette direkte, samtalende møte utstillingene legger til rette for, kunsthistorien og kunstbøker tilbyr bakgrunn for, og kunstformidlingen vil gjøre mer opplevelsesrik og innsiktsbærende.» (Solhjell, 1995, s. 15). Relasjonen kan ses i sammenheng med Harold Lasswells klassiske formular: «Hvem sier hva til hvem i hvilken kanal og med hvilken effekt?» (Briggs et. al., 2020, s. 6). Med utgangspunkt i dagens mediesituasjon tar Briggs, Burke og Ytreberg til orde for en utvidelse av formelen som inkluderer avsenders intensjon eller formål (hva), stilmessig eller retorisk utforming (hvordan), tidspunktet da kommunikasjonen fant sted (når), og stedet eller stedene

det ble mottatt (hvor) (2020, s. 6). Det er videre grunnlag for å spørre om gruppestørrelse (til hvor mange) idet vi gjerne snakker om plattformer med større nettverk av brukere (Briggs et al., 2020, s. 6).

Begrepene *medium* og *mediering*, og verbet *å mediere*, stammer fra det latinske ordet *mediare*, som på norsk betyr «plassert i midten» (Mathias & Mørland, 2019, s. 94). Et kunstverks materielle forutsetninger fungerer som et medium som muliggjør kommunikasjon mellom kunstner og publikum. Når flere kunstverk sammenstilles og kontekstualiseres, så er dette en form for mediering som legger til rette for ytterlige eller utvidet kommunikasjon. Knut Ove Eliassen (2022) mener at det kan være mer relevant å snakke om estetisk arbeid som «medier» fremfor «kunstarter», som følge av teknologiens implikasjoner på kunstfeltet (s. 42). Han viser til at mediebegrepet har en dualitet som både fanger verkets materialitet; dets skapelse og teknikk, og kanalen som det kommuniseres gjennom (Eliassen, 2022, s. 42-43). Mediebegrepet utvider på denne måten forståelsen av at kunstmøter ikke nødvendigvis foregår direkte og i verkets opprinnelige form, men kan romme et mangfold av formater på ulike plattformer. Videre legger sosiale medier-plattformer en rekke betingelser i form av funksjoner som plattformen stiller til rådighet; kulturelt, politisk og økonomisk, og som gjør det aktuelt å snakke om en ytterligere *plattformisering* av kulturen (Valtysson, 2024, s. 239). Mediering, digitalisering og plattformisering legger føringer for den estetiske opplevelsen. Opplevelsen forstås i denne sammenheng som tilsiktet, intensjonal og subjektiv.

1.5. Oppgavens struktur

Jeg vil i det følgende presentere et teoretisk rammeverk som gir grunnlag for drøfting av to museers kurateringspraksis på tvers av analoge og digitale plattformer – innad i institusjonen, og mellom to institusjoner. Deler av teorigrunnet virker inn på metode og forskningsdesign som er tema for kapittel 3, og som gir strukturelle føringer for selve analysene i kapittel 4. Drøftingsdelen i kapittel 5 bygger derfor videre på både teori og analysefunn. I kapittel 6 gis en oppsummerende avslutning og konklusjon på oppgaven.

2. Teoretisk ramme

Både analoge og digitale kunstoppstillinger er *multimodale* uttrykksformer hvor kuratoren kommuniserer ved hjelp av to eller flere tegnsystemer, eksempelvis bilde og tekst, og innenfor en sosial kontekst. Det teoretiske rammeverket for oppgaven består av kunstformidlingsteori som beskriver kuratorfunksjonen og hvordan vi kan fortolke utstillinger, og medieteorier som forklarer de ulike mediene og deres *affordanser*. Affordanser er handlingsmuligheter som tilligger plattformen, og som skaper muligheter og begrensninger for interaksjon, opplevelse, og bruk (Skjæveland & Engebretsen, 2023, s. 2; Suess & Barton, 2022, s. 647).

2.1. Kuratorfunksjonen

Begrepet *kurator* kommer fra det latinske ordet *curare* som betyr «oppasser», og har vært i bruk på kunstfeltet siden renessansen (Røssak, 2018, s. 145). For at vi som publikum skal forstå en oppstilling av flere objekter som en kunstutstilling, kreves det at noen velger ut kunstnere og kunstverk, skaper helhet og sammenheng, utformer, tilrettelegger, presenterer og begrunner kunst (Solhjell, 2015, s. 82-87). Det er på sett og vis de kuratoriske oppgavene som *gjør* at kunst stilles ut.

Kuratorfunksjonen utøves på ulike måter. I Norge så har vi det «anonyme, demokratiske og tause juryssystemet for en rekke kunstnerstyrte utstillingssteder og årlige utstillinger» (Solhjell & Øien, 2012, s. 130), men også, og kanskje i økende grad, «et mer personlig begrunnende og profesjonalisert kuratoriat» (Solhjell & Øien, 2012, s. 130). Dette er praksiser som lever side om side, men hvor den «ikke-demokratiske» funksjonen får stadig større oppmerksomhet som følge av egne kuratorutdanninger og dertil økt profesjonalisering. Dette har ført til at ideen om at «kunsten taler for seg» er i endring, og at kuratoren betraktes som en avsender; nærmest likestilt med kunstner i tilfeller der funksjonene er adskilt, når kunst skal formidles til et publikum. I det følgende ser jeg nærmere på hvordan kuratering kan beskrives eller forklares, utstillingens estetiske dimensjoner, hvordan vi kan «lese» utstillinger som tekst, museenes samfunnsoppdrag og digitaliseringens innvirkning på kuratorrollen. Dette som et bakteppe for hvordan kuratering kan identifiseres og forstås på tvers av plattformer.

2.1.1. Kuratorfunksjonen overført til analytiske begreper

Denne oppgaven tar utgangspunkt i kurateringen av den analoge utstillingen som, ifølge Solhjell, handler om å avdekke mening gjennom bruk og fortolkning av utstillingens *paraverk* og de *kontekster* som paraverkene peker mot (2015, s. 91). Paraverk, kontekst og det beslektede begrepet *skript* er analytiske begreper i den forstand at de kan romme en større mengde kuratoriske valg eller «grep» i utstillingen (Solhjell, 2015, s. 44). I det følgende gis en forklaring på innholdet i disse og relaterte begreper.

Paraverk er «pekere» i utstillingsrommet; tegn, symboler, tekster, materialer, farger etc., som skal framheve eller fortelle noe om kunstverkene (Solhjell, 2015, s. 49). Det kanskje viktigste paraverket er verksetiketten, som vanligvis plasseres i tilknytning til kunstverket. Etiketten opplyser om kunstverkets tittel, kunstner og årstall for tilblivelse, og kan i enkelte tilfeller gi supplerende informasjon om anskaffelse, eierforhold, biografi eller samtid. Flere paraverk knytter seg til *scenografien*; den tekniske utformingen av utstillingen, som omfatter arkitektur, monteringslementer, materialer, farger, belysning, trafikale bevegelsesmønstre og sammenstilling av kunstverk (Solhjell, 2015, s. 65; Solhjell 1995, s. 193 og 198-201). Som eksempel kan valget om tett eller luftig sammenstilling av verk fortelle noe om kontekstuelle forbindelser eller brudd. Arkitektur og monteringslementer kan prege bevegelsesmønstret.

Kontekst er en overordnet forståelsesramme som gir sammenstilte kunstverk et meningsfylt rom å virke i, og som kan forsterke eller utdype publikums forståelse av verk og utstilling. Konteksten er i mange tilfeller en tematisk overbygging, eller, og spesielt for større samlinger, kronologien i kunsthistorien eller i et kunstnerskap. Kontekster i dag kan også være av det mer eksperimentelle slaget, som når Stavanger Kunstmuseum lar samtidskunstneren Andreas Siqueland gå i dialog med Halvdan Hafstens samling (Elton, 2024). Konteksten er sjelden direkte synlig i utstillingen, men må leses ut av de ulike paraverkene (Solhjell, 2015, s. 51). En veggtekst eller utstillingskatalog vil i mange tilfeller gi en klar beskrivelse av utstillingens kontekst.

Ofte, og i tråd med den kontekstuelle konstruksjonen, vil en kurator planlegge for en tenkt «løype» gjennom, eller et *skript* i, utstillingen. Et skript er en typisk måte å bruke *noe* på, her utstillingen, men det finnes ingen garantier for at *kurators skript* også blir *publikums skript* (Solhjell, 2015, s. 94). Publikum velger i stor grad sin egen vei gjennom utstillingen; de fordeler sin tid og oppmerksomhet til kunstverk og paraverk basert på egeninteresse, som

innebærer at meningsinnholdet kan bli et annet (Solhjell, 2015, s. 92-93). Dette samspillet mellom kurator og publikum kan betraktes som en toveis kommunikasjonsprosess som i sum utgjør *utstillingens skript* (Solhjell, 2015, s. 96).

Den innholdsmessige visningen kalles utstillingens *regi*, som er summen av scenografiske elementer og paraverk brukt i utstillingen (Solhjell, 2015, s. 65). Det er en nær sammenheng mellom valgt regi og utstillingens formål, som kan være av opplysende, pedagogisk, karismatisk, kommersiell eller stemningsskapende karakter - alt ettersom *hvor* utstillingen befinner seg, *hva* man ønsker å formidle, og *hvordan* man presenterer verkene (Solhjell, 2015, s. 65-66). Tradisjonelt har museene ofte gjort bruk av en opplysende eller pedagogisk regi i sine utstillinger som følge av institusjonens samfunnsoppdrag. Utstillingens regi er ikke i seg selv et paraverk, men en utvidet forståelse av kuratorrollen.

Begrepene, som opprinnelig stammer fra litteraturteori og semiotikk, benyttes kontinuerlig gjennom oppgaven, og utgjør et fundament og et språk som gjør det mulig å snakke om kuratering på tvers av plattformer.

2.1.2. Utstillingens estetiske dimensjoner

Hvordan publikum responderer på kunst er viktig som uttrykk for engasjement, tanker og følelser. Det antas at en «veloverveid kuratering» vil kunne forsterke publikums respons på, og utbytte fra, utstillingen. Dette kan som eksempel komme til uttrykk gjennom bildedeling på Instagram.

Csikszentimihalyi og Robinson (1990) har skissert fire estetiske dimensjoner som de mener at må eksistere mellom besøkende og objekter i kunstgallerier (Suess & Barton, 2022, s. 642): *Den perseptuelle dimensjonen* er det estetiske aspektet ved komposisjonen eller utstillingen. Dimensjonen viser til alt vi ser; de utstilte kunstobjektene, og til utstillingens form, farge, tegn og tekster. *Den emosjonelle dimensjonen* relateres til publikums opplevelse av utstillingen, og hvorvidt denne står til forventningene og dertil vekker positive eller negative følelser. *Den intellektuelle eller kognitive dimensjonen* viser til kontekstualisering og kunnskap som er forsøkt formidlet, og til egenrefleksjon. *Den kommunikative dimensjonen* retter seg mot publikums egen fortolkning og «kognitive utbytte», og hvorvidt utstillingen har en intensjon utover ren estetikk (Suess & Barton, 2022, s. 642; Wanzer et. al, 2018, s. 5-6). De estetiske

dimensjonene står videre i nær relasjon til Csikszentmihalyi's mer kjente begrep *flow*, som er opplevelsen av «å være i sonen» eller «å gi seg tapt i øyeblikket» (Wanzer et. al., 2018, s. 4). Publikum kan erfare denne femte *flyt*-dimensjonen dersom de fire øvrige dimensjonene er godt svart opp gjennom en «sømløs kuratering» som imøtekommer og tilfredsstiller behov og forventninger.

Slik jeg forstår innholdet i den perseptuelle, intellektuelle og kommunikative dimensjonen, så er disse nært koblet til begrepene verk og paraverk, kontekst og skript, og til visningsstedets kuratering som en estetisk og konseptuelt konstruert helhet. Den emosjonelle dimensjonen knytter seg kanskje spesielt til den perseptuelle dimensjonen, men kan også betraktes som en forlengelse av, og en reaksjon på, måten de øvrige dimensjonene virker sammen. Jeg har inkludert Csikszentmihalyi og Robinsons (1990) estetiske dimensjoner for å utvide forståelsen av Solhjells analytiske begreper, og, grunnet nær kobling, tydeliggjøre relevansen bak disse begrepene. Jeg gjør derfor i liten grad eksplisitt bruk av de estetiske dimensjonene videre i oppgaven.

2.1.3. Hvordan «lese» en utstilling?

I Nasjonalmuseets rapport «Komparativ analyse av basisutstillinger i norske kunst- og kunstindustrimuseer» (2015), som var et samarbeid mellom Nasjonalmuseet for kunst, KODE – Kunstmuseene i Bergen og Sørlandets Kunstmuseum, har Solhjell og Sauge utført et litteraturstudium som søker å finne etablerte metoder for analyse av utstillinger. Studiet konkluderer imidlertid med at en slik metode ikke finnes, og at fortolkningsmodeller derfor «må lånes» fra andre forskningsfelt og -tradisjoner.

Studiene av kunstutstillinger springer ut fra de humanistiske og kulturanalytiske fagtradisjonene, inkludert fortolkende samfunnsvitenskapelige disipliner. Det danner en felles overordnet forståelse av kunstmuseet som forteller og fortolker. Dette avspeiles i at den vanligste metodiske tilnærmingen til kunstmuseers utstillinger, er en tilnærming som ser utstillingen som et språk eller en tekst som publikum skal «lese» eller tolke. Det teoretiske grunnlaget for analysen hentes da fra den teksten eller språket man ser utstillingen som. (Nasjonalmuseet, 2015, s. 88).

Michael Hallidays tre metafunksjoner er et sentralt verktøy i sosialsemiotisk teori som har overføringsverdi til kunstopstillinger som estetisk praksis. Halliday var opptatt av å likestille verbalspråket med andre meningsskapende uttrykksformer, og initierte derfor en utvidelse av

semiotikk-begrepet; fra studier av tegn til studier av tegnsystemer (Halliday & Hasan, 1985, s. 3-4). *Sosialsemiotikken* handler i så måte om forholdet mellom språk, tegn, kultur og sosial struktur (Halliday & Hasan, 1985, s. 4). Halliday mente at kunnskap overføres i sosiale sammenhenger der tegn tillegges mening i relasjon til andre tegn (Halliday & Hasan, 1985, s. 5), og at konteksten som tegnet inngår i kan aktivisere bestemte meningskonstruksjoner. Dette er også utgangspunktet for de tre kommunikative hovedfunksjonene som opptrer parallelt, men som skiller på sammenhengen som tegnet inngår i (den ideasjonelle *forståelsesramme*-funksjonen), relevante sosiale systemer (den mellommenneskelige *gjørefunksjonen*), og konkrete tegn og tekster (den tekstuelle *bruksfunksjonen*) (1985, s. 44-45). Halliday etablerte videre et skille mellom tekstens umiddelbare miljø (situasjonskontekst) og den bredere sammenhengen som teksten inngår i (kulturkontekst) (1985, s. 45-46). Det var Hallidays påstand at tekst skaper kontekst på samme måte som kontekst skaper tekst (1985, s. 47). Dette er interessant sett i lys av Solhjells skript-begrep (jf. kapittel 2.1.1.), som innebærer at kurator tilrettelegger for en kontekst som «reforhandles» gjennom publikums veivalg i utstillingen.

Begrepet *semiotiske ressurser* viser til tekstens kommuniserende egenskaper, og til sammenstillingen av ulike *modaliteter* eller *moduser* som skrift, tale, stillbilder, levende bilder og musikk (Rustad, 2012, s. 19). I multimodale konstruksjoner krysses «semiotiske grenser» som aldri før. Dette innebærer at modaliteter som tidligere har blitt betraktet og vurdert for seg, for eksempel oljemaleriet, kan inngå i sammenhenger som utfordrer både brukssammenhengen og «språket» som har blitt brukt for å forankre, beskrive og fortolke den aktuelle kunstarten. Det er Gunther Kress og Theo van Leeuwens fortolkning av Hallidays tre metafunksjoner som gjør at rammeverket kan overføres til kunstkuratering. På samme måte som verbalspråkets grammatikk og syntaks kombinerer tegn til ord, og ord til setninger, avsnitt og lengre tekster, så kan også kunstoppstillinger betraktes som et visuelt arrangement av verk og paraverk. Tegnsystemet er, uavhengig av hvilke modaliteter som er i bruk, sosialt produsert og regelmessig innenfor sin kulturkontekst (Kress & van Leeuwen, 2021, s. 43). Bruken av metafunksjonene innebærer at fokus rettes mot oppstillingen som en komposisjon av tegn, og mot relasjonene mellom de ulike tegnene som nettopp *er* kuratering. I det følgende redegjør jeg for Kress og van Leeuwens bruk av de tre metafunksjonene, samtidig som jeg forklarer hvordan disse kan overføres til kunstkuratering.

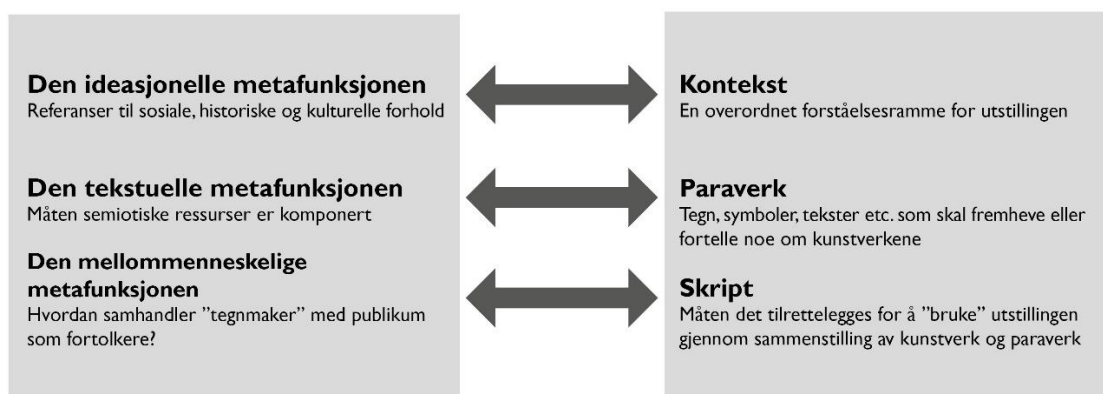
Den ideasjonelle metafunksjonen peker på meningsinnholdet i teksten, og hvilke versjoner av «verden rundt og inne i oss» som det vises til (Kress & van Leeuwen, 2021, s. 16). De ulike

tegnene kan refererer til objekter, relasjoner, historiske og kulturelle forhold, tett på eller i et mer overordnet perspektiv, som må leses og fortolkes. I kurateringssammenheng kan den ideasjonelle metafunksjonen fungere som inngang til å analysere temaet eller ideene som presenteres i kunstoppstillingen. Dette innebærer å undersøke kontekstuell konstruksjon, eventuelle symbolske representasjoner, og det overordnede budskapet som formidles gjennom sammenstillingen av kunstverk og paraverk.

Den tekstuelle metafunksjonen, også kalt *den komposisjonelle metafunksjonen*, ser på hvilke semiotiske ressurser som er tilgjengelig for bruk, og på sammenstillingen og komposisjonen av ulike tegn. Komposisjonen har en intern funksjon som er relasjonen mellom de ulike tegnene, men også en ekstern funksjon som handler om situasjonen som tegnene ble produsert for å virke i (Kress & van Leeuwen, 2021, s. 17-18). Sett i lys av kuratorfunksjonen handler den tekstuelle metafunksjonen om å se på hvert enkelt innholdselement, og på hvordan disse er plassert, arrangert og sekvensert med formålet å skape en helhetlig estetisk og/eller narrativ opplevelse for betrakteren.

Den mellommenneskelige metafunksjonen retter blikket mot de sosiale aspektene ved kommunikasjonssituasjonen, og mot forholdet mellom kuratoren som «tegnmaker» og publikum som «fortolkere» (Kress & van Leeuwen, 2021, s. 17). Metafunksjonen kan benyttes til å analysere hvordan kuratoren direkte eller indirekte samhandler med involverte parter; hvilke tegn eller grep som virker inn på eller som styrer publikum i ønsket retning, hvordan det tilrettelegges for kommunikasjon mellom partene, henvendelsesform i tekst eller tale, og hvilke relasjoner som etableres eller oppstår.

Jeg kobler Hallidays tre metafunksjoner opp mot Solhjells begrepsapparat på denne måten, og som et felles rammeverk for analyse (figur 2-1, egen illustrasjon):



Grunnen til at disse metafunksjonene fungerer som et verktøy for å lese og analysere kunstoppstillinger på tvers av plattformer, handler om måten tegn må forstås i relasjon til andre tegn. Potensialet for «utvidet» kommunikasjon ligger nettopp i sammenstillingen og komposisjonen av verk og paraverk, som virker sammen i formidlingen av en overordnet kontekst eller forståelsesramme. Metafunksjonene gir anledning til å betrakte helheten (oppstillingen) via deler (verk og paraverk), og motsatt, ved å tilby ulike perspektiver for meningsskaping. Det er kuratorens oppgave å se til at besøkende gis tilstrekkelig med informasjon til å kunne «lese» og avkode oppstillingen, uavhengig av plattform. De ulike tegnene har et selvstendig meningspotensial, men er også organisert med mål om å utdype hverandre.

2.1.4. Museenes samfunnsoppdrag

International Council of Museums (ICOM) har i sine statutter en internasjonal definisjon av museer og deres samfunnsoppdrag. I august 2022 ble det vedtatt en modifisering av denne definisjonen som tar opp i seg hensynet til mangfold og bærekraft (jf. kapittel 1.1.):

Et museum er en ikke-kommersiell, permanent institusjon i samfunnets tjeneste, som forsker på, samler, konserverer, fortolker og formidler materiell og immateriell kulturarv. Museene er åpne for publikum, tilgjengelige og inkluderende, og fremmer mangfold og bærekraft. De opererer og kommuniserer etisk og profesjonelt, legger til rette for bred deltakelse i samfunnet og tilbyr varierte opplevelser for utdanning, underholdning, refleksjon og kunnskapsdeling. (ICOM, u.å.; offisiell oversettelse: Norsk Museumsforbund, 2023).

Museene er kunnskapsinstitusjoner, og ved at de «samler, konserverer, fortolker og formidler materiell og immateriell kulturarv» (Norsk Museumsforbund, 2023) så ligger det en makt til å definere historien (jf. kapittel 1.1). Det er derfor viktig at museene, deriblant kuratoren, er seg bevisst sitt ansvar til å bringe flere stemmer og perspektiver fram i lyset. Museene er videre del av den demokratiske infrastrukturen som skal ivareta frie ytringer og samtidig bygge fellesskap (Meld. St. 23 (2020-2021), s. 7). «Der dei tidlege museumsinstitusjonane fyrst og fremst var tilgjengelege for ei lita og privilegert gruppe i samfunnet, forventar ein i dag at musea arbeider målretta for å nå breitt ut til stadig fleire.» (Meld. St. 23 (2020-2021), s. 14). Setningen rommer en lang tradisjon med særegne mekanismer på kunstfeltet, som Solhjells sosiologiske studier av det eksklusive, inklusive og kommersielle kretsløpet kan utdype. For museumsinstitusjonene så handler det om hvordan de, gjennom streng utstillingspolitikk og

høye krav til kunstnerisk kvalitet, har posisjonert seg i den eksklusive delen av kunstfeltet, som kjennetegnes av høy symbolsk kapital (Solhjell, 1995, s. 27-28). Dette har ført til at museenes perspektiver betraktes som toneangivende for feltet som helhet, men også at museenes kommunikasjon i første rekke retter seg mot et publikum som verdsetter kvalitet og kunnskap (Solhjell & Øien, 2012, s. 107-108). Det digitale publikummet er imidlertid mer sammensatt. Myrvold og Mørland (2019) omdefinerer museenes oppdrag slik:

Formidlingsfaget har langt tradisjon for å lage broer mellom avgrensede kunstverk og avgrensede betraktere. I dag kan oppdraget redefineres til å produsere opplevelser som skaper broer mellom kunstopplevelser av høy kvalitet, og publikums nye forventninger til kunstinstitusjonene, formet av kulturpolitikken, ny teknologi og opplevelsessamfunnet. (Myrvold & Mørland, 2019, s. 14).

I artikkelen «Museenes samfunnsrolle – et kritisk perspektiv: Om komplekse institusjoner og institusjonell lasteevne» (Hylland, 2017) kan vi lese at museenes mange roller i kombinasjon med New Public Management-inspirert politikk (jf. kapittel 1.1.) har bidratt til at museer i dag er blant samfunnets mest komplekse institusjoner (s. 77 og 89). «Det har tilsynelatende blitt slik at det er vanskeligere å argumentere godt for institusjoner hvor det ikke er åpenbart at de har en samfunnsrolle; at de spiller en rolle for samfunnet i stort» (Hylland, 2017, s. 89). Det er denne problematikken som antas å ligge bak Myrvold og Mørlands (2019) omskrivning over, og som også har bidratt til stadig økende kommersialisering av det «ikke-kommersielle» museet (ref. ICOM, u.å.). Publikumperspektivet og mangfoldsdimensjonen er blant faktorene som har betydning for hvordan kuratering utøvers på tvers av plattformer.

2.1.5. Kuratering i en digital tidsalder

Kuratordiskursen rommer en rekke problemstillinger knyttet til forholdet mellom kunstner og kurator, kuratorens definisjonsmakt, redaktørrollen (utvalg) og forfatterrollen (kontekst) (Brotkorp, 2014), og tidvis også problemstillinger knyttet til at kuratoren avstår fra å tilby en relevant og kontekstuell forankring. Digitaliseringstendensen har videre ført til en egen diskurs knyttet til museets satsningsområder, måleindikatorer, kompetansebehov og intern organisering.

Digital distribusjon av utstillingsinnhold er en effektiv måte å kommunisere kunst, kunstnere og institusjoner for et større, og mulig globalt, publikum.

Med internett som infrastruktur for alt – både for arbeidslivet og fritiden – mister kultursektoren sin privilegerte plass i offentligheten, som ikke lenger er opplyst og borgerlig (i epokal forstand) på internett, men snarere en slags personalisert masseoffentlighet, delvis eid av globale selskaper. Den høyverdige kulturen befinner seg plutselig på akkurat samme nivå, i samme rom, på samme sted som alt den har forsøkt å differensiere seg fra: kommersialisme, instrumentalisme, moralisme. Samtidig er det de nye teknokulturelle vilkårene som utfordrer sektorveggene, som også muliggjør økt online mangfold til forbrukerne. (Gran, 2021, s. 50).

I dagens mediesamfunn er det publikum som har makten; til å definere kunstnerisk kvalitet, til å distribuere estetiske opplevelser og til å kuratere eget innhold – gjerne som del av et større og mer selvrefleksivt prosjekt. Både museer og publikum har til dels forflyttet seg fra definerte institusjonelle rammer til digitale og sosiale medier-plattformer med sin egen logikk og agens. Fra museets ståsted så innebærer dette at «publikumsopplevelsen blir en størrelse som designes, markedsføres og står i fokus» (Myrvold & Mørland, 2019, s. 14). Rui Oliveira Lopes (2020) beskriver en internt oppstykket og mer publikumsrettet kuratorfunksjon som følge av at sentrale oppgaver splittes opp og ivaretas av ulike fagavdelinger (s. 132), deriblant kommunikasjonen rundt museets analoge utstillingsvirksomhet. Myrvold og Mørland (2019), som skriver om kunstformidling i en digital tid, beskriver en situasjon der «kunstformidlingen står i spagaten mellom markedsavdelingens mål om høye publikumstall, ulike brukergruppers forventninger til institusjonen og fagfeltets kvalitetskriterier» (s. 17). Dette kan igjen relateres til forholdet mellom kvalitative og kvantitative målsettinger omtalt i kapittel 1.1, og til en mulig faglig avstand mellom den analoge kuratorfunksjonen og kommunikasjonsansatte.

Digital teknologi kan være både en trussel og en mulighet for en museumssektor i endring. Det kan synes som at museene stadig søker å tilpasse seg en ny situasjon med vekslende hell, der en av svakhetene kan være manglende forståelse for hverandres faglige ståsteder. Vi ser konturene av et utvidet kuratoriat; en kurator som bruker digital teknologi som verktøy for å kommunisere og interagere med publikum (Lopes, 2020, s. 137) – noe som øker behovet for kontinuitet og samspill. «Mange af den nye museologis erklærede mål som for eksempel magtfordeling, demokratisering, relevans, flerstemmighet og deltagelse kan potensielt realiseres via plattformsfællesskaber» (Valtysson, 2024, s. 250-251). Begrepet *plattformfællesskaber* henviser til kommunikative rom hvor museumsprofesjonelle og publikum deler interesse for, og normer knyttet til, kunst og kunstpraksis (Valtysson, 2024, s. 251). Dette

krever i sin tur kunnskap om museets ulike plattformer og deres «bruksområder», og om måter som museet kan samhandle med, eller hente lærdom fra, publikum.

2.2. Mediet som kontekst

Museer i dag presenterer kunstinhold på flere plattformer, som innebærer at den analoge utstillingen er én blant flere «steder» hvor vi kan oppleve kunst. «Å møte (analogfødte) verk på digitale plattformer gjør så visst noe med den estetiske opplevelsen», skriver Ogundipe (2021, s. 129). Dette kan forklares med at digital mediering endrer verkenes bruksområde, infrastruktur, form og innhold på måter som preger vår erfaring av kunst (jf. kapittel 2.1.5.). I artikkelen «Digitalisering, kulturforbruk og mangfold – implikasjoner for kultursektoren og kulturpolitikken» presenterer Gran (2021) tallmateriale fra Norsk Publikumsutviklings (NPU) befolkningsundersøkelser om kulturforbruk fra 2016 og 2018 (s. 45). I 2018 oppgav 24 % nordmenn at de hadde sett museumsobjekter, deriblant kunst, på internett siste halvår (Gran, 2021, s. 51). Museers og galleriers hjemmesider var den mest brukte plattformen med 45 % (Gran, 2021, s. 55). Det er grunnlag for å forvente et økende prosenttall etter koronapandemien som for alvor ledet museene over på digitale flater. Dette gjør det relevant å snakke om hvordan ulike plattformer kan påvirke opplevelsen og forståelsen av kunst.

2.2.1. Den analoge utstillingen

En kunstutstilling kan beskrives som «... et medium for en samlet fremvisning av flere kunstverk, som benyttes ved at publikum forflytter seg blant dem for å finne det beste sted for betraktning av det enkelte verk» (Solhjell, 1995, s. 188). Ett kunstverk taler for seg, to eller flere kunstverk snakker sammen. Kunstutstillingen er kuratorens verktøy for å mediere et kunstmøte, og for aktivt å legge til rette for en «samtale» mellom kunst og publikum.

Utstillingen fremhever noe som kunst. Presentasjonsformen styrer publikums oppmerksomhet mot et utvalg kunstverk, og krever å bli betraktet med et estetisk blick. Utstillingen skaper personlige og kollektive standpunkter til kunst, ofte basert på «det komparative blikket» som søker likhet og ulikhet, kontinuitet, brudd og utvikling (Solhjell & Øien, 2012, s. 131-132). Det komparative blikket er en betingelse for hvordan vi betrakter og begrunner kunst og kunstnerisk kvalitet, for museet som institusjon, kunstfeltets mekanismer, og kunsthistorien som narrativ konstruksjon. Utstillingen muliggjør et direkte og fysisk møte med sansbare og

materielle kunstobjekter, der publikum er både deltaker og medvirkende i kommunikasjonen som finner sted (Solhjell, 1995, s. 188). Kunstverket som objekt, men også situasjonen det er en del av, skaper autentisitet, som henger nært sammen med Walter Benjamins (1991) forståelse av kunstens *aura*; opplevelsen av å se et originalt kunstverk på det eksakte stedet hvor dette befinner seg (s. 37-39). Jeg kommer nærmere inn på aura-begrepet i kapittel 2.3. som omhandler medienes ulike affordanser.

Den fysiske museumsopplevelsen starter idet museumsbygget åpenbarer seg og du trer inn i lokalet. Museets arkitektur, skrankeområdet, informasjonsskjermene og menneskene du møter er en del av rammeverket for utstillingen, og av totalopplevelsen. Solhjell markerer et skille mellom museet som *symbolsk kontekst* og utstillingen som *visuell kontekst* som begge virker inn på det faktiske kunstmøtet, og som kan relateres til Hallidays beskrivelser av situasjonskontekst og kulturkontekst (jf. kapittel 2.1.3). Hvor starter, eller slutter, konteksten? Er det i det fysiske museet, eller strekker den seg videre over på digitale flater? Kan digitale kunstoppstillinger forstås som et perifert paraverk, eller «periverk», til utstillingen? Og hvis ja: Hvordan samspiller museets kommunikasjon på analoge og digitale plattformer?

2.2.2. Digitale presentasjoner

Kunstverk og utstillinger blir gjengitt på en rekke digitale plattformer. Med bakgrunn Grans presentasjon av «digital besøksstatistikk» (jf. kapittel 2.2.), har jeg valgt å se nærmere på museets nettsted - men også på Instagramrelatert teori som har potensiale til å påvirke kuratorfunksjonen på tvers av plattformer. Videre henvises det til medieteori som kan belyse måten vi oppfatter og «leser» kunstmøter digitalt.

Både Nasjonalmuseet og Munchmuseet har omfattende nettsteder med bredt og sammensatt innhold, og satser, ifølge Gran (2021), eksplisitt på eget nettsted som kanal for formidling av kunst og utstillinger (s. 54). Nettstedet samler et stort antall undersider under ett felles domenenavn, og legger grunnlaget for et brukergrensesnittdesign der det visuelle aspektet (*User Interface, UI*) og funksjonalitet/interaksjon (*User Experience, UX*) virker sammen for å maksimere brukervennligheten for besøkende. Da flere museer, deriblant Nasjonalmuseet og Munchmuseet, lanserte museumsappen Kunstporten i 2013 (Liven, 2016), så var målet å «forsterke opplevelsen mens du er på museet» og å «tilby innhold som beriker museumsopplevelsen» (Ogundipe, 2021, s. 125). I 2020 ble appen avviklet med begrunnelsen at flere av museene anså eget nettsted som en mer hensiktsmessig plattform for formidling til

publikum (Ogundipe, 2021, s. 125). Dagens nettsider har bred funksjonalitet og mulighet for å publisere sammensatt, multimodalt innhold. «Den digitale gjesten tildeles ... vekslende roller og handlingsmuligheter ettersom hen beveger seg gjennom ulike lag i den digitale museumsarkitekturen», skriver Skjæveland og Engebretsen (2023, s. 2), som gjennom en sosiosemiotisk analyse av Nasjonalmuseet og Munchmuseets nettsteder identifiserte tre nivåer av digitalt innhold: startsidene, mellomnivået og presentasjon av utvalgte verk (s. 5-6). En mer generell observasjon er at detaljnivået øker etter hvert som vi søker innover i innholdsstrukturen, og at det er på dette tredje nivået at vi finner innhold av mer utdypende karakter med potensiale til å tilby kunnskapsknagger i møte med digital og analog kunst. Smarttelefoner med konstant internettforbindelse og mobiltilpassede nettsider var en forutsetning for den prioriteringen som museene gjorde i 2020, som også har bidratt til å gjøre det mer akseptabelt å benytte digital teknologi i museumsrommet. Nettstedet er en digital plattform hvor museene ivaretar sin kuratoriske kontroll, samtidig som de skal kunne nå ut til et bredere og sammensatt digitalt publikum «som er kjennetegnet av ulike intensjoner og brukermønstre» (Skjæveland & Engebretsen, 2023, s. 3). Bruk av institusjonens nettsted krever at museet har synlighet på internett, og at publikum finner innhold som oppleves relevant og engasjerende – før, under og etter, eller i stedet for, et museumsbesøk.

Bildedelingstjenesten Instagram, lansert i 2013, muliggjør fotografering, redigering og publisering av visuelt innhold på en og samme plattform (Ogundipe, 2021, s. 141). Publikums bruk av Instagram i museumsrommet kan gi et unikt innblikk i hvordan de benytter og formidler analoge og digitale «rom» under og etter et museumsbesøk. I artikkelen «Instagram and the museum experience: theorising the connection through aesthetics, space and sharing» (Suess & Barton, 2022) pekes det på tre hovedårsaker til at publikum bruker Instagram på utstillinger: 1) Å utvikle eller utvide den estetiske opplevelsen for seg selv og andre. Dette er publikum som ønsker å tilegne seg eller bygge kunnskap, og som ofte gjør bruk av museets nettsted før, under eller etter et museumsbesøk for å oppnå dette (Suess & Barton, 2022, s. 649). 2) Ønsket om å dele erfaringen med andre, og å bearbeide og ivareta minner som en sosial handling eller av personlige grunner. Funnet kan relateres til forståelsen av et «forestilt publikum» og deres interesser, men også ønsket om å kommunisere tilhørighet til kunst, kunstner eller museum (Suess & Barton, 2022, s. 649-650). 3) Behovet for å mediere egen bevegelse gjennom det fysiske utstillingsrommet. Instagrambruken hjelper publikum med å forflytte seg gjennom rommet og å formidle romlige forhold, i sin søken etter objekter og opplevelser som passer plattformen (Suess & Barton, 2022, s. 650-651). Det er interessant i

hvilken grad museene tilrettelegger for publikums ulike behov gjennom måten de innretter den analoge utstillingen, og hva som kommuniseres visuelt og verbalt på museets nettsted. Det å fotografere og remediere bilder fra museumsrommet er, ifølge Ogundipe (2021), handlinger som gjør oss mer bevisste på, og fordypet i, kunsten (s. 141). Kameralinsen fokuserer gjerne på det visuelle; utsnitt, motiver, farger, form og stemning, mens man tekstuert eller gjennom emneknagger kan uttrykke genuin kunstinteresse eller «egenkuratert identitet». Dette gir både kunst og publikum nye og mer uformelle måter å virke på. Ønsket om synlighet og tilstedeværelse på digitale flater har bidratt til at de fleste museer har bedriftskontoer på sosiale medier-plattformer som Instagram.

Medieteoretiker Friedrich A. Kittler konstaterte at «media determine our situation» (1999, gjengitt i Rettberg, 2019, s. 11-12). I utsagnet ligger det at mediene ikke bare preger måten mennesker kommuniserer på, men også innholdet i kommunikasjonen. Marshall McLuhan hevdet på sin side at «media is the message» (Mitchell & Hansen, 2010). Han var opptatt av hvordan mediens egenskaper langt på vei former menneskelig aktivitet og erfaring, og at mediene derfor er like definerende for kommunikasjonen som det faktiske innholdet (Mitchell & Hansen, 2010). Dette er sentrale synspunkter som ofte trekkes frem når det snakkes om mediens innvirkning på formidlingen, og på mediet som en utvidet kontekst i kommunikasjonssituasjonen. Det er også andre interessante tilnærminger til temaet, som er av relevans for oppgavens tematikk. N. Katherine Hayles (2012) er opptatt av ideen om at mennesker og teknologi utvikler seg sammen i en prosess som hun kaller *teknogenese* (s. 10). Dette innebærer at etter hvert som mediene blir mer gjennomgripende i samfunnet så forventer vi raskere kommunikasjon, mer intensjon og økt integrasjon (Hayles, 2012, s. 11). For kunstfeltet kommer dette til uttrykk gjennom økt etterspørsel etter, og tilgjengelighet til, digitalt distribuert kunstinhold og synlighet av dette på nettet. Videre skriver Hayles (2012) om hvordan teknologien kan påvirke vår kognitive kapasitet, deriblant konsentrasjonen og evnen til fordypning (s. 11). Dette har følger for måten vi leser på. Hayles (2012) skiller mellom *hyperlesing*, som er raske skanninger av informasjonsintensive tekster som fordrer umiddelbar respons, og *nærlesing*, som forutsetter enklere informasjonsstrømmer og som krever dypere fokus (s. 12). Dette vil kunne ha betydning for hvorvidt vi oppsøker, og «leser», analoge og digitale kunstoppstillinger. Flere teoretikere, deriblant van Dijck og Poell (2013), peker på at ingen medier er nøytrale, med den begrunnelse at eierskap og maktforhold legger føringer for både distribuert innhold og sosial interaksjon (s. 3). Et viktig poeng i særlig van Dijcks forskning, er at plattformer er «medierende mekanismer» som infiltreres i museenes

egne styringslogikker og innholdsproduksjon utfra hva som er rasjonelt og formålstjenlig for institusjonen (Valtysson, 2024, s. 242). Sett i lys av denne oppgaven så er det interessant å se på måter som analoge og digitale plattformegenskaper, og hensynet til nær- og hyperlesning, kommer til uttrykk i kurateringspraksis på tvers av plattformer, og som et ledd i medieringsprosessen.

I det følgende kapittelet ser jeg nærmere på mediens ulike affordanser; hva mediet gjør med kunst og utstillinger, og hvordan medieringen eller plattformen påvirker den estetiske kunstopplevelsen.

2.3. Mediens affordanser

Mange vil hevde at den «egentlige» kunstopplevelsen er fysisk, og oppstår i et direkte møte med kunstverk i det konkrete utstillingsrommet. Sett i lys av dette så kan digitalt innhold i beste fall betraktes som et supplement til, eller et periverk for (jf. kapittel 2.2.1), den analoge utstillingen (Ogundipe, 2021, s. 130). Samtidig er ikke skillet like tydelig som før. Digitale kunstmøter er konstant tilgjengelige og allestedsnærværende. De kan skape bredere eierskap til kulturarven (Lopes, 2020, s. 131), og styrke museumsbesøkende i møte med den analoge utstillingen (jf. kapittel 2.2.2.). Dette gjør det relevant å snakke om mediens ulike affordanser, og hvordan ulike plattformer kan virke sammen.

2.3.1. Opplevelsen av et «her-og-nå»: Aura versus tilgjengelighet

Den analoge utstillingen er et direkte og kuratert møte med originalkunst innenfor rammene av det fysiske utstillingsrommet. Digitalt distribuerte kunstopstillinger er medierte, estetiske opplevelser som kan oppsøkes via skjerm når og hvor en måtte ønske det. Det er med andre ord to svært ulike «brukergrensesnitt» som ligger til grunn for det analoge og det digitale kunstmøtet, men som begge tilbyr en opplevelse av et «her-og-nå».

Den analoge utstillingen kan beskrives som «... en fremføringsform for billedkunst som svarer til verkenes visuelle krav om å bli sett i den form de er skapt, i original og i full skala» (Solhjell, 1995, s. 188). Det unike ved det analoge kunstmøtet er opplevelsen av å stå overfor et originalt, ofte «one of a kind» kunstverk, som har akkurat de egenskapene; for eksempel den størrelsen, materialiteten, fargen og teksturen, som du erfarer som følge av at du befinner

deg på samme sted som verket. Det er denne umiddelbarheten som ligger til grunn for den analoge utstillingens «her-og-nå», og som kan ses i sammenheng med Benjamins *aura*-begrep (jf. kapittel 2.2.1.). Bakgrunnen for Benjamins essay «Kunstverket i reproduksjonsalderen» (1991), først utgitt i 1936, var datidens intensiverte produksjon av kunst som muliggjorde flere originaler av samme verk (s. 36-37). «De omstendigheter som produktet av det teknisk reproduserte kunstverk kan bli bragt inn i, behøver for øvrig ikke ramme kunstverkets eksistens – de forringer likevel verdien av dets Her og Nå», skriver Benjamin (1991, s. 38), med henvisning til at det å erfare kunst på steder som forstås utenfor «et originalverks rekkevidde» kan redusere opplevelsen av autentisitet. Benjamin argumenterte for at auraen til et kunstverk; verkets iboende kunstneriske og kulturelle verdi, motarbeider kommersialisering. Kunstens aura utfordres når et verk endres fra å være én original til å bli masseprodusert som en vare. Digitalt distribuerte fotogjengivelser av kunst fremstår ikke som originaler på samme måte som et opplag kunstfotografier eller grafiske trykk, men har, sett i lys av Benjamins essay, skapt tilgjengelighet langt utenfor museumsrommet og bidratt til «masseproduksjon» av estetiske kunstmøter. Den digitale opplevelsen av et her-og-nå støtter seg til teknologiens og medienes muligheter for «almost perfect doubles of originals» (Skjæveland & Engebretsen, 2023, s. 3), der «... sentrum for betydning og meningsskaping har beveget seg fra det utstilte museumsobjektet og dets historiske kontekst til museumsgjesten og hens nåtidige livsverden» (Skjæveland & Engebretsen, 2023, s. 3). Vi befinner oss i en tid der reproduksjon ikke lenger er basert på objekter, men på digitale medier og mellommenneskelige opplevelser. Dette gir kunsten en større tilstedeværelse i folks liv. «Digitization replaces authenticity with accessibility as the primary value of the object. An analogue original is valuable because it is authentic, while a digital copy is valuable because it is accessible» (Hylland, 2017, s. 80, gjengitt i Gran, 2021, s. 51). Jacob Lund (2020) beskriver en situasjon der medienes konstante tilgjengelighet har skapt en «on demand»-adgang som ikke lar seg begrense eller strukturere av åpningstider eller sendeskjema (s. 135). Tradisjonelt opererer estetikken og medieforskningen med to forskjellige mediebegreper; verkets materialitet (estetikken) og overførings- og kommunikasjonshandlingen (medieforskningen) (Tronstad, 2019, s. 101). De to begrepene forenes i *medieestetikken* som er et forskningsfelt som opptar seg med hva mediering *gjør* med den estetiske opplevelsen, og som ligger til grunn for definisjonen av medier og mediering gitt innledningsvis i kapittel 1.4. Det kan synes som at den analoge utstillingens her-og-nå knytter seg til materialitet, mens et digitalt mediert her-og-nå kan relateres til overføring og tilgjengelighet.

Det finnes, ifølge kunsthistoriker Dorothea von Hantelmann (2014), et her-og-nå som all visuell kunst må forholde seg til – og som er av betydning på digitale så vel som analoge plattformer. Begrepet *performativ* handler om hvordan spesielt samtidskunst i økende grad skal produsere en form for opplevelse i betrakteren. Tar man utgangspunkt i verk som Marcell Duchamps readymade *Fountain* (1916) eller 1960-tallets pop art, så blir det tydelig hvordan kunstnerens intensjon underordnes den erfaringen som publikum gjør seg. Denne opplevelses- og erfaringsorienterte vendingen i måten vi betrakter analog kunst på relateres til selve møtet mellom kunstverk og publikum, og til forestillingen om at kunst ikke bare er et objekt som skal betraktes (Tronstad, 2019, s. 102). Kunst er også en handling som utføres av både kunstner og betrakter - «noen ganger også på bekostning av kunstverkets tenkte virkemåte» (Myrvold & Mørland, 2019, s. 14). Dette, sier Hantelmann, er et element ved dagens «opplevelsessamfunn», der kunst i første rekke skal gi en form for opplevelse hos den enkelte betrakter (Hantelmann, 2014; Myrvold & Mørland, 2019, s. 14).

2.3.2. Mediering og remediering

Gjennom alle tider har kunstverk blitt reproduisert, eller mediert, i analoge medier, som når de gjengis og adapteres i bøker, på prospektkort eller lysbilder. Jay David Bolter og Richard Grusin (2000) skriver at nye digitale medier oppstår fra kulturelle kontekster som omformes og gjenskapes gjennom videre mediering (s. 15). Ifølge Tronstad (2019) så er det først når kommunikasjonshandlinger iscenesettes at kunst kan forstås som et medium (s. 101). Dette skjer første gang når kunst presenteres som en utstilling, og andre gang når en utstilling presenteres digitalt.

Bolter og Grusin (2000) argumenterer for at all mediering er remediering, som de beskriver som «the formal logic by which new media refashion prior media forms» (s. 273).

Remediering kan blant annet forklares som «mediering av mediering» (Bolter & Grusin, 2000, s. 55), som vil involvere andre faktorer enn utstillingen som en første og analog mediering. Når den analoge presentasjonsformen importerer over i digitale rom endres utstillingens materialitet (estetikk), dens brukssammenheng (plattform eller kontekst) og tegnsystemer (semiotikk) (jf. kapittel 2.1.3. og 2.2.1.). Utstillingen *rekontekstualiseres* og *resemiotiseres*. Mediering og remediering etterstreber samme type åpenhet og umiddelbarhet; ønsket om å komme forbi grensene for representasjon og oppnå det virkelige. Virkeligheten forstås da ut ifra brukerens opplevelse, og hvorvidt medieringen evner å fremkalle en direkte, og derfor autentisk, følelsesmessig respons (Bolter & Grusin, 2000, s. 53). Til dette formålet

finnes det to til dels motstridende metoder eller strategier: *Transparent immediacy* skal gi betrakteren en opplevelse av nærvær til objektene som presenteres ved at selve mediet usynlig gjøres i medieringsprosessen, og *hypermediacy* søker å påminne betrakteren om mediet som mellomledd i kommunikasjonssituasjonen og på denne måten skape en fylde eller «metthetsfølelse» som oppleves virkelighetsnær (Bolter & Grusin, 2000, s. 272-273 og 34). «What is new about new media comes from the particular ways in which they refashion older media and the way in which older media refashion themselves to answer to the challenges of new media», skriver Bolter og Grusin (2000, s. 15), som er interessant og aktuelt med tanke på digitaliseringens mulige innvirkning på analog praksis.

Kunstens agens (jf. kapittel 1.4.) handler om dens evne til å påvirke og igangsette ulike prosesser (Ogundipe, 2021, s. 131). Når analog kunst vises som et fotografi på Instagram er agensen, ifølge Ogundipe (2021), «spredt i (blant annet) betrakteren, smarttelefonen som apparat, det medierte kunstverket, den fotografiske fremstillingen og den spesifikke plattformen» (s. 131-132). Dersom museene skulle ta hensyn til publikums bruk av Instagram i utstillingen, så vil den analoge utstillingen, og kanskje også museets nettsted, kunne føyes til lista. Gjennom publikums remedieringer får utstillinger nytt liv som «brukerskapte, estetiserte og filtrerte ... visuelle framstillinger» (Ogundipe, 2021, s. 140). Instagram anses ofte for å være en estetisk plattform. Designet og brukergrensesnittet oppmuntrer til deling av visuelt tiltalende innhold, noe som gjør museene til et naturlig miljø for bildedeling. Plattformen har blitt et sted hvor man kan uttrykke seg gjennom visuelt engasjerende innhold, ofte med fokus på visuelt orienterte temaer, og kuratere egen feed på måter som opprettholder en konsekvent estetikk eller et tema. Fra publikums ståsted handler remediering på Instagram i første rekke om egne muligheter for samhandling, til å skape estetiske kunstmøter, og til å dra veksler på en utstilling, et kjent verk eller en anerkjent institusjon som et uttrykk for vedkommendes egenkuraterte identitet (Ogundipe, 2021, s. 141). Dette kan relateres til de sosiale mediens «kjerne»: «... det er ikke innholdet, men kontakten som teller, og ønsket om et publikum.» (Eliassen, 202, s. 57). Det antas derfor at utstillingsmediet kan romme en (kuratert) agens som stimulerer publikum til å fotografere og dele bilder på Instagram.

2.3.3. Romlige forhold

Den tradisjonelle medieforståelsen forutsetter en grunnleggende forbindelse mellom mediebruk og sosial virksomhet (Lund, 2020, s. 131). Tidligere bidro mediene til å strukturere hverdagslivet på måter som forutsatte en tilstedeværelse i tid eller rom. John Durham Peters

oppsummerte massemedienes funksjonalitet med formelen «content, channel, creature» (Eliassen, 2022, s. 63), og ved bruk av et matrisediagram som skulle vise hvordan mediene etablerer infrastruktur på fire måter: 1) Medier som forutsetter sammenfall i tid og rom mellom avsender og mottaker, 2) medier uten sammenfall i verken tid eller rom, 3) medier med sammenfall i tid, men ikke rom, og 4) medier med sammenfall i rom, men ikke i tid (Eliassen, 2022, s. 63). Det er i denne siste kategorien at vi finner både utstillingen og internettbaserte plattformer; fysiske og virtuelle «visningsrom».

Tradisjonelt har det vært en kausal sammenheng mellom konstruksjonen av et avgrenset eller lukket rom, og verden utenfor (Schmidt, 2020, s. 119). Museumsrommet er utformet og kuratert på den måten at det skal være enkelt for besøkende å navigere og bevege seg rundt, og for å forsterke den estetiske opplevelsen (Suess & Barton, 2022, s. 644). Besøkende formidler fysisk plass i et (nytt) mediert rom når de dokumenterer egne museumsbesøk på Instagram. Det medierte rommet er i første rekke en sansemessig konstruksjon, som bryter med den tradisjonelle forståelsen av et sted (Schmidt, 2020, s. 119). Johanna Drucker (2020) hevder at stedet hvor vi leser en tekst, eller en utstilling, er av like stor betydning som det faktiske innholdet. Dette fordi de mediale romlige omgivelsene er meningsbærende på samme måte som fysiske rom, og at de inneholder ulike tegn som må fortolkes. Drucker (2020), som skriver konkret om tekst, hevder at «Texts are always site-specific works, utterances situated within contexts that structure their meaning through the features that inflect their reception» (s. 169). Her forstås Druckers synspunkter i sammenhengen valg av plattform, og ikke i relasjon til institusjonsteori og kunstverkets posisjon i kunstverdenen (Bale, 2009, s. 19). Analoge romlige egenskaper har sin motvekt i digitale skjermmiljøer som overtar for, men også kan mediere, fysiske omgivelser.

Valtysson (2024) omtaler museer som «ladede rom» som følge av at «de genstande, de viser, de udstillinger, de kuraterer, de samlinger, de skaber og vedligeholder, og deres kommunikation og `outreach´-strategier er mærket af en afsender med en betydelig kulturel og kulturpolitisk tyngde» (s. 248). Dette kan i sin tur kobles til van Dijck og Poells påstand om at ingen medier er nøytrale (jf. kapittel 2.2.2), men alltid preget av en avsender og dens intensjoner. Det er derfor interessant å se på museets kommunikasjon i ett fysisk og ett virtuelt «ladet rom» som riktignok kurateres av samme avsender, men med ulike og plattformspesifikke muligheter og begrensninger.

2.3.4. Museets kommunikasjonsformer

Valtysson (2024) spør om museenes kommunikasjon på digitale plattformer svarer til museenes rolle i samfunnet som et sted for kritisk og reflektiv samtale (s. 252). Han hevder videre at digitale fellesskap oppstår som følge av at brukerne deler felles praksiser, interesser og atferdskoder, og ikke utelukkende på bakgrunn av teknologi (Valtysson, 2024, s. 250). Valtysson gjør bruk av begrepene *aktualitet* og *museumsformidling* når han studerer hvordan seks nordiske museer kommuniserer på de sosiale medier-plattformene Facebook og Instagram. Mens kategoriseringen synes å være rettet mot museenes konstruksjon av budskap på sosiale medier, så er innholdet overførbart også til museene som kunnskapsinstitusjoner.

Aktualitet er kommunikasjon som i stor grad retter seg mot dagsaktuelle happenings eller temaer. Dette kan være alt fra å promotere nye utstillinger og kommende arrangementer, til å dele innlegg knyttet til årstider, merkedager og andre begivenheter (Valtysson, 2024, s. 254-255). Selv om budskapet i mange sammenhenger vil være «lettere», og kanskje ikke direkte kunstfaglig forankret, så er henvendelsesformen profesjonell og informativ. Museene er videre flinke til å gjøre bruk av plattformspekifiske funksjoner i kommunikasjonen; ulike modaliteter, emneknagger og emojis (Valtysson, 2024, s. 255). Museumsformidling er kommunikasjon som i større grad knytter seg til diskusjoner innenfor ny museologi og digital museologi (jf. kapittel 1.1.), og til spørsmålet om hvorvidt museene gjør bruk av digitale plattformer i demokratiseringsprosesser som gir brukeren mer makt og innflytelse (Valtysson, 2024, s. 256). Kommunikasjonsformene er beslektet på den måten at det ene ikke utelukker det andre (Valtysson, 2024, s. 256). Aktualitet er likevel, og i større grad, mer liketil, direkte og praktisk rettet, mens museumsformidling ofte er rikere på fakta og faglige fortolkninger.

Sett i lys av mitt prosjekt, så kan aktualitet og museumsformidling være et uttrykk for hvorvidt museene formidler (kunstfaglig) kontekst, løfter fram historier og bygger kunnskapsknagger i analog og digital plattformkommunikasjon, som et «demokratiseringstiltak» som gir publikum økt makt gjennom kunnskap (jf. kapittel 1.1.). Jeg ser dette i sammenheng med en artikkel i Klassekampen 23. mars i år, der vi kan lese at museenes innhold, analogt og digitalt, «er formet av hva som skjer på Instagram og Tiktok» (Kjølaas, 2024, s. 39). «Brukervennlige 'blockbuster'-utstillinger, 'Big Fun Art' og museet som opplevelsessenter har blitt formet av de samme store internasjonale medieplattformene som er definerende for hvordan kunstnere promoterer seg på nett» (Kjølaas, 2024, s. 39). Aktualitet og museumsformidling kan videre kobles til museene interesse for Instagramdokumenterte publikumsbesøk, som ifølge Suess og

Barton (2022), kan gi verdifull informasjon om hvordan besøkende gjør bruk av analoge og digitale oppstillinger. Det kan også gi innsikt i hvorvidt publikum er interessert i trivialiteter eller i kunnskapsinnhold.

2.3.5. Deltakelse og interaktivitet

Når det skrives om digitalisering og deltakelsesdiversitet, så er dette med forventningen om at digitale plattformer henvender seg til flere og ulike publikumsgrupper – også de som sjelden eller aldri oppsøker kunstmuseer (jf. kapittel 1.1. og 2.1.3). «Dette nye publikumet ... bestod ikke bare av mennesker med en annen bakgrunn enn den gamle diskuterende offentligheten, dets medlemmer oppførte seg også annerledes, og deres identitet og virkemåte som publikummere var en annen.» (Eliassen, 2022, s. 43.).

Ogundipe (2021) viser til deltakelse som handlinger som innebærer «aktive» fremfor «passive» væremåter, og som i mange tilfeller bygger på *observerbar* menneskelig handling (s. 128). Besøksstatistikk på museets nettsider, bildedeling, likerklikk og kommentarer er dokumentert deltakelse. Det å betrakte kunst analogt kan til sammenligning synes innadrettet og «inaktivt», men bare dersom man ikke anerkjenner tidsbruk, bevegelsesmønster og posisjonering som et uttrykk for aktiv kognitiv virksomhet, refleksjon og internalisert meningsskaping. Videre knytter det seg positive affordanser til analoge kunstmøter som tilligger utstillingen som plattform, men som i realiteten også kan styrke betydningen av digitale kunstmøter. Vi kan, som eksempel, ikke gå så tett opptil et kunstverk som vi ønsker, eller å berøre kunst fysisk, men vi kan oppsøke museets nettsider og studere bilder der. Vi kan ta egne bilder fra ønsket vinkel, og zoome inn på motivet på måter som gjør det mulig å ta verket i nærmere øyesyn. Denne «analog-digitale» observasjonsmåten kan kobles både til museets nettsted og publikums bruk av Instagram i utstillingsrommet, som skaper deltakelse på flere nivåer. Analoge og digitale plattformer representerer to svært ulike sosiale kontekster, som legger til rette for ulike måter å samhandle på. Kanskje er det mer vanlig å oppsøke den analoge utstillingen sammen med noen, som innebærer at en må tilpasse seg andre personer, museets sosiale konvensjoner, og øvrig publikum. Dette kan medføre at man beveger seg forsiktig, og at man snakker lite eller dempet. Samtidig, og fordi man ikke befinner seg bak en skjerm, så kan publikums skript i den analoge utstillingen utvides til kafébesøk med faglig eller sosial samtale som anses som en kvalitet. Det er likevel å forvente at tilgjengelighet og muligheter for synkron og asynkron samhandling på digitale plattformer kan oppleves friere og mer bekvemt for enkelte.

Interaktivitet er et aspekt ved deltakelsesdiskursen som kan belyse hvilke roller og muligheter som tilbys gjennom de ulike plattformene, ofte i sammenhengen *digitale* egenskaper. Sally McMillan (2005) beskriver interaktivitet som et sammensatt fenomen som er basert på egenskaper ved kommunikasjonsmiljøet, den faktiske samhandlingsaktiviteten og individets egen oppfatning av hva det vil si å interagere (s. 1). Videre kan interaktivitet oppstå mellom mennesker, mellom mennesker og datamaskin, og mellom mennesker og innhold (McMillan, 2013, s. 1), som innebærer at fenomenet ikke er forbeholdt digitale plattformer. Det handler om i hvilken grad besøkende til utstillingen, til nettstedet eller andre plattformer kan ta aktiv del i den oppstilte kunsten, hvor fysisk eller observerbar interaksjonen oppleves, og hvordan enkeltpersoners behov og forventninger imøtekommes innenfor de ulike mediale rammene.

2.3.6. Estetiske praksiser i dag

Samtidig som tilgangen til estetiske inntrykk og uttrykk øker, og kanskje spesielt på sosiale medier-plattformer som Instagram, så blir skillene på innholdssiden stadig mer utydelige. Hva er kunst, og hva er, jf. kapittel 1.4., «bare» estetikk? I en tid der mangfoldet av estetiske uttrykk er stort, kan det synes som at plattformen er den viktigste fellesnevneren.

«I dag får nært sagt hele kunst- og kulturhistorien plass på telefonen; det som ikke er tilgjengelig digitalt, står i fare for å bli glemt», skriver Eliassen (2022, s. 69). Dagens plattformsamfunn, med sine logikker og økonomi, sidestiller kunsten med andre «varer» som skal dekke sanselige behov. Plattformene formidler perspektiver som ikke hører hjemme i kunstverden, men som den likevel må forholde seg til i et mer opplevelses- og erfaringsorientert samfunn (Eliassen, 2022, s. 67). Vurderingsapparatet preges av nye aktører og maskinelle egenskaper:

[...] fremveksten av internett på 1990-tallet, sosiale medier på 2000-tallet og plattformøkonomiene på 2010-tallet har ført til at en rekke av de distinksjonene som lenge har vært med på å gi kunsten egen sosial realitet og substans – herunder skillene mellom verk og vare, privat og offentlig, kunstner og publikum, fritid og arbeid, kunst og underholdning, høy og lav – ikke lenger kan tas for gitt. (Eliassen, 2022, s. 41).

I boka *Estetiske praksiser i den digitale produksjonens tidsalder* kan vi lese at det «... å snakke om 'digitalisering av kunst og kultur' er i realiteten å snakke om utviklingen av kunst- og kulturfeltet generelt» (Eliassen et. al., 2022, s. 12). I skjæringspunktet mellom det digitale

og analoge lever nye og gamle medier i et samspill, men allikevel farget av en digital medieøkologi. Et interessant perspektiv som forfatterne av boka drar opp, er hvordan teknologien også virker inn på fysisk etablerte praksiser idet grensene mellom det analoge og det digitale utfordres. Det mediene burde representere er en ny verktøykasse av muligheter - for selv om mediene og distribusjonsformene er nye så «ligner kunstens og kulturens sjangre og uttrykksformer fremdeles på seg selv» (Eliassen et. al., 2020, s. 13). For å kunne forstå estetiske praksiser i dag kreves en større innsikt i teknologiens og plattformenes kvaliteter og virkemåter, som også handler om de sosiale og økonomiske strukturene som former dem (Eliassen et. al., 2020, s. 14).

Det er museets oppgave å dokumentere og videreformidle innhold i digitale nettverk for å forhindre at institusjonen og samlingen utelukkende knyttes til den analoge verden (Mathias & Mørland, 2019, s. 87). Digitaliseringens største potensiale finner vi i muligheten for å utvide museets rekkevidde og virkemidler i kommunikasjon, og dernest gjennom teknologien som muliggjør en annen form for betrakter- eller publikumsrolle som flere kan oppleve som aktiv, meningsskapende og relasjonell (Mathias & Mørland, 2019, s. 90). I dagens medieøkologi bidrar også publikum til å gjøre kjent kunst og utstillinger, som betyr at museene bør se nødvendigheten av å ha et aktivt forhold til brukergenerert innhold på flere plattformer.

2.4. Oppsummering teori

I dette kapitlet har jeg gjort rede for det teoretiske rammeverket som gir grunnlag for videre analyse og drøfting. Teori om sosiosemiotikk og multimodalitet gir analyseverktøy på tekstnivå, og ivaretar hensynet til en overordnet kontekst, sosiale aspekter og meningspotensialet som ligger i sammenstillingen av flere tegn. Analytiske begreper hentet fra kunstformidlingsteori ivaretar det estetiske aspektet, brukssammenhengen (utstillingen) og kuratorens oppgaver. Fra medieteorien tar vi med oss innsikter fra mediet som en utvidet kontekst i kommunikasjonssituasjonen, og elementer som (analog) aura og tilgjengelighet, mediering og remediering, romlige forhold, museets kommunikasjonsformer, deltakelse og interaktivitet, samt følgene dette har for kunstoppstillinger på tvers av digitale og analoge plattformer. I sum gir teorien plattformrelevant innsikt i kurateringspraksis på overordnet og konkret nivå, noe som vil være sentralt for drøftingen av analysefunn i kapittel 5.

3. Metode

Jeg vil i det følgende beskrive metodebruken for dette prosjektet som strekker seg fra valget av empiri og teori, og videre inn i kapittel 4 som er utførelsen og presentasjonen av analysen. *Metoder* er «framgangsmåter som skal gi svar på spørsmål og sikre kvaliteten i den kunnskapen vi får» (Thagaard, 2018, s. 14). Metodevalget er derfor viktig i akademisk forskning og vitenskap, som kan beskrives som søken etter en begrenset eller allmenngyldig «sannhet» (Kvarv, 2021, s. 13). Metoden skal sørge for kontinuitet mellom problemstilling og analyse/funn, som betyr at *forskningsdesignet*, som er planen for hvordan prosjektet skal gjennomføres (Thagaard, 2018, s. 50), må innrettes med utgangspunkt i problemstillingen.

Kunstoppstillinger er, jf. kapittel 1.4., et medium for formidling av kunst. Medievitenskap er i første rekke studier av mediernes produksjonsforhold, tekster og formidlingsformer, og av folks mediebruk (Thagaard, 2018, s. 16). Som forskningsfelt plasserer medievitenskap seg innenfor en fortolkende humanistisk vitenskapstradisjon, som preges av et stort teoretisk og metodisk mangfold og frihet til å forme egne undersøkelser (Thagaard, 2018, s. 12 og 17).

3.1. Valg av materiale

Jeg har tidligere redegjort for valg av empirisk materiale (jf. kapittel 1.1. og 1.2.), mens det teoretiske rammeverket er presentert i kapittel 2. Dette er kapitler som går «rett på sak», og som i liten grad gir rom for å synliggjøre den refleksjonsprosessen jeg har hatt underveis. Refleksjonene har rot i forskningsspørsmålene (jf. kapittel 1.3.), og hvordan jeg kan innrette oppgaven teoretisk, metodisk og analytisk på måter som leder meg i retning av det jeg søker svar på. I det følgende beskriver jeg sentrale tankeprosesser som har relevans for den metodiske innretningen av oppgaven.

3.1.1. Empiri

Den sommerdagen jeg fikk vite at den verdenskjente kunstneren Edvard Munch var født på en nokså ordinær gård i nabokommunen, står fortsatt klart i minnet. Da jeg mange år senere fikk jobb ved Lillehammer Kunstmuseum, opplevde jeg på mange måter den samme «nærheten til kunsthistorien» som denne hendelsen har representert for meg. Når jeg hadde ærender i

samlingsutstillingen eller på magasinet, så fornemmet jeg ofte en slags «personlig kjennskap» til kunstnerne og deres avtrykk i historien. Det er en håndfull kunstverk av Munch i museets samling, og det var med stor ærefrykt jeg håndterte disse og andre arbeider med hvite hansker og argusblick. På hjemlige trakter lokket en ny måte å bli kjent med Munch på. Løten kommune har ingen verk av kunstneren, men historier om hvordan foreldrene møttes og etablerte seg, om fødsel og dåp, om glade sommerbesøk i barndommen med fiskestang og tegneblokk, og om et livslangt vennskap med familien på Engelaug. Her fikk jeg forme egne prosjekter, og bringe arven videre til nye generasjoner av kunstnere. Med denne oppgaven så ønsker jeg å forene Munchs kunstnerskap, kunstkuratering og historiefortelling på en måte som gjør at jeg kan dra veksler på den kompetansen jeg har, og som også har potensiale til å inspirere og dermed påvirke museene til økt fokus på kuratert kunnskapsformidling på tvers av plattformer.

Min første idé til masteroppgaven var å gjøre en komparativ analyse av to temporære utstillinger hos et nasjonalt museum og et lokalt galleri, og å følge disse utstillingene over på digitale plattformer. Det viste seg imidlertid raskt at det ikke var tilstrekkelig med digitalt forskningsmateriale hos de lokale galleriene. Deres bruk av digitale plattformer var av mer praktisk karakter, og inneholdt få eller ingen oppstillinger hvis innhold kunne fortolkes som en kuratert kontekstuell konstruksjon. Statlig støtte, slik museene har, antas å skape økte forventninger om digitalt innhold, i tillegg til at museenes ressursituasjon og bekjentgjøringsbehov er et annet. Jeg har latt meg fascinere av «digital kuratering» fra de større institusjonene over tid, og med denne oppdagelsen gikk tankene fort til Edvard Munch – og til Nasjonalmuseets og Munchmuseets samlinger (jf. kapittel 1.1.). Planen var å gjøre en komparativ studie av nevnte museer og deres analoge og digitale kurateringspraksis, slik jeg også gjør, men da etterfulgt av en analyse av hvordan publikum kuraterer sine egne utstillingsbesøk som en kontekstuell helhet på Instagram. Jeg holdt meg på dette sporet lenge nok til å gjøre en relativt grundig studie av publikums Instagramdokumenterte besøk i utstillingene. Fordi kompleksiteten i forskningsdesignet ikke tillot meg å gå tilstrekkelig i dybden på tematikken, så ble Instagramanalysen etter hvert valgt bort. Jeg har likevel beholdt et sideblikk på hvordan museenes analoge og digitale kurateringspraksis kan bidra til økt interaktivitet i utstillingsrommet, fordi oppgaven, som har fokus på «kunnskapsknagger» som kan ruste publikum i møte med kunst, har et demokratiseringsformål som også kan favne en «dokumenterbar» interaksjon mellom museene og deres besøkende.

Jeg har valgt å ta utgangspunkt i kurateringen av Edvard Munch hos hver av de to museene, med de avgrensninger som er gjort i kapittel 1.3. Valget falt på Nasjonalmuseets Munch-rom og på utstillingen *Uendelig* i Munchmuseet. Verkene som er presentert i disse utstillingene inngår i museets faste samling, og inkluderer flere varianter av de samme motivene. Ut over dette så er institusjonene, samlingene og utstillingene svært forskjellige, slik det fremgår av kapittel 4.1. og 4.2., men jeg mener likevel at det er et komparativt grunnlag i kurateringen, historiefortellingen og i mangfoldet av digitalt innhold som museene produserer. Det har vært enkelte utfordringer knyttet til empirien. Munch-rommet i Nasjonalmuseet er del av en større samlingspresentasjon, som har ført til at jeg har måttet gjøre en avgrensning som beskrevet i kapittel 3.2.2. Nettstedet som forskningsobjekt er komplekst som følge av at relevant innhold er spredt i ulike deler av innholdsstrukturen. Jeg har derfor foretatt et utvalg av relatert innhold fra tre nivåer; startsidene, mellomnivå og verksnivå (jf. kapittel 2.2.2.), der minst en av nettsidene gjør bruk av film eller lyd.

3.1.2. Teoretisk rammeverk

Begrepet *teori* kommer fra det greske *theoria*, som betyr «en måte å se ting på» (Anker, 2020, s. 44), og handler om å innta et perspektiv eller utgangspunkt for betraktning. I lys av dette har jeg valgt å inkludere teorier fra ulike felt som jeg mener er relevante for tematikken jeg utforsker, og som i sum bygger opp en argumentasjon eller forståelse av digitaliseringens mulige effekt på museal kurateringspraksis. Det er av denne grunn enkeltmomenter som ikke diskuteres like inngående, men som er viktige for å underbygge den tematiske helheten.

Som verktøy for å «lese» og fortolke kunstoppstillinger som komposisjoner av ulike tegn så har jeg valgt å gjøre bruk av Kress og van Leeuwens fortolkning av Hallidays metafunksjoner, som er ytterligere tilpasset mitt formål. Dette fordi metafunksjonene favner og tar opp i seg forståelsesrammer både i og utenfor selve utstillingen (den ideasjonelle metafunksjonen/kontekst), den praktiske kurateringen (den tekstuelle metafunksjonen/paraverk), og det sosiale aspektet ved selve formidlingssituasjonen (den mellommenneskelige metafunksjonen/skript). Bruken av ikke-estetisk litteratur eller modeller krever supplerende teorier som identifiserer det estetiske, og i denne sammenhengen det mediale, aspektet ved studieobjektene (Solhjell, 2001, s. 80). «Teorien skal hjelpe deg å skjerpe blikket for interessante perspektiver samtidig som den skal snevre inn forskningsinteressen og hjelpe deg å spisse problemstillingen» (Anker, 2020, s. 44). Anker deler teorien inn i tre ulike nivåer: 1) Det vitenskapsteoretiske

nivået som er det perspektivet eller den posisjonen du velger å innta, her en sosialsemiotisk inngang, 2) overgripende perspektiver som er det du konkret ser etter, her kontekst, paraverk og skript, og 3) teori som er utviklet for et mer spesifikt felt, her teori om de aktuelle medieplattformene og deres affordanser (Anker, 2020, s. 46). Kunstformidlingsteori setter estetikken inn i en brukssammenheng (oppstillingen), og i et «språkspill» i form av kuratorisk sammenstilling og komposisjon. Medieteorien handler om kommunikasjonsplattformen som en utvidet kontekst, og medienes ulike affordanser (jf. kapittel 2 og 2.3.).

3.2. Kvalitative metodevalg

Metode handler ikke bare om fremgangsmåte, men om hva slags kunnskap som forventes å gi innsikt i valgt tematikk. Det går et hovedskille mellom *kvantitativ* og *kvalitativ* metode, som kan relateres til omfang og detaljeringsgrad. Mens kvalitative studier søker dypere kunnskap om få enheter, så er det kvantitative metoders hensikt å gi innsikt i fenomeners utbredelse, som i mange tilfeller vil omfatte et større utvalg av tallfestede data (Thagaard, 2018, s. 16). For dette prosjektet er det formulert en kvalitativ problemstilling som gjør det naturlig å velge kvalitative metoder for gjennomføring.

Den kvalitative forskningens hensikt er å forstå sosiale fenomener gjennom analyse av tekster og visuelle uttrykksformer, eller ved bruk av metoder som muliggjør nærmere kontakt med representanter på feltet (Thagaard, 2018, s. 15). Forskningsmetoden benytter seg av «thick descriptions», som er grundige beskrivelser av ett eller flere fenomener i kombinasjon av fortolkning (Thagaard, 2018, s. 19). Dette innebærer et mindre utvalg empiri, men som til gjengjeld undersøkes på et dypere nivå. Læren om fortolkning av ulike tekster kalles *hermeneutikk*, og målet er å identifisere mening. Gjennom fortolkningsprosessen *den hermeneutiske sirkel*, veksler forskeren mellom å betrakte helhet og deler i lys av hverandre (Kvarv, 2021, s. 83). For dette prosjektet så handler det om å studere kunstoppstillingens tegn og tekster (verk og paraverk), men også oppstillingen som helhet (kontekst, skript), for å forstå hver komponents funksjon i den større helheten. Tilnærmingen er *intensiv* (det søkes mye informasjon om forholdsvis få enheter) (Kvarv, 2021, s. 157) og *induktiv* (slutninger baseres på et begrenset utvalg enheter som belyser vesentlige trekk, men ikke alle aspekter, ved fenomenet, og hvor antakelser og innsikter formuleres underveis) (Kvarv, 2021, s. 254; Østbye et. al., 2023, s. 127). Den kvalitative forskeren står forholdsvis fritt til å tilpasse seg ny

kunnskap etter hvert som prosjektet skrider fram (Kvarv, 2021, s. 154). Dette innebærer at det ikke er et tydelig skille mellom ulike faser i forskningsprosessen, som gjerne foregår som «et vekselspill mellom teori, analytiske begrep, forståelser og empiriske observasjoner.» (Østbye et. al., 2023, s. 127). Det er et premiss for kvalitativ forskning at all handling er intensjonal og meningsfull, slik det også er lagt opp til i dette prosjektet (jf. kapittel 1.1.).

3.2.1. Tekstanalyse

Tekstanalyse er en generell betegnelse på kvalitative studier hvis formål er å analysere og fortolke en teksts meningsinnhold gjennom virkemiddelbruk (Østbye et. al., 2023, s. 78 og 81). Medievitenskap kjennetegnes av et mangfold av tekster som innebærer at det ikke finnes én type tekstanalyse (Østbye et. al., 2023, s. 78). Som eksempel benytter jeg i denne oppgaven et utvidet tekstbegrep som inkluderer både språklige, visuelle og auditive uttrykksformer (Østbye et. al., 2023, s. 81), og som vil skille seg fra «ordinære» tekst- eller bildeanalyser. Uttrykksformene; det konkrete utvalget av analoge og digitale kunstoppstillinger, representerer museenes kurateringspraksis: hva de gjør, og hvilke prinsipper eller verdier de forholder seg til (Thagaard, 2018, s. 53). Analysen opptar seg med hva kunstoppstillingen sier (innhold, kontekst), men også hvordan dette kommer til uttrykk (virkemiddelbruk, paraverk, skript) (Østbye et. al., 2023, s. 81), og da spesielt mening som oppstår i relasjonen mellom ulike tegn. Videre må det tas i betraktning den konteksten som fenomenet opptrer i.

Vi lever i en mediekultur, og mediernes innhold er tekster (Østbye et. al., 2023, s. 79).

Kvalitative studier preges, ifølge Thagaard (2018), av en tiltakende interesse for ulike former for visuell kommunikasjon, som, ved analyse, gir mulighet for å studere mediernes egenart så vel som mer kulturspesifikke trekk ved egen samtid (s. 118). For denne oppgaven så er det et poeng å studere eksisterende «tekster» som er upåvirket av forskningssituasjonen og som befinner seg innenfor sin naturlige kontekst.

3.2.2. Komparativ analyse

Hensikten med et komparativt forskningsdesign er å sammenligne to eller flere fenomener. Det er først når ett tilfelle settes opp mot et annet at jeg potensielt kan si noe mer generelt om kurateringspraksis i en digital tid (Kvarv, 2021, s. 123). Det komparative sammenligningsgrunnlaget kommer til uttrykk i valget av to institusjoner på to plattformer, som gir mulighet for å sammenligne kurateringspraksis innad i institusjonen og mellom to museer.

Når tekstene skal sammenstilles er det viktig med en helhetlig, men avgrenset forståelse av enhetene som studeres. For denne oppgaven innebærer det at jeg må definere Munch-rommet som en egen utstilling, selv om rommet inngår i en større samlingspresentasjon (jf. kapittel 1.2. og 3.1.1.). Dette er et metodisk grep som handler om å etablere et «lukket system» med tydelige rammer (Kvarv, 2021, s. 123), og som for eksempel betyr at jeg ikke ser på sammenhengen mellom Munch-rommet og Nasjonalmuseets øvrige samlingsutstilling. Innenfor kvalitative studier er det ikke uvanlig at et fenomen er mer komplekst enn det forskningskonteksten tillater, som betyr at forskeren må gjøre avgrensinger for å skape et bedre sammenligningsgrunnlag. Dette er en akseptert fremgangsmåte i prosjekter der formålet er å forstå ett eller flere fenomener med utgangspunkt i et bestemt begrepsapparat eller analyseverktøy, uten å søke entydige eller absolutte forklaringer eller sammenhenger (Kvarv, 2021, s. 124). Thagaard (2018) utdyper dette med at det er «tolkningene som sammenstilles, og ikke egenskaper ved de kontekstuelle enhetene» (s. 161). Det er som utgangspunkt foretatt et *strategisk* valg av museer basert på relevante egenskaper (Thagaard, 2018, s. 54), som museenes størrelse og rekkevidde, antallet Munch-verk i institusjonens eie, flytteprosess med tilhørende ny kuratering av samlingen, og en uttrykt satsning på digitale plattformer (jf. kapittel 1.2. og 3.1.1.). Valget av museer og plattformer er dermed basert på en *replikasjonslogikk* eller *-strategi* der forventningen er å komme fram til lignende resultater (Thagaard, 2018, s. 52). Samtidig er det to svært ulike institusjoner, som beskrevet i kapittel 4.1. og 4.2., som betyr at analysen også kan preges av ulikheter. En komparativ analyse innebærer at tolkningen av et kontekstuell tilfelle etterfølges av en fortolkning av det neste, på en måte som fremhever forbindelsen mellom de aktuelle tilfellene (Thagaard, 2018, s. 161).

3.2.3. Analysens innretning

Forskningsdesignet for dette prosjektet kan fremstå komplekst som følge at jeg gjør bruk av to typer analyser. Fra mitt ståsted er metodevalget mer å betrakte som to sider av samme sak: For å kunne gjennomføre en komparativ analyse av flere fenomener; her to institusjoner på to plattformer, kreves det innsikt i hver av «tekstene» på områder som gir grunnlag for sammenligning. Sett i lys av dette så er tekstanalysene en integrert del av det komparative designet. At fortolkningen baserer seg på både kunstformidlingsteori og sosialsemiotikk har ingen praktisk konsekvens, idet begreper og metafunksjoner er koblet sammen til et felles rammeverk (jf. kapittel 2.1.3.) som også avgrenser min forskningsinteresse i studieobjektene. Prosjektet har et bredt omfang og mens det er detaljert, er kompleksiteten håndterbar.

Kvalitative analyser søker en forståelse av spesifikke forhold, som for denne oppgaven er kuratering. Dette innebærer at empirien må bearbeides, struktureres og innrettes på måter som, på bakgrunn av valgt forskningsdesign, kan sammenstilles og fortolkes videre i et komparativt design (Østbye et. al., 2023, s. 161). I en innledende fase stilte jeg en rekke spørsmål til museets oppstillinger som ble besvart gjennom ulike svaralternativer. Hensikten var i første rekke å kartlegge likheter, ulikheter og samspill, som et utgangspunkt for komparasjoner på ulike nivåer. Underlaget er ikke inkludert i den ferdige oppgaven, men følger i vedlegg 4 for å vise prosess. Underlaget illustrerer videre abstraheringspotensialet som omtales i kapittel 3.4.2. om generalisering og overførbarhet.

3.3. Supplerende metode

Analysedelen av oppgaven er basert på forskerens egne observasjoner, og på premisset at enhver analog og digital kunstopstilling er en bevisst kuratorisk handling (jf. kapittel 1.1.). Selv om det er grunnlag for påstanden, så betyr det ikke at kommunikasjonsansatte tenker som en kurator når kunst presenteres digitalt. Det betyr heller ikke at den analoge kuratoren betrakter digitale plattformer som en forlengelse av museumsrommet. Det er stor bevissthet rundt bruken av digitale plattformer i museene i dag. Derfor er det relevant og interessant å utforske synspunkter fra museumsansatte i denne oppgaven. Dette perspektivet kan gi verdifull innsikt i hvordan digitale strategier utformes og iverksettes i museene, samt måten de virker inn på museumsfeltets og kuratorfunksjonens utvikling.

3.3.1. Det kvalitative intervjuet

Det kvalitative intervjuet er en metode for innsamling og analyse av data som baserer seg på involvertes egne forståelser, vurderinger og handlinger (Østbye et. al., 2023, s. 125). Det kvalitative intervjuets formål er å gi innsikt i hvordan et utvalg personer; her en kurator og en nettside- og/eller sosiale medier-ansvarlig fra hver av de to institusjonene, beskriver egen praksis (Østbye et. al., 2023, s. 137). For denne oppgaven er intervjuet å betrakte som et viktig supplement til, og en nyansering av, øvrig analyse.

Thagaard (2018) beskriver intervjusituasjonen som en asymmetrisk relasjon der forskeren legger premissene for samtalen, men hvor intervjupersonene kontrollerer hva og hvor mye de ønsker å fortelle (s. 91). Jeg valgte å gjøre bruk av *samtaleintervjuer*, der hensikten er å

snakke om intervjupersonenes erfaringer innenfor tematikken, fremfor å dreie samtalen i en bestemt retning (Østbye et. al., 2023, s. 137). Det ble utarbeidet en intervjuguide (vedlegg 2) som tenderte mot et strukturert intervju med definert tematikk og faste spørsmål (Thagaard, 2018, s. 90-91), men med en fleksibilitet som kjennetegner det semistrukturerte intervjuet (Østbye et. al., 2023, s. 139). Fleksibiliteten ligger i forholdsvis få og «store» spørsmål, med rom for oppfølgingsspørsmål hvis behov for å utdype momenter eller rette opp i uklarheter (Østbye et. al., 2023, s. 139). Jeg tok kontakt med museene i starten av november 2023, og etter at «Meldeskjema for personopplysninger i forskning» ble sendt til Kunnskapssektorens tjenesteleverandør (Sikt). Begge museene responderte positivt på henvendelsen, og innvilget formell adgang (Østbye et. al., 2023, s. 135). Det var noe mer utfordrende å komme frem til de rette intervjupersonene. Dette antas å ha sammenheng med tematikken som favner to ulike fagområder, og som kan være en uvant måte å tenke kuratering på. Jeg valgte derfor å sende både samtykkeskjema (vedlegg 3) og intervjuguide (vedlegg 2) i forkant av intervjuet som en klargjøring av oppgavens vilkår og tematikk, og med muligheter for forberedelse. Den formelle godkjenningen fra Sikt kom 17. november 2023 (vedlegg 1), og intervjuene ble utført 4. og 12. januar 2024. Intervjuene er, som omsøkt, ikke anonymisert, og de er utført uten lydopptak. Jeg valgte i stedet å dokumentere intervjuene skriftlig i form av et referat som ble sendt til hver av intervjupersonene for godkjenning forholdsvis umiddelbart etter våre møter. Dette valget ble gjort med tanke på at tematikken kunne være fremmed og derfor fremkalle nye refleksjoner i etterkant av samtalen, og fordi intervjuene har en supplerende funksjon i prosjektet som innebærer at materialet ikke er et selvstendig forskningsobjekt. Jeg skriver mer om framgangsmåten i kapittel 3.4.1. og 3.4.3.

3.4. Forskningskvalitet

Kvalitative studier søker en begrenset sannhet (jf. kapittel 3), men fremdeles en sannhet som skal gi dypere innsikt i et bestemt fenomen. At kvalitative data baseres på fortolkning, bidrar til å problematisere spørsmålet om kvalitet i forskningen. Dette legger føringer for forskningsprosessen, men også for hvordan vi vurderer resultatene av studiet (Thagaard, 2018, s. 16). Forskningskvalitet vurderes med utgangspunkt i begrepene reliabilitet, validitet og generalisering, i kombinasjon med etiske hensyn (Thagaard, 2018, s. 19).

3.4.1. Reliabilitet og validitet

Begrepet *reliabilitet* knytter seg til studiets pålitelighet, og hvorvidt vi har tillit til hvordan data er frembragt, innsamlet, fortolket og analysert (Thagaard, 2018, s. 19; Østbye et al., 2023, s. 128). *Validitet* handler om forskningens gyldighet, og hvordan forskningsdesign og *operasjonalisering*; hvordan teoretiske begreper fortolkes eller overføres til empirisk bruk, svarer på prosjektets problemstilling (Thagaard, 2018, s. 19; Østbye et. al., 2023, s. 28 og 128). Det er kvaliteten på begge disse faktorene som sammen utgjør *analysens validitet* (Østbye et. al., 2023, s. 29). For å kunne vurdere prosjektet kreves åpenhet og transparens/gjennomsiktighet omkring måten prosjektet er utført på.

En avgjørelse som bidrar til å styrke prosjektets reliabilitet er valget av forskningsmateriale, som er fremstilt upåvirket av situasjonen og som er åpent tilgjengelig for alle. Materialet vil kunne endre seg over tid som følge av utskiftninger i utstillingene eller oppdateringer på nett, som er grunnen til at jeg har inkludert flere bilder i analysen som dokumentasjon. Det var enkelte utfordringer knyttet til avgrensning og utvalg av empiri som beskrevet i kapittel 3.1.1. og 3.2.2. som jeg måtte tenke nøye på, men som er forsøkt løst i tråd med oppgavens formål og innretning.

Fra mitt ståsted har koblingen mellom kunstformidlingsteori og sosialesemiotikk vært avgjørende for oppgavens validitet. Måten som metafunksjoner og begreper lot seg kombinere på viser relevansen i det teoretiske rammeverket, samtidig som det tar hensyn til relevante dimensjoner ved de aktuelle tekstene. Forskningsdesignet er detaljert og reflekterer en grundig tilnærming til temaet som er i tråd med mine forskningsmål. Jeg kunne ikke ha gjennomført en komparativ analyse uten den innsikten som tekstanalysene ga meg. Valg av analysemodell er en *metodetriangulering* i seg selv, som fikk et nytt lag gjennom intervjuene. Triangulering innebærer bruk av flere metodiske tilnærminger med mål om å kompensere for mulige svakheter (Østbye et. al., 2023, s. 130), og skal i utgangspunktet styrke prosjektets validitet forutsatt at bruken tilfører mer tyngde og innsikt. Intervjuene har gitt museene en stemme inn i prosjektet, som nyanserer analysefunn og drøfting på måter som gir prosjektet en større troverdighet. I tillegg til den *metodiske og teoretiske trianguleringen* som beskrives over, gjør oppgaven bruk av *datatriangulering* ved å inkludere tekster fra to institusjoner på to plattformer (Østbye et. al., 2023, s. 130-131). Dette som følge av det komparative designet. Jeg vil igjen fremheve den teoretiske trianguleringen fordi kvalitative analyser ofte bygger på teorier som må fortolkes og brukes på måter som tvinger forskeren tettere inn mot «kjernen i

begrepsbruken», slik jeg mener at mitt rammeverk har gjort. Dette er grunnen til at kvalitative studier gjerne har høy *definisjonsmessig validitet* (Østbye et. al., 2023, s. 28).

En mulig svakhet ved prosjektets reliabilitet var valget om å gjennomføre intervjuer uten lydopptak og videre transkribering, men litteraturen her er ikke entydig (Østbye et. al., 2023, s. 128-129). Dette fordi jeg fremmer en tematikk som kan være ukjent for intervjupersonene, og som favner og kobler to fagområder som det kan antas at har ulike begrunnelser for sine kommunikasjonsvalg. Framgangsmåten anerkjenner at dette er en tematikk som vil kunne modnes over tid, og det var også flere som benyttet seg av muligheten til å justere enkelte utsagn i ettertid. Jeg opplevde ikke at notatskriving underveis hemmet intervjusituasjonen, også fordi jeg har erfaring som gjør at jeg kan skrive og samtidig delta i samtalen. Den viktigste begrunnelsen er likevel intervjuets funksjon i oppgaven.

I tidligere avsnitt har jeg introdusert min bakgrunn (jf. kapittel 1.1. og 3.1.1.), som omfatter erfaring med museumssektoren og tradisjonelle kuratoroppgaver. I senere tid har jeg jobbet med allmennkulturfeltet som helhet, og med digital formidling av kunst og kultur. For de aktuelle museene er jeg en utenforstående, med relativt god kjennskap til tematikken. Videre befinner jeg meg demografisk innenfor museets kjernebesøksgruppe som kvinne over førti, noe som gir meg ytterligere perspektiv på hvordan disse museene engasjerer sitt publikum.

3.4.2. Generalisering og overførbarhet

Generalisering handler om hvorvidt innsikter fra ett forskningsprosjekt kan ha bredere gyldighet (Østbye et. al., 2023, s. 133), og om forståelsen som følger av det aktuelle tilfellet kan ha *overførbarhet* til andre og lignende tilfeller (Thagaard, 2018, s. 182). Begrepene relateres gjerne til den kvantitative forskningens tallfestede data (Østbye et. al., 2023, s. 133), men har også gyldighet for kvalitativ forskning. Dette innebærer imidlertid at det redegjøres for grunnlaget i generaliseringen på en måte som gjør det mulig for utenforstående å følge forskerens argumentasjon (Østbye et. al., 2023, s. 134).

Studieobjektet i dette prosjektet er kunstopstillinger som leses som tekster innenfor et utvidet tekstbegrep. På samme måte som tekster kan ha sjangerrelaterte fellestrekk, så opererer også kuratorer med et felles sett av virkemidler som kan gi grunnlag for generalisering (Østbye et. al., 2023, s. 287-288). Generaliseringen har to sider; den kan fokusere på kuratering som

handling, oppstilling og visuell presentasjon, eller på begrepsbruk og teoretisk overføringsverdi (Østbye et. al., 2023, s. 286). For dette konkrete prosjektet er imidlertid teori og praksis to sider av samme sak, idet begrepene nettopp rommer et større antall praktiske valg eller grep i oppstillingen. Det har vist seg at begrepene, som knytter seg til den analoge utstillingen, lett kunne overføres til digitale kunstoppstillinger ved å utvide begrepnes «funksjonalitet» noe. Dette gir grunnlag for *abstrahering*, som innebærer at vi tilskriver presentasjonsformen visse egenskaper basert på forståelsen av at alle oppstillinger gjør noe av det samme (Østbye et. al., 2023, s. 287). Det er med dette som bakteppe at jeg har inkludert noe av underlagsmaterialet for analytiske komparasjoner i vedlegg 4. Skjemaet markerer en tilstedeværelse eller et fravær av ulike faktorer/kuratoriske grep, men uten å beskrive fenomenets innvirkning på helheten, og synliggjør på denne måten et potensiale for abstrahering og generalisering. I empiriske undersøkelser må empirien organiseres og forklares med utgangspunkt i hvordan materialet skal innrettes og brukes, som igjen handler om operasjonalisering og validitet (Østbye et. al., 2023, s. 290). Komparative design er, ifølge Østbye et al. (2023), velegnet til å gi generalisert kunnskap fordi flere tilfeller fortolkes ut fra samme teoretiske rammeverk (s. 294).

3.4.3. Etske hensyn

Når jeg som student skal utføre studier som involverer andre personer, må jeg ta aktivt stilling til flere etiske problemstillinger (Østbye et. al., 2023, s. 163). Det handler i første rekke om tydelighet rundt forutsetningene for deltakelse i prosjektet, og at opplysningene som samles inn benyttes på en måte som ikke slår tilbake på enkeltpersoner (Østbye et. al., 2023, s. 163). Forskningsetikken gir videre retningslinjer for hvordan forskning bør utføres og offentliggjøres (Østbye et. al., 2023, s. 31).

Forskningsaktivitet er regulert gjennom ulike lover og retningslinjer, deriblant Den nasjonale forskningsetiske komité for samfunnsvitenskap og humaniora (NESH). Deres retningslinjer har fem deler, hvorav a) forskerfellesskapet (det kollegiale ansvaret), b) hensynet til personer (integritet, sikkerhet og velferd) og e) forskningsformidling (resultater, arbeidsmåter og holdninger) (NESH, 2021) er relevante for dette prosjektet. Videre har NESH utviklet en egen forskningsetisk veileder for internett, som peker på ytringens offentlighet, informasjonens sensitivitet, de berørtes sårbarhet og forskningens interaksjon og konsekvenser (NESH, 2019, s. 5). Relevante momenter er blant annet lagring, søkbarhet, kopieringsmuligheter og mulig uklarhet rundt hvem som er publikum (Østbye et. al., 2023, s. 164). Noen av disse momentene

inngår i Meldeskjema for personopplysninger i forskning til Sikt, hvor det må tas stilling til hvordan opplysningene innhentes, behandles, lagres og brukes. Jeg har for dette prosjektet søkt om å utføre ikke-anonymiserte intervjuer uten lydopptak, dokumentert med referat (jf. kapittel 3.3.1.). Dette fordi intervjuene har en supplerende funksjon i oppgaven. Dataene er relatert til konkrete fagområder, institusjoner og utstillinger, men er ikke av særskilt sensitiv karakter. Samtlige intervjupersoner har gjennom dialog og informert samtykke akseptert dette, og de har selv fått velge hvorvidt de ønsker å bli omtalt ved navn og/eller stillingstittel. Intervjupersonene har videre fått sine referater til gjennomsyn og godkjenning, og de har i slutfasen også mottatt en oversikt over hvilke deler av referatet som er inkludert i ferdig oppgave. Tre intervjupersoner har svart bekreftende på mine henvendelser i etterkant av intervjuet, mens én har unnlatt å svare. Jeg har, på bakgrunn av en samlet vurdering og rådføring, valgt å delvis anonymisere vedkommende i oppgaven. Lagring og sletting av data utføres etter Høgskolen i Innlandets rutiner. Det er mange sentrale stemmer som har skrevet om forskningsetikk, der Bruhn Jensen (2008) snakker om respekt og etterrettelighet i omgang med mennesker, teori, empiri og mulige forskningsfunn (Østbye et. al., 2023, s. 31-32). Karl Popper (1959) er opptatt av etterprøvbarehet og mulig *falsifisering* av forskningsfunn, som krever transparens i argumentasjon, redegjørelse og framgangsmåte (Østbye et. al., 2023, s. 33-34). Jeg har forsøkt å være forskningsetisk etterrettelig i måten jeg forklarer og begrunner ulike valg, illustrerer og beskriver analoge og digitale tekster, og ved å dele underlagsmateriale for analyser og komparasjoner (vedlegg 4). Jeg har videre vært opptatt av å ha en åpen og informert dialog med intervjupersoner før, under og etter selve intervjuet.

Ser vi på kuratorrollen som fenomen, så er det flere etiske hensyn som kunne blitt vurdert og diskutert, men som på ulike måter kretser rundt måten kuratering kan fremme mangfold og rom for nye perspektiver. Dette er tematikk som kan relateres til *hvilke* historier som fortelles, mens min oppgave opptar seg med *hvordan* og *hvorfor* «menneskelige kuratorer» konstruerer mening. Dette er også grunnen til at jeg ikke går nærmere inn på denne type temaer.

3.5. Oppsummering metode

Jeg har valgt en kvalitativ tilnærming til forskningsmaterialet, som består av tekstanalyser av, og komparasjoner mellom, Nasjonalmuseet og Munchmuseets analoge og digitale kuratering av sine samlingsutstillinger som viser sentrale arbeider av kunstneren Edvard Munch. Jeg har

i tillegg utført intervjuer med en kurator og en sosiale medier-ansvarlig/nettredaktør hos hver av de to institusjonene. Dette for å utdype og nyansere egne fortolkninger og analysefunn.

Det teoretiske rammeverket som ligger til grunn for analysene kobler sosialsemiotikkens tre metafunksjoner med sentrale analytiske begreper innenfor kunstformidlingsteorien som rommer ulike kuratoroppgaver. Dette gir grunnlag for å sammenligne kurateringspraksis på tvers av, og mellom, plattformer og institusjoner. Forskningsdesignet som helhet er innrettet og begrunnet på måter som skal ivareta kvalitet i forskningen; reliabilitet, validitet, generalisering, overførbarhet og etiske hensyn.

4. Analyse

Dette kapitlet er viet selve utførelsen av forskningsdesignet slik det er beskrevet i kapittel 3. Empirien er fordelt på to underkapitler; et for hver institusjon, og starter med en introduksjon av museet, for dernest å romme tekstanalyser av museets analoge utstilling, og av relevante digitale presentasjoner av samme utstilling på museets nettsted. De to «institusjonskapitlene» avrundes med en komparasjon av museets analoge og digitale kuratering. I tredje delkapittel utfører jeg en komparativ analyse av de to institusjonenes analoge og digitale oppstillinger. Museets stemme i form av intervjuer benyttes gjennomgående i analysene, og fungerer som en rød tråd fra analysen og inn i drøftingen i neste kapittel.

Det er analysens formål å se på komposisjonen av, og forbindelsen mellom, ulike paraverk, som igjen skaper kontekst og mulig skript. Jeg gjør gjennomgående bruk av Solhjells analytiske begreper, mens jeg i den komparative analysen i kapittel 4.3. inkluderer Hallidays tre metafunksjoner mer konkret for å utvide perspektivet noe. Jeg avslutter analysekapitlet som helhet med en kort oppsummering.

4.1. Nasjonalmuseet

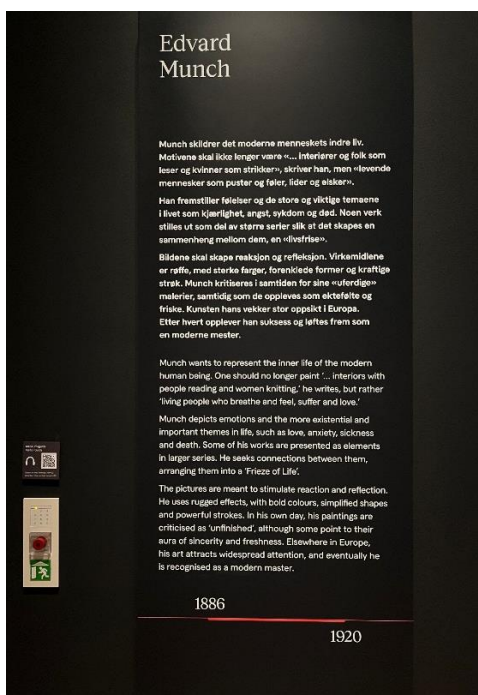
I Nasjonalmuseets Strategi 2020-2025 beskrives museets samfunnsoppdrag som «ansvaret for å utvikle, forvalte, forske på, tilgjengeliggjøre og formidle Norges største samling av kunst, arkitektur og design» (Nasjonalmuseet, 2019). *Nasjonalmuseet* ble opprettet i 1837 som Norges første offentlige og nasjonale kunstmuseum (Nasjonalmuseet, u.å.-e). Museet, som mange kjenner som *Nasjonalgalleriet*, har en lang historie med flere navnebytter, lokasjonsendringer, og innlemmelser i og med andre kunstsamlinger. I 2003 ble Nasjonalgalleriet innlemmet i stiftelsen *Nasjonalmuseet for kunst, arkitektur og design* (Nasjonalmuseet, u.å.-e), sammen med *Museet for Samtidskunst*, *Kunstindustrimuseet* og *Arkitekturmuseet*. I det nye og monumentale museumsbygget ved Aker Brygge, som åpnet for publikum 11. juni 2022, presenteres museets sammenslåtte samling for første gang under ett tak.

Nasjonalmuseets Munch-samling består av 57 malerier, 164 grafiske blad og 15 tegninger (Nasjonalmuseet, u.å.-f). De fleste arbeidene ble ervervet i kunstnerens levetid, og regnes som

sentrale og representative verk og motiver i relasjon til Edvard Munchs kunstnerskap. Museets samlingspresentasjon som helhet inkluderer om lag 6 500 kunstverk og gjenstander, av totalt 400 000 museumsobjekter, fra oldtiden og fram til i dag (Nasjonalmuseet, u.å.-g). I museets andre etasje, der kunst og arkitektur vises, er Munch viet et eget rom. Dette er en tradisjon som er videreført fra tidligere Nasjonalgalleriet, der Munch, som første norske kunstner noensinne, ble tildelt en egen sal fra 1924 (Nasjonalmuseet, u.å.-f). Presentasjonen i dette rommet er, som ellers i museet, kronologisk og tematisk organisert, og viser hovedtendenser i den norske kunsthistorien ispedd utenlandske «referanseverk» fra samlingen (Nasjonalmuseet, u.å.-g). Dette innebærer at Munchs arbeider inngår i flere av museets øvrige visningsrom, som bidrar til å sette kunstneren inn i en bredere kunsthistorisk kontekst.

4.1.1. Munch-rommet

I samlingsutstillingens rom 60, som har tittelen «Edvard Munch», vises 18 malerier fra perioden 1886-1920. Dette er en sentral periode i Munchs kunstnerskap, slik det fremgår av veggteksten i rommet som er illustrert med en tidslinje (figur 4-1). Videreføringen av Munch-rommet, samt den valgte epoken i kunstnerskapet, er kuratoriske grep som muliggjør en samlet presentasjon av Munchs mest ikoniske verker. Interessen for kunstneren og disse arbeidene kommer til uttrykk gjennom en skiltet «fast-track» til rommet, som bryter med museets øvrige skiltpraksis som heller ikke henviser til enkeltkunstnere (figur 4-2).



Figur 4-1: Veggtekst med tidslinje i Munch-rommet. Eget foto. Figur 4-2: Skiltet «fast-track» til Munch-rommet. Eget foto.

Om Munch-rommet (figur 4-3) og rommets innhold sier seniorkurator i avdeling samling ved Nasjonalmuseet Mai Britt Guleng følgende:

Kurateringen av samlingspresentasjonen forholder seg til tradisjonen med å ha et eget Munch-rom. Dette er en tradisjon som går helt tilbake til 1924 (utvidet i 1936), og som det er lagt til rette for å videreføre i byggets arkitektur. I dette rommet så ønsker vi å vise flere av verkene som ble presentert samlet i tidligere Nasjonalgalleriet, og som tilhører Munchs bildeserie Livsfrisen. Videre har vi lagt vekt på at kunstverkene skal kle hverandre.



Figur 4-3: Munch-rommet sett fra inngangen og mot fondveggen/Livsfrisen. Eget foto.

Munch-rommet er rektangulært, og har én inn-/utgang i salens kortende. Motstående vegg fungerer som en fondvegg i rommet, og er godt synlig fra inngangen. De slette veggene er malt i en dyp blå farge som komplimenterer gullfargen på rammene, og som skaper et rolig bakteppe for de fargesterke arbeidene. Samtlige kunstverk er montert fra en fast midtlinje, og med forholdsvis lik avstand til hverandre. Verkene fungerer som sider i en grafisk roman, men uten at sidene, grunnet avstand og luft, har en nær relasjon til hverandre. Punktbelysning med spotter er stillet mot kunstverkene, og etterlater resten av salen i halvmørke uten bruk av overlys. Dette gir en nærmest andektig stemning i rommet som kan synes å stå i et motsetningsforhold til mangfoldet av emosjonelt sterke, trykkende og fortvilte følelser som uttrykkes i flere av motivene. De ulike informasjonsskiltene; veggtekst, romnummer og

verksetiketter, er trykt på plater med tilnærmet samme blåfarge som veggene. Dette samsvaret mellom rom- og skiltefarge er gjennomgående i samlingspresentasjonen, og gjør at skiltene, tross mye tekst, inntar en beskjeden rolle i den visuelle helheten. Dette er et godt grep, som bidrar til den roen som preger rommet. Videre har samtlige skilt røde ytterkanter, som skaper en faktisk og symbolsk «rød (kant)tråd» som peker mot samlingspresentasjonen som en utvidet kontekst for den (periodisk) tematiske oppstillingen. Det er gjort bruk av en klassisk font med serif på skiltene overskrift, og på kunstnernavnet på verksetikettene, som gir et tradisjonelt preg. Øvrig tekst er trykket med en sans-serif type, som gir et mer moderne og modernistisk uttrykk. Veggteksten er plassert til venstre for inngangen, verksetiketter til høyre for kunstverkene. Dette kan indikere en tydelig leseretning i rommet som presenterer innrammede oljemalerier på alle fire vegger uten bruk av andre monteringslementer. Om rommets arkitektur og montering sier Guleng følgende:

Det ligger enkelte føringer i rommets arkitektur som vi ikke har hatt innflytelse på. Rommet er rektangulært, og det har kun én inn-/utgang. Alle verkene er montert på vegg. Vi vurderte på et tidlig tidspunkt å vise Skrik i en monter midt i rommet, som ville tillate oss å vise begge sider av kunstverket – også skissen på baksiden. Dette valgte vi å gå bort fra da vi ikke ønsket å fremheve Skrik, men å la verket inngå i en sammenheng.

(Mai Britt Guleng, seniorkurator i avdeling samling, Nasjonalmuseet).

Dette kuratoriske grepet kommer jeg tilbake til senere i analysen. Et skilt med et ikon som forestiller hodetelefoner og med QR-kode er plassert i tilknytning til veggteksten. Skiltet opplyser på en subtil måte om at audioguide er tilgjengelig for bruk via skanning av kode med egen mobiltelefon, som også kan fungere som et nikk til at mobilbruk i utstillingen er tillatt. To store benker er plassert på hver sin side i det store og åpne rommet, og legger til rette for ytterligere observasjon og fordypning. Museet som symbolsk kontekst er til stede i form av vakthold og avstandsmarkering på gulv, som minner oss om hvilke retningslinjer som gjelder.

Den overordnede forståelsesrammen for rommet vil ofte kunne leses ut av verkene i seg selv, og mest eksplisitt i rommets veggtekst (jf. figur 4.1):

Munch skildrer det moderne menneskets indre liv. Motivene skal ikke lenger være «...interiører og folk som leser og kvinner som strikker», skriver han, men «levende mennesker som puster og føler, lider og elsker».

Han fremstiller følelser og de store og viktige temaene i livet som kjærlighet, angst, sykdom og død. Noen verk stilles ut som del av en større serie slik at det skapes en sammenstilling mellom dem, en livsfrise.

Bildene skal skape reaksjon og refleksjon. Virkemidlene er røffe, med sterke farger, forenklede former og kraftige strøk. Munch kritiseres i samtiden for sine «uferdige» malerier, samtidig som de oppleves som ekteføyte og friske. Kunsten hans vekker stor oppsikt i Europa. Etter hvert opplever han suksess og løftes frem som en moderne mester. (Veggtekst i rom 60, Nasjonalmuseet 12.1.2024).

Det er spesielt formuleringer som «menneskets indre liv», «de store og viktige temaene i livet som kjærlighet, angst, sykdom og død» og «sterke farger, forenklede former og kraftige strøk» som konstruerer den tematiske og kunstneriske forståelsesrammen for oppstillingen. Jeg opplever imidlertid ikke de «kontekstuelle føringene» som dekkende for alle verkene som presenteres i rommet. I teksten vises det til Livsfrisen som en serie bilder som kan fortolkes i lys av hverandre, men uten at det kommer frem hvilke arbeider serien omfatter. Dette innebærer, etter mitt syn, at arbeider som *Natt i Nice* (1891) og *Høstpløying* (1919) oppleves mer fremmede innenfor den tematiske konteksten, samtidig som de, som et tidlig og sent maleri i det aktuelle tidsrommet, viser en stilistisk utvikling. Det er ikke helt klart om inkluderingen av disse arbeidene i sammenstillingen er ment å gi et mer nyansert bilde av Munchs kunstnerskap, eller om det finnes en tematisk kobling som ikke er så åpenbar. Dette kan føre til at en leter etter et følelsesinnhold som kanskje ikke er tiltenkt, men som potensielt kan fortolkes inn på bakgrunn av hvordan arbeidene er satt sammen med andre verk. Ser vi derimot på et verk som *Skrik* er fortolkningsrommet i sammenstillingen tydeligere (jf. figur 4-3). Som en forlengelse av *Livets dans*, plassert til venstre for *Skrik*, kan den billedlige opplevelsen relateres til kjærlighet, begjær og sjalusi. Ser vi *Skrik* som en slags forløper til *Døden i sykeværelset*, som er montert til høyre for *Skrik*, fremstår angsten mer eksistensiell, ensom, smertefull og desperat. I sammenstillingen oppleves *Skrik* å stå i et slags spenningsfelt mellom liv og død. Det antas at denne «emosjonelle reisen» er en bevisst del av kurateringen.

Det er i utgangspunktet ingen verk som fremheves som mer eller mindre betydningsfulle i rommet. Det er også lite ved monteringen som vitner om et større nærvær, eller fravær, av kontekstuell sammenheng. Kunstverkene på fondveggen, som er synlige fra inngangen, ser ut til å være gitt en sentral plass. Jeg ser plasseringen som museets svar på publikums antatte forventning om å gi de ikoniske verkene en viss oppmerksomhet og synlighet, og samtidig ivareta det kuratoriske valget om ikke å fremheve enkeltverk - men å la de inngå i en sammenheng eller serie. Guleng forteller følgende om Livsfrisen:

I selve Munch-rommet er fondveggen viet en miniutgave av Livsfrisen. Verkene som inngår i Livsfrisen strekker seg fra Kyss på venstre side til og med Melankoli på høyre side. Livsfrisen består av verker som Munch selv sammenstilte, og de er hengt i en rekkefølge som spiller kunstnerens serietenkning fra start til slutt.

(Mai Britt Guleng, seniorkurator i avdeling samling, Nasjonalmuseet).

Munch stilte flere ganger ut et utvalg av sine verker i en tematisk billedfrise som han kalte Livsfrisen. Tematikken som preget utvalget av verk til denne bildeserien var kjærlighet, angst og død, men frisens omfang og sammensetning kunne variere. Serien kan ses som et uttrykk for Munchs eksperimentelle og ekspressive holdning, som ikke bare kom til uttrykk i enkeltverk – men også i serietenkning. Nasjonalmuseet eier syv verker som har blitt utstilt som del av Livsfrisen, og som altså strekker seg fra *Kyss* til *Melankoli*. Dette kunne det ha blitt opplyst om i tekst, eller gjennom sammenstilling. Her ville en tettere montering indikert en nærmere tematisk forbindelse, eller motsatt kunne man ha markert et brudd til den øvrige oppstillingen i form av et større opprom og mer luft. Et slikt grep kunne bidratt til å gi sentrale verk den ekstra oppmerksomheten de fortjener, samtidig som det ville gitt en indikator på når og hvor publikum oppfordres til «serielesning». Det er fordeler og ulemper ved ikke å utheve enkeltverk, men å la de inngå i en «likestilt» sammenheng. Det er ingen kunstverk som krever at vi skjerper oppmerksomheten litt ekstra, utover at de, i verdi av seg selv og sine spesifikke kvaliteter, fremhever og løfter hverandre. Samtidig ville et valg om tettere eller luftigere sammenstilling hatt følger for den generelle atmosfæren i rommet, som antas å kunne oppleves mer kontrastfylt og ikke like harmonisk og tilnærmet symmetrisk. Dette kan tyde på at kuratoren prioriterer den unike og ensartede stemningen i rommet over historiefortelling og kontekstuell formidling, slik Guleng også bekrefter.

Det er ikke lagt opp til at det skal formidles en bestemt historie gjennom kurateringen, som innebærer at utstillingen kan erfares ulikt fra person til person.

(Mai Britt Guleng, seniorkurator i avdeling samling, Nasjonalmuseet).

Jeg leser ikke utstillingen på samme måte, selv om jeg er enig i at det ikke formidles en historie som er dekkende for oppstillingen som helhet. Både audioguide og veggtekst støtter seg til Munchs egne formidlingsgrep og til nedskrevne tekster, som er et uttrykk for museets faglige kontekst så vel som kunstnerens refleksjoner. Audioguiden tilbyr noe ekstra kontekst for, og detaljer om, Livsfrisen, men gir ingen informasjon om sammenstillingen i rommet

ellers. Dette innebærer, slik jeg ser det, at formidlingen ikke er direkte lukket, men at museet heller ikke avstår fra å tilby sin faglige forståelsesramme. Gjennom tekst; veggtekst, grundige verksetiketter og audioguide, gir kuratoren innblikk i noe av tematikken i og omkring verkene som fungerer som kunnskapsknagger. Faglig sett opplever jeg at rommet forteller historien om en dreining i Munchs kunstnerskap mot en stilistisk periode som skulle «slippe han løs» som kunstner, og mot et slags ekspresjonistisk uttrykk som tar tak i, og søker å finne kjernen i, det mangfoldet av følelser som vi bærer i oss. Jeg mener det er denne forståelsesrammen som publikum mer eller mindre direkte introduseres for, men som det gjerne kunne blitt gitt mer informasjon om. Ønsket gjelder i første rekke audioguidens tre minutter lange lydfortelling, som er den eneste lydfortellingen som sier noe om Munch-rommet som helhet. Videre har kurateringen er praktisk side som følge av utlån og utskiftning av verk:

Livsfrisen og de to arbeidene på hver side av inngangen, Syk pike og Selvportrett med spanskesyken, henger mer eller mindre fast. På venstre side av rommet vises tidlige verk, og på høyre side vises arbeider fra 1890-tallet.

...

Kunstverkene er plassert med forholdsvis lik avstand fra hverandre, men denne vil variere over tid fordi vi har mye utlån av Munch-verk og da må vi hente inn andre verk av Munch som passer innholdsmessig og som har noenlunde samme størrelse uten større omrokninger.

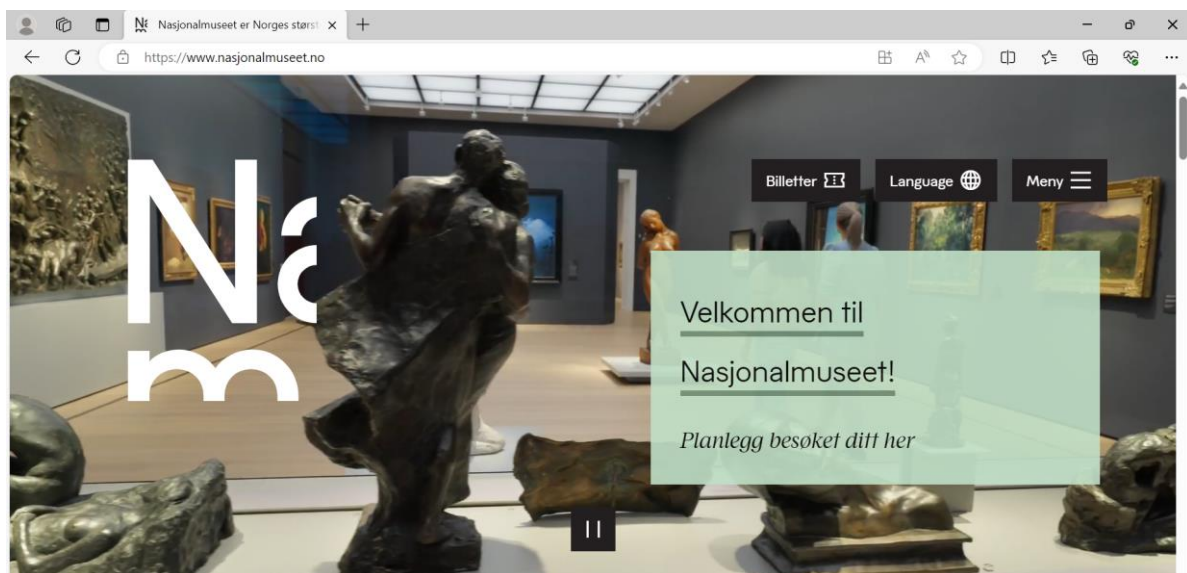
(Mai Britt Guleng, seniorkurator i avdeling samling, Nasjonalmuseet).

En kan undre seg over om *Høstpløying* var tenkt som del av utstillingen fra start, eller om verkets innplassering skyldes utlån. Kanskje ville et annet verk ivaretatt det jeg opplever som tematikken i rommet på en bedre måte. Det er usikkert om utskiftningsproblematikken har betydning for veggteksten og audioguidens tekstuelle innhold, og hvorfor det ikke gis mer kontekst til rommet som helhet. Utover dette opplever jeg en slags selvfølgelighet i selve kurateringen som lever opp til forventningene, og hvor alle paraverk; veggfarge, skiltefarge, arkitektur og belysning, spiller på lag for å løfte verkene og den helt spesielle atmosfæren som omgir dem i rommet. Kurateringen er behagelig og lettfattelig, og utfordrer eller overrasker ikke publikum nevneverdig. Vi forstår umiddelbart hvordan rommet bør leses gjennom en rekke paraverk som fremstår som lite vektlagt og nærmest usynlige i rommet. Sett i lys av hvordan for eksempel Stavanger Kunstmuseum har kuratert Halvdan Hafstens samling, som er radikalt annerledes og eksperimenterende (Elton, 2024, jf. kapittel 2.1.1.), så kan løsningen fremstå klassisk og forutsigbar. Det er ikke sikkert at landets Nasjonalmuseum er det rette

stedet for såpass utradisjonelle grep, samtidig som man kanskje kunne ønsket seg noen «avvik» i den kuraterte sammenhengen og iscenesettelsen. Museet lykkes i å løfte kunstens aura på en måte som oppleves verdifull og autentisk. Løsningen er effektiv, stemnings- skapende og, som følge av enkel avkoding, inkluderende.

4.1.2. Nasjonalmuseets nettsted

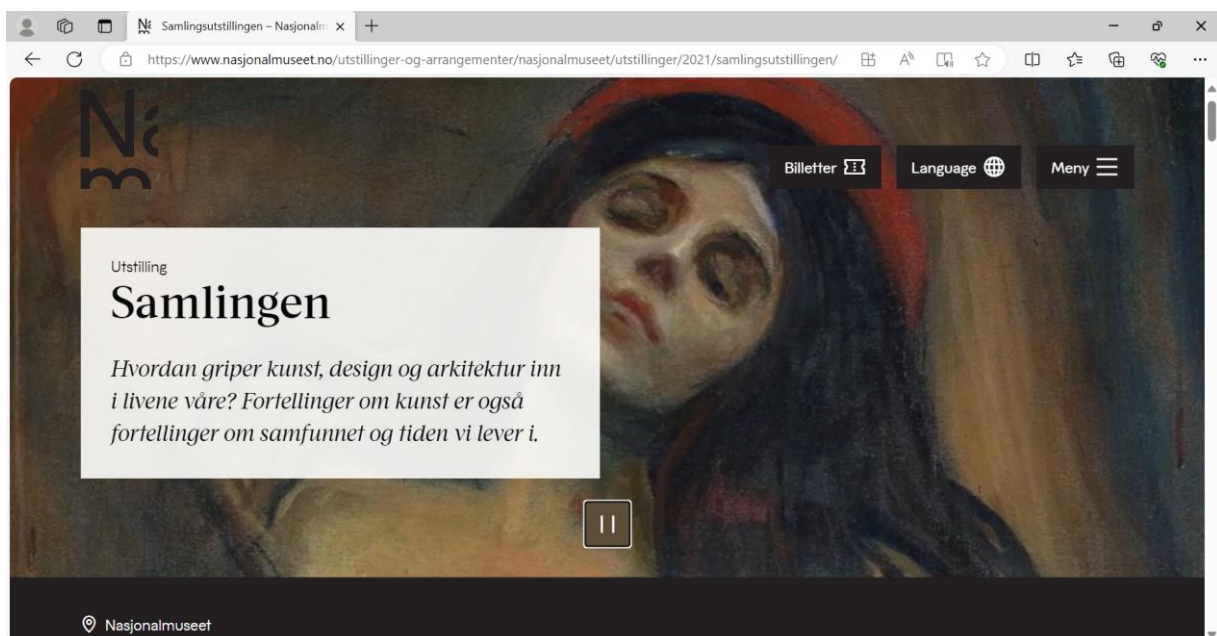
Nasjonalmuseets digitale presentasjon av Munch og Munch-rommet fordeler seg over flere nettsider. Jeg starter denne tekstanalysen med et kjapt blikk på startsidene, før jeg ser nærmere på samlingspresentasjonen, Munch-rommet og Livsfrisen som er det innholdet som kan relateres til den analoge utstillingen.



Figur 4-4: Fra filmsnutt øverst på startsidene på nasjonalmuseet.no. Skjermbilde hentet 13.2.2024.

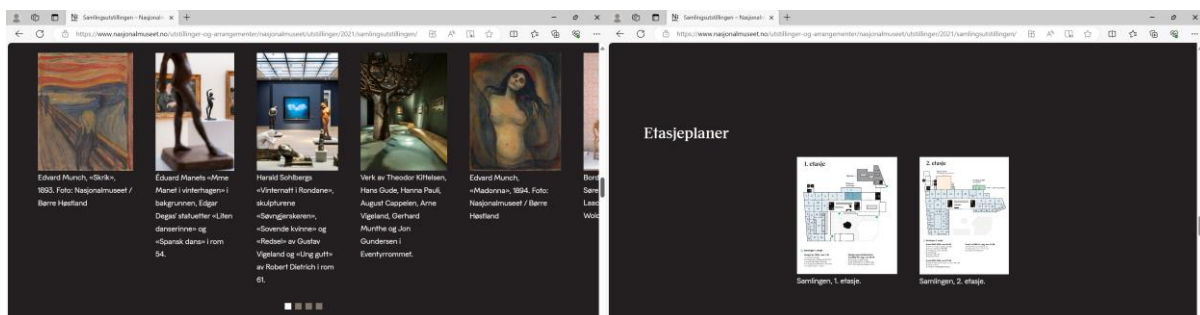
Startsidene (figur 4-4) er det digitale publikummets førstemøte med museet, og fungerer på mange måter som nettstedets symbolske kontekst på lik linje med det fysiske museumsbygget. Vi forventer å bli raskt introdusert for museets identitet og innhold, og for et brukergrensesnittdesign (jf. kapittel 2.2.2) som leder oss i ønsket retning. Slik fungerer menyer og innholdsstruktur som nettstedets scenografi, og relasjonen mellom tegn og modaliteter som paraverk som i sum formidler et meningsinnhold. Det er dette meningsinnholdet som er den digitale oppstillingens kontekst, mens *brukerstien*; hvordan vi finner fram til og fortolker innholdet, er et uttrykk for det digitale skriptet. Nasjonalmuseets startside imøtekommer forventningene i form av en film uten lyd, som er klippet sammen av bildemateriale fra museet. På under 20 sekunder har vi fått et oversiktsbilde som inkluderer museumsrommet og

flere sentrale museumsobjekter; nært og på avstand, med og uten mennesker, interiør og eksteriør. Denne raske introduksjonen krever ikke ord, som innebærer at museet kan fatte seg i korthet med teksten «Velkommen til Nasjonalmuseet! Planlegg ditt besøk her» som er plassert i en tekstboks til høyre over filmen. Filmen fyller hele skjermens bredde og øvre del, som innebærer at logo og knapper for «Billetter», «Language» og «Meny» ligger som statiske elementer over filmen. Hver av knappene har et tilhørende ikon; en billett og en jordklode, mens meny-ikonets tre vertikale og parallelle linjer indikerer at dette er en «hamburgermeny» som leder til en ny side med flere menyvalg. Videre nedover på siden organiseres innhold i rektangulære felt med beskrivende overskrifter som «Hva skjer?», «Besøk» og «Aktuelt». Herunder gis en samlet fremstilling av aktualiteter og saker som er presentert som små visuelle enheter bestående av et bilde, en kortfattet tekst og en hyperlenke. Oppbyggingen bærer preg av det viktigste først, og det er begrenset hvor mye innhold som er tilgjengelig direkte fra startsiden. Nederst på siden finner vi en bunnmeny i form av et rektangulært gråsvart felt med lenker og snarveier for blant annet kontaktinformasjon, åpningstider og museets sosiale medier-kanaler. Meny- og innholdsstrukturen fremstår både oversiktlig og logisk, og det er i utgangspunktet ikke vanskelig å orientere seg. Det påpekes at ingen av Munchs arbeider inngår i «startfilmen», men er brukt til å illustrere innhold av mer sekundær karakter slik som «Medlemskap», «Utforsk samlingen digitalt» og «Last ned Nasjonalmuseets app med audioguide». Under «Hva skjer?» velger jeg førstevalget som er «Samlingen».



Figur 4-5: Fra filmsnutt øverst på siden som presenterer samlingen på nasjonalmuseet.no. Skjerm bilde hentet 13.2.2024.

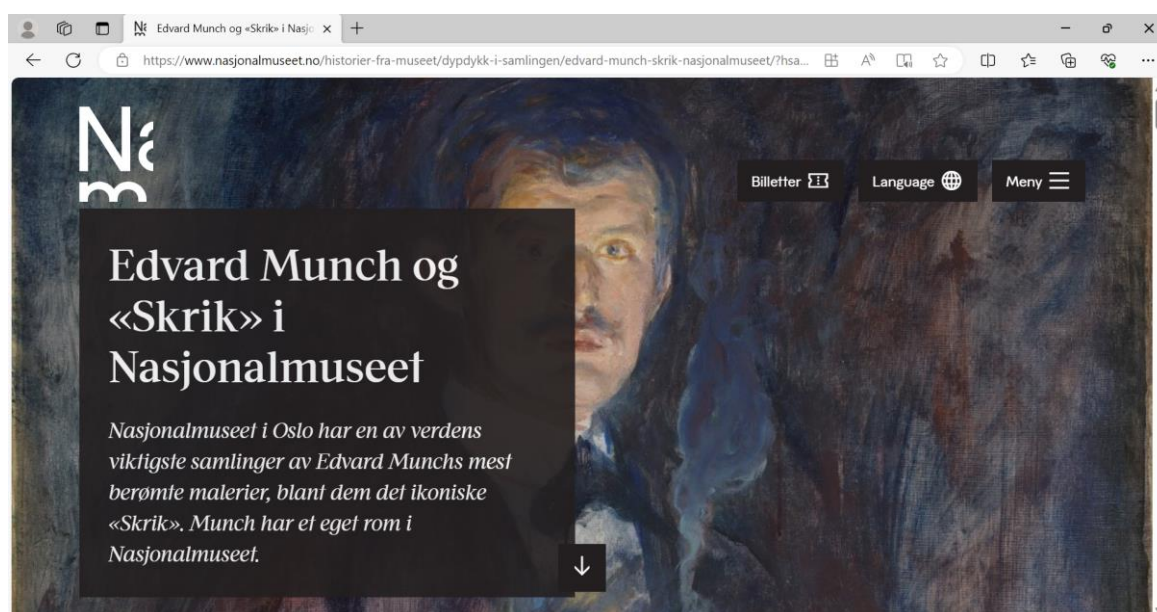
Samlingspresentasjonen (figur 4-5) har samme oppbygging som startside, som innebærer at øverste del av skjermbildet er viet film uten lyd. Dette fungerer fint som en innledning til sidens innhold. Filmen retter fokus mer direkte mot samlingsinnholdet, der et utsnitt av Munchs *Madonna* er åpningsbilde. Det overliggende tekstfeltet, som på undersider av startside er flyttet fra høyre til venstre i skjermbildet, virker litt stort, og har tidvis uheldig plassering i forhold til motivet under. Bruken av levende bilder gjør likevel at problemet er forbigående, i tillegg til at størrelsen gir god lesbarhet. Tekstboksen inneholder overskriften «Samlingen» og teksten «Hvordan griper kunst, design og arkitektur inn i livene våre? Fortellinger om kunst er også fortellinger om samfunnet og tiden vi lever i.» (Nasjonalmuseet, u.å.-a). Teksten, som fungerer som en ingress til siden, er generell og viser bredde, samtidig som spørsmålsstilling, og det å dra linjer til egen tid, er en måte å engasjere leserne og aktualisere innholdet på. Et kjapt overblikk på siden viser at den, i tillegg til levende bilder, gjør bruk av modaliteter som tekst, stillbilder og grafisk innhold (figur 4-6). Designet fra startside, med rektangulære felt som grupperer ulike typer innhold, er erstattet av et større gråsvart felt som utgjør bakgrunnen for alt direkte utstillingsrelatert innhold. Dette indikerer sammenheng, selv om presentasjonen veksler mellom flere modaliteter som tekst, punktlister, stillbilder og plantegninger. Videre benyttes hyperlenker som tilbyr leseren å oppsøke mer utdypende informasjon om konkrete temaer og verk.



Figur 4-6: Flere modaliteter på siden som presenterer samlingen på nasjonalmuseet.no. Skjermbilde hentet 13. 2.2024.

Under filmen møtes vi at to knapper, såkalte *Call to action (CTA)*, som oppfordrer til handlingene «Kjøp billetter» og «Bli medlem». Knappene, som først og fremst er salgsrettet, er et uttrykk for en brukerorientering som svarer til et mulig eller forventet publikumsbehov. Det er en progresjon i det tekstlige innholdet på siden, som starter generelt og med samlingen som helhet. Videre følger en oversikt over innhold fordelt på rom og etasjer presentert som en punktlister. Tekstene er presise og enkle å forstå. Det gis en kortfattet omtale av samlingsutstillingen i første etasje, og dernest i 2. etasje, som begge er eksemplifisert med fotografier

av verk og gjenstander fra samlingen. I beskrivelsen av museets 2. etasje nevnes Munch og hans «... mange fremstillinger av menneskets følelsesliv, blant annet *Skrik*» (Nasjonalmuseet, u.å.-a), der *Skrik* er en hyperlenke som leder til en ny side med utfyllende informasjon om verket. Teksten forholder seg overordnet til samlingsutstillingen, og gir et oversiktsbilde. Det at Munch nevnes spesifikt forteller oss at kunstneren er sentral i samlingen. Dette understøttes ved nevnte hyperlenke, og ved at det vises to Munch-verk blant utvalget av bilder som er gjort på siden. Både *Skrik* og *Madonna* er presentert med en kort bildetekst som fungerer som en enkel verkstekst, og med mulighet for forstørrelse og nærmere øyesyn. Stillbildene presenteres med lik størrelse, og med et bevegelig design som innebærer at bildene «sklir på plass» fra høyre i skjermbildet. Dette gir en visuelt fin effekt på en side som kan oppleves litt statisk og tung, tross god variasjon i presentasjonsmåter. Neste punktliste, «Besøk samlingen virtuelt», tilbyr multimodale opplevelser tilknyttet samlingen; en videoomvisning, lydfortellinger og virtuelle omvisninger i ulike deler av samlingen, samt en mulighet til å «Utforsk(e) dine favoritter og lag egne samlinger blant over 50 000 kunstverk og objekter fra museets digitale samling». «Samlingsbolken» avsluttes med planskisser som viser nevnte etasjer, og kontaktinformasjon til involverte. Supplerende innhold er, som på startsiden, organisert under nye overskrifter mot hvit bakgrunnsfarge. Under overskriftene «Les mer» og «Planlegg ditt besøk» presenteres relatert innhold som visuelle enheter med bilde, tekst og hyperlenke som leder til egne og nye nettsider. Jeg har fått et innblikk i samlingspresentasjonen som helhet, og har valget om å finne mere informasjon under «Les mer» og «Samlingspresentasjonen: konsept og oppbygging», men søker fortsatt informasjon om det konkrete rommet.



Figur 4-7: Edvard Munch og «Skrik» i Nasjonalmuseet. Om Munch på nasjonalmuseet.no. Skjerm bilde hentet 13.2.2024.

Under «Les mer» velger jeg, litt på måfå, «Historier fra museet», og deretter «Dypdykk i samlingen». Det er produsert en rekke dypdykk, som beskrives som «... Nasjonalmuseets samlinger gjennom historier som går bak verkene, kunstnerne og det du kanskje allerede vet» (Nasjonalmuseet, u.å.-b). Per 15. januar 2024 fantes det 74 slike historier, der «Edvard Munch og `Skrik´ i Nasjonalmuseet» (figur 4-7) lå som nummer 17. Innholdsmessig har siden i stor grad samme struktur som samlingspresentasjonen med unntak av at film er erstattet med et verksbilde; *Selvportrett med sigarett*. I «ingressen» kan vi lese at «Nasjonalmuseet i Oslo har en av verdens viktigste samlinger av Edvard Munchs mest berømte malerier, blant dem det ikoniske `Skrik´. Munch har et eget rom i Nasjonalmuseet» (Nasjonalmuseet, u.å.-c). Under følger et større gråsvart felt som samler informasjon om Munch og Munch-rommet. Teksten brytes opp av to større bilder av henholdsvis *Skrik* og *Madonna* med tilhørende bildetekst, ett Munch-sitat som vedrører *Skrik*, og en film der en malerikonservator viser to kuriositeter ved *Skrik*-maleriet. Om Munch i Nasjonalmuseet kan vi lese at:

I Munch-rommet i Nasjonalmuseet kan du se 18 av Munchs mest sentrale verk. Flere av maleriene er fra 1890-tallet, og disse utgjør et tyngdepunkt i Nasjonalmuseets samling.

Rommet innledes av Munchs gjennombruddsverk *Det syke barn* fra 1886. Maleriene som inngår i Livsfrisen har en sentral plass i presentasjonen, her skildrer Edvard Munch det moderne sjelsliv. Serien inkluderer kjente verk som *Skrik*, *Madonna*, *Aske*, *Livets dans* og *Døden i sykeværelset*.

Det vises også malerier av Munchs kunst i andre av museets utstillingsrom, og slik settes han inn i en kunsthistorisk kontekst. (Nasjonalmuseet, u.å.-c).

Det vises i denne teksten til samme kontekst som i utstillingen, men med litt flere spesifikke detaljer. Beskrivelsen etterfølges av et bilde av Munch-rommet som i denne sammenheng fungerer som en illustrasjon til teksten som beskriver rommet, men som også gir det digitale publikummet et innblikk i utstillingen som visuell kontekst. Det er et tydelig samsvar mellom den analoge og digitale oppstillingen. Beskrivelsen under gjelder mer generelt, og ikke bare museets nettsted.

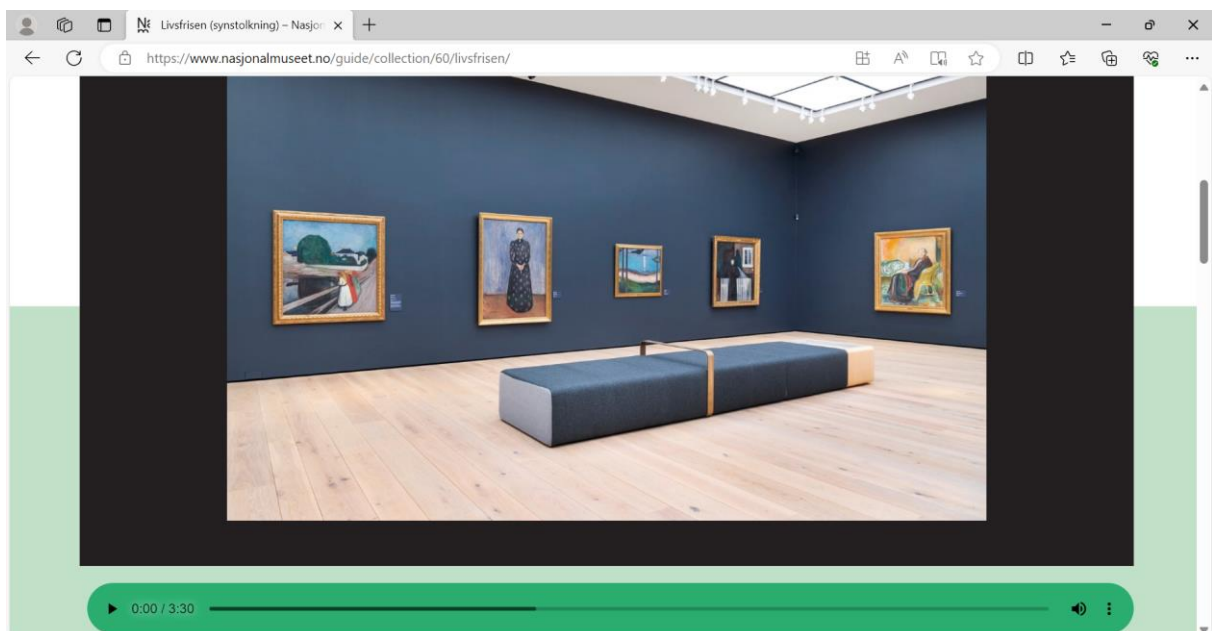
Digitale presentasjoner og analoge utstillinger samspiller på den måten at vi planlegger mye av det innholdet vi viser knyttet til den fysiske utstillingen som publikum kan oppsøke.

(Ellisiv Brattfjord, SoMe-ansvarlig og nettredaktør, Nasjonalmuseet).

Når vi kommer til supplerende eller utdypende innhold så skifter bakgrunnsfargen fra gråsvart til hvitt, som indikerer et slags brudd i oppstillingen. Her presenteres «Et utvalg verk av

Edvard Munch» med bilde og en kort klikkbar tekst, som igjen leder til nye nettsider med utfyllende informasjon om verk, motiv og kunstner. Disse beskrivelsene er informasjonsrike, og gjør det mulig å tilegne seg kunnskap om enkeltverk før eller etter et utstillingsbesøk. Jeg savner imidlertid flere verk i utvalget som er gjort, deriblant *Natt i Nice* og *Høstpløying* som jeg stilte spørsmålstegn ved i den analoge utstillingen. Kanskje ville en tilsvarende presentasjon av disse arbeidene bidratt til å forklare deres relevans i Munch-rommet. Under «Les mer» nederst på siden finner vi blant annet «Samlingen» og «Historier fra museet». Det er altså en tydelig brukersti tilbake til samlingspresentasjonen, til tross for at det manglet en tilsvarende sti fra samlingen og til Munch-rommet. Jeg går veien tilbake til «Samlingen», og under «Opplev utstillingen virtuelt» velger jeg «Lytt til 124 lydfortellinger om verk fra samlingspresentasjonen».

Lydfortellingene er, som øvrige aktualiteter, organisert som visuelle enheter bestående av bilde og tekst i et slags avvikende rutenett. Det er mange å velge blant, og jeg benytter meg derfor av sorteringsfunksjonen som innebærer at jeg kan velge romnummer. Sorteringen viser at det er seks tilgjengelige lydhistorier som omhandler rom 60. Jeg velger «Livsfrisen (synstolkning)» (figur 4-8), som inkluderer en kort beskrivelse av rommet i forkant av selve lydfortellingen.



Figur 4-8. Lydfortelling Livsfrisen (synstolkning) på nasjonalmuseet.no. Skjermbilde hentet 13.2.2024.

Det auditive innholdet består av noe bakgrunnsmusikk og to stemmer. En av stemmene fungerer som forteller, og den andre som en skuespiller som leser utdrag av tekster skrevet av Munch selv. Lydfortellingen gir informasjon om foranledningen for Munchs berømmelse og for Livsfrisen, og nevner konkrete titler på verk som inngår i frisen (Nasjonalmuseet, u.å.-d). Lydfortellingene er transkribert nederst på samme nettside. Grepet bidrar til å formidle Livsfrisen spesielt, og Munch-rommet generelt, for et digitalt publikum, slik SoMe-ansvarlig og nettedaktør ved Nasjonalmuseet Ellisiv Brattfjord forklarer under.

Vi er et nasjonalt museum som skal gi et tilbud til alle uavhengig av hvor de bor, og dette er noe vi tenker på når vi produserer digitalt innhold. Vi har tatt for oss enkeltverker, for eksempel når vi har produsert lydfortellinger på flere språk som er tilgjengelig via museets nettsider. Lydfortellingene kan også høres i appen som er museets audioguide. Fortellingene er ikke først og fremst produsert for nettsidene, men vi mener at det er viktig å tilgjengelig gjøre de også der.

Lydfortellingen, som det henvises til over, er illustrert med ett enkelt bilde fra Munch-rommet som ikke viser verk fra den aktuelle sammenstillingen (Livsfrisen). Det antas at formatet, som er produsert for app og som audioguide, begrenser de multimodale mulighetene, samtidig som det burde være mulig å vise bilde av rett vegg. Jeg forstår museets argumentasjon for å gjøre fortellingene tilgjengelig for et digitalt publikum, samtidig som formatet, av nevnte grunn, oppleves som lite egnet for nett. Måten som lydfortellingen er presentert fremstår uventet statisk og lite engasjerende i dette formatet, kanskje først og fremst fordi de bryter med et ellers gjennomgående brukergrensesnittdesign. Jeg tar meg selv i å ønske at lydfortellingen kunne blitt kombinert med et annet «virtuelt tilbud», for eksempel eggenavigasjonsmuligheten i utstillingsrommet. Lydfortellingen er kortfattet, men informativ, og den supplerer noe til den tekstlige informasjonen som gis i den fysiske utstillingen.

4.1.3. Komparasjon av analog og digital kuratering

Oppstillingen, slik den er presentert både analogt og digitalt, forholder seg til en todelt kontekst. Dette er samlingspresentasjonen; kunsthistorien, som setter Munchs kunstnerskap og den aktuelle oppstillingen inn i en historisk og til dels sosial kontekst, og Livsfrisen som søker innover i, og til relasjonene mellom, de ulike verkene. Jeg kan ikke se at det formidles supplerende kunnskapsknagger eller narrativer til Munch-rommet som helhet, men at det tilbys mer informasjon om enkelte verk. Digitale presentasjoner viser ofte et tverrsnitt av den

analoge utstillingen. Dersom plattformene skal utfylle hverandre så kunne man kanskje tenke seg at det gis flere supplerende kontekster digitalt. Dette er også et ønske fra museets side:

Når man har kuratorens fokus på utvalgte verker, og de leverer et tekstlig underlag, så er det fint å nyttig gjøre seg av dette til innhold i flere kanaler. Vi har planer om å bygge ut nettsidene med mer lyd- og videoinnhold. På denne måten kan vi jobbe med mer fokusert digitalt uttak basert på samme tekstmateriale. Selv om innholdet på ulike måter kan supplere utstillinger og samling, så er vi også opptatt av at det skal kunne stå på egne bein.

(Ellisiv Brattfjord, SoMe-ansvarlig og nettredektør, Nasjonalmuseet).

Dette fordrer imidlertid samarbeid og innsikt i hverandres fagområder, som ikke er like etablert per i dag.

Jeg har ikke et sterkt forhold til den digitale presentasjonen fordi vi ikke bruker nettsidene på den måten. Jeg tror ikke at jeg har bidratt til denne presentasjonen, men jeg har bidratt med andre tekster i rommene som presentasjonen kanskje bygger på. Jeg mener likevel at digitale presentasjoner er viktige, ikke minst for at publikum skal få mer informasjon og et bedre grunnlag for besøket.

(Mai Britt Guleng, seniorkurator i avdeling samling, Nasjonalmuseet).

Mens man i den analoge utstillingen finner en «fast-track» til Munch-rommet, så finnes det ingen slik til nettsiden «Edvard Munch og `Skrik´ i Nasjonalmuseet». Her kunne man sett for seg en hyperlenke fra samlingspresentasjonen direkte, idet Munch er en sentral skikkelse som navngis og trekkes frem, eller direkte til «Dypdykk i samlingen». Videre kunne man kanskje ønsket seg at enkelte «dypdykk» kunne fremheves, og ikke forsvinne nedover på siden etter hvert som nye kommer til. Det finnes ingen åpenbar brukersti til informasjon om Munch-rommet fra Samlingspresentasjonen, som kan føre til kompliserte og søkende digitale skript. Selv om man på generell basis ikke kan sikre seg mot dette, så mener jeg det er mulig i dette konkrete tilfellet. Det digitale skriptet står i et misforhold til den direkte skiltingen i museet, og den likefremme kurateringen av Munch-rommet, som på mange måter er mer tilgjengelig enn det digitale alternativet. Sett i sammenheng med nettstedets startside, der Munch er valgt utelatt fra «introduksjonsfilmen», så kan det virke som at museet ikke ønsker å fremheve kunstneren digitalt på samme måte som man gjør i museumsbygget. I stedet er den digitale bruken av «fast tracks» mer plattformspesifikk og salgsrettet, og tar gjerne form av CTA-

knapper. Et alternativ er bruk av hyperlenker og fremhevet innhold, som skaper noe av den samme umiddelbarheten. Jeg legger til at «Historier fra museet» er tilgjengelig via hamburgermenyen øverst på siden, selv om man fortsatt må lete etter det aktuelle «dypdykket».

I den analoge utstillingen så er det naturlig nok kunstverkene som spiller hovedrollen, støttet av tekst og andre paraverk. På digitale flater så har teksten en viktigere rolle, og den har gjerne økende viktighet jo lengre inn i innholdsstrukturen vi kommer. Selv om både analoge og digitale presentasjonsformer gjør bruk av begge modaliteter, så kan det synes som at vektingen dem imellom endrer seg på digitale plattformer. Her fungerer bildet i mange tilfeller som illustrasjon og visuell støtte til teksten, som følge av mer tekst og færre eller mindre bilder. Videre kommer det til uttrykk gjennom leseretning. I utstillingen er verksetiketter plassert til høyre for kunstverket, som indikerer at vi skal betrakte først og lese etterpå. Digitalt legges ofte tekstbokser foran bildet som fungerer grafisk, men som samtidig innebærer at bildet trer i bakgrunnen. Det er flere måter å «lure inn» understøttende eller utdypende informasjon digitalt, og som gir mulighet for mye tekstlig innhold uten at det tar stor plass i den visuelle helheten. Museet kunne gjerne gjort mer av dette. Selv om jeg i denne analysen peker på enkelte, for meg, logiske brister i den digitale kurateringen av Munch, så oppleves innholdsstrukturen både oversiktlig og lett tilgjengelig. Jeg liker spesielt bruken av bakgrunnsfarge på undersider, hvor én farge favner om utstillingsrelatert innhold. Dette fordi det oppleves som en visuell kobling til den fysiske utstillingen. Det gjøres god bruk av mediets paraverk i form av ulike tegn og modaliteter, samtidig som det også er et potensiale for bedre utnyttelse. Et eksempel er lydfortellingen som, ved bruk av tale, mulig kan formidle mer komplekst informasjon, og da spesielt i kombinasjon med relevante stillbilder, film eller virtuell navigering. Det er god tilgang på virtuelle opplevelser fra samlingen som gir god støtte i planleggingen av et museumsbesøk, men som ikke er visuelt tilfredsstillende som et selvstendig kunstmøte. Dette grunnet utfordrende manøvrering og dårlig bildekvalitet som også innebærer at vi ikke kan lese de tekstlige paraverkene i det virtuelle rommet. Det er likevel tydelig at plattformen innehar muligheter for formidling av komplekst innhold på en lett tilgjengelig måte, og da spesielt for de som ikke anser fysisk tilstedeværelse som avgjørende for opplevelsen eller som ikke har anledningen til å oppsøke utstillingen og Nasjonalmuseet.

4.2. Munchmuseet

Munchmuseet forvalter arven etter Edvard Munch som kunstneren selv testamenterte til Oslo kommune i 1940 (Nasjonalmuseet, u.å.-d). Samlingen, som er blant verdens største samlinger fra én enkelt kunstner, består av 26 724 verk, og inkluderer 1 200 malerier, 7 050 tegninger/skisser, 18 322 grafiske blad av 842 forskjellige motiver, og 14 skulpturer (Nasjonalmuseet, u.å.-e). I tillegg eier museet en rekke trykkplater, litografiske steiner, fotografier, tekster, brev og personlige eiendeler. I Årsberetning 2023 oppsummerer museet sitt samfunnsoppdrag til «MUNCH skaper sterke kunstopplevelser for et bredt og mangfoldig publikum og trekker linjer mellom fortid, nåtid og framtid» (Munchmuseet, 2023, s. 6). Det er museets løfte at «Ingen går fra Munchmuseet uberørt» (Munchmuseet, 2023, s. 6). Museets samling består, i tillegg til gaven fra Munch, av samlingene etter Rolf Stenersen, Amaldus Nielsen og Ludvig O. Ravensberg, og representerer en om lag hundreårig kunsthistorie (Munchmuseet, u.å.-e).

I 1948, to år etter Munchs død, vedtok Oslo kommune å bygge et framtidig Munchmuseum. Museet stod ferdig i 1963, etter langvarige diskusjoner om museets form og plassering, og hvordan man som kommune skulle vekte sosialdemokratiske hensyn opp mot internasjonale ambisjoner. Det internasjonale preget er tydeligere i nye MUNCH som, etter at det ble vedtatt flytting i 2008, kunne åpne dører til et nytt og høyreist museumsbygg i Bjørvika 22. oktober 2021. MUNCH er 13 etasjer høyt, og byr på 11 utstillingssaler hvis formål er å vise ulike innganger til Munchs liv og kunst i kombinasjon med samtidskunst og andre internasjonale modernister (Munchmuseet, u.å.-f). Museets presenterer fire samlingsutstillinger som fremstår som retrospektive separatutstillinger, og som i sum utfyller hverandre. Utstillingen *Uendelig* er en av disse.

4.2.1. Utstillingen *Uendelig*

Samlingsutstillingen *Uendelig*, som vises i museets fjerde etasje, presenterer 76 malerier, 41 papirarbeider (grafiske trykk, akvareller og tegninger), to bronseskulpturer, ett filmopptak, to illustrerte tekster og ni fotografier (Munchmuseet, 2023, s. 14). Utstillingens intensjon er å vise bredden og kompleksiteten i Munchs kunstnerskap, både tematisk og kunstnerisk, slik kurator ved Munchmuseet beskriver:

Den overordnede ideen bak utstillingen Uendelig er å vise bredden i Munchs kunstnerskap; mangfoldet, variasjonen, kjente og ukjente motivkretser – og kanskje kunne overraske litt. Videre ønsket vi å si at det ikke finnes én riktig lesning av Munch. I denne utstillingen så har vi valgt å gå bort fra kronologien og biografien, og å rette fokus mot kunsten.

Utstillingen vises i to saler som er forbundet via en felles gang hvis adkomst er via ett av de to utstillingsrommene. Det er én inngang til hver av de to salene, og begge er skiltet med pil. Her møtes vi at lettvegger som danner nye gangareal med åpning i begge ender, og som i sum muliggjør fire startsteder i utstillingen. Dette er et utradisjonelt grep som videreføres i, og forsterkes av, en innovativ utstillingsarkitektur som spiller en vesentlig rolle i oppstillingen som helhet. I sal 1, som er den minste av de to og kvadratisk formet, er det bygget en skråstilt romkube sentralt i salen med åpning i alle hjørner. Kuben oppleves som et «rom i rommet», samtidig som «ytterveggene», som henvender seg til ulike deler av salen, skaper løsere seksjoner i utstillingen. I sal 2, som er større og rektangulært formet, er det plassert to romkuber etter samme prinsipp og med samme funksjon (figur 4-9).



Figur 4-9: Synslinjer, veivalg og tematiske seksjoner i utstillingen *Uendelig*. Eget foto.

Det kubene gjør, i tillegg til å bryte opp rommet og danne soner i utstillingen, er at de skaper synslinjer og trafikale bevegelsesmuligheter på tvers av, og gjennom, salene. Grepet bidrar til uventede verkssammenstillinger med tilhørende fortolkningsmuligheter, som er positivt tankevekkende og engasjerende. Utstillingen som helhet er montert ut fra en fast midtlinje, og sekvensert og komponert med tettere og luftigere partier, deriblant grupperinger, som skaper interesse og variasjon. Begge utstillingssalene fremstår som hvite kuber, kun avbrutt av de tre skråstilte romkubene som er fargesatt. Kubene er malt i rødt (sal 1), svart og lys rosa (sal 2). Dette er farger som spiller på lag med utstillingsarkitekturen og som støtter opp under Munch som moderne mester. Det antas at mer lysømfintlige verk er plassert i kubene, som gir mulighet for mer fokusert lysregulering. Utstillingen fremstår som vital og sammensatt, men også litt uoversiktlig og forvirrende – kanskje som følge av at det gis lite informasjon, direkte og indirekte, om «bruken» av utstillingen. Vi leter etter en logisk riktig vei gjennom utstillingen, et skript, som ikke nødvendigvis finnes. Vi møter tekster om ulike temaer på tilsynelatende tilfeldige steder i utstillingen, og det gir seg ikke nødvendigvis selv hvor ett tema slutter og det neste starter. Det er heller ikke meningen.

Arkitekturen har en viktig funksjon i denne utstillingen fordi den bidrar til å underbygge åpenheten, bredden og de ulike innfallsvinklene som temaene løfter. Dette er temaer som flyter litt over i hverandre; flere av verkene vil kunne passe inn i flere «temakontekster», som er grunnen til at kunstverkene ikke er stramt seksjonert.

(Kurator, Munchmuseet).

Vi møter flere tekster i utstillingen, som i utgangspunktet er å forstå som fyldig kuratering. Samtidig er føringene overraskende få. Veggtekster og enkle verksetiketter er klistret direkte på vegg uten skiltplate, og er utført i en fonttype uten seriffer. Den sorte skriften mot hvite eller fargede vegger gir et moderne preg. De ulike innholdselementene, fargene og tekstene skaper brudd og kontrasterte variasjoner i den visuelle helheten. Det kan synes som at det opplevde fraværet av en tydelig kuratering er et poeng ved utstillingen, i det vi som publikum nærmest tvinges til å innta en mer søkende og reflekterende rolle. Dette underbygges av flere sitteplasser sentralt plassert i utstillingen, som nettopp skaper rom for undring og ettertanke. Det var likevel tenkt noe mer tilrettelegging fra kurators side.

Ved å gå bort fra kronologien så legges det ikke til rette for at publikum skal oppleve verkene i en bestemt rekkefølge. [...]. Det var opprinnelig tenkt at deler av utstillingsteksten skulle

plasseres ved hver av inngangene slik at publikum var bevisst på dette grepet. Dette er en åpningsutstilling som ble planlagt før bygget stod klart, og det viste seg at flaten hvor teksten var tenkt plassert ikke var egnet til formålet. Det skal imidlertid utarbeides en brosjyre som vil være tilgjengelig ved inngangene.

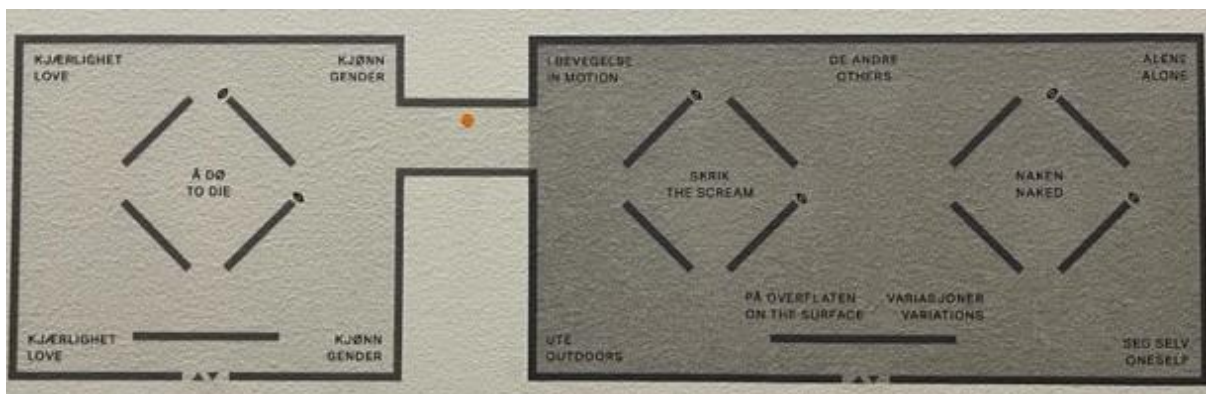
(Kurator, Munchmuseet).

Det er ikke så enkelt å finne fram til en overordnet forståelsesramme i utstillingen gjennom utvalg og sammensetning av kunst alene. Det er ikke før man har kommet et godt stykke inn i utstillingen, i gangen mellom de to salene (figur 4-10 og 4-11), at vi får tilgang til den informasjonen som kurator nevner. Teksten, som er mer overbyggende for helheten og plassert på vegg, gir også en bredere kontekstuell forståelse av utstillingen:

Forståelsen av Edvard Munchs kunst er hele tiden i utvikling og endring. Museets forskning og utstillinger preges av samfunnet omkring oss og hvilke spørsmål vi mener det er særlig relevant å stille i dag. I denne utstillingen ønsker vi å vise Munchs kunst som noe uavsluttet og åpent, hvor det er plass til flere perspektiver og forestillinger.

Utstillingen er inndelt i tolv ulike temaer som man kan oppleve i den rekkefølgen man selv ønsker: *Alene, Å dø, Kjærlighet, Kjønn, Ute, Naken, De andre, Seg selv, I bevegelse, På overflaten og Variasjoner*. De tolv temaene fanger inn det følelsesmessige i Munchs kunst, motivtypene han arbeidet med, og hans nyskapende utforskning av forskjellige kunstneriske medier. Det finnes ingen gal eller riktig vei gjennom utstillingen – vi ønsker å la det være opp til hver enkelt å finne «sin» Munch. Dette er en av museets fire samlingsutstillinger, som gir ulike innfallsvinkler til Edvard Munchs mangfoldige kunstnerskap og liv. Til sammen danner de en helhet som sier noe om hvem Munch var som kunstner og menneske, og om museets samlinger. Den ene sannheten om Edvard Munch og hans arbeid finnes ikke. Der med kan Munchs kunst og vår forståelse av den også beskrives som uendelig.

(Veggtekst i utstillingen *Uendelig*. Munchmuseet 4.1.2024).



Figur 4-10: Planskisse som viser arkitektur og tematisk inndeling i utstillingen *Uendelig*. Eget foto.



Figur 4-11: Overbyggende tekst for utstillingen *Uendelig* er plassert i en gang mellom salene. Eget foto.

Formuleringer som «uavsluttet og åpent», «plass til flere perspektiver og fortellinger», «oppleve i den rekkefølgen man selv ønsker», «ingen riktig eller gal vei» og «vi ønsker å la det være opp til den enkelte å finne `sin´ Munch» er styrende for denne utstillingen. Den kontekstuelle konstruksjonen oppnår å synliggjøre bredde og variasjon, som er den egentlige konteksten for utstillingen, samtidig som den tilbyr tolv mer konkrete tematiske innganger til Munchs arbeider. I tematekstene kan vi spore subtile antydninger til kunnskapsknagger; små glimt av kunstnerens liv eller argumentasjon knyttet til eget kunstnerisk arbeid, men som forenkles gjennom spørsmål, refleksjoner og linjer til egen tid - som i temateksten *Alene*:

Munch viser oss at det finnes mange måter å være alene på. I bildene hans møter vi den ufrivillige isolasjonens mørke, den vi ikke klarer å unnsnippe selv om vi vil. Noen ganger forsterkes ensomhet gjennom andre mennesker. Selv i selskap med andre kan vi føle oss utenfor. Kanskje tenker vi at ensomhet er noe som hører bestemte livsfaser til, samtidig vet vi at den kan ramme oss når vi minst venter det. For de aller fleste mennesker er det å føle seg alene en del av livet, enten man bor for seg selv eller lever i en familie. Åpenheten i Munchs bilder tyder på at han visste noe om dette. For han var det å skape kunst uløselig knyttet til det å være alene. Slik kan vi si at hvert av Munchs bilder er en øvelse i ensomhet. (Tematekst *Alene* i utstillingen *Uendelig*. Munchmuseet, 4.1.2024).

I denne sammenhengen framstår det som en naturlig vektlegging at *Skrik* gis spesiell oppmerksomhet, ettersom verket har fått en dedikert tematisk plassering og en egen romkube i utstillingen. I den sorte kubens finner vi tre versjoner av det kjente motivet; et temperamaleri, en tegning og et litografi, som er utstilt i innebygde skap som åpner og lukker seg etter et forhåndsdefinert og tidsinnstilt program (Munchmuseet, 2023, s. 15). Løsningen begrenser tiden som hvert enkelt verk eksponeres for lys, i det vi kun ser én versjon om gangen. Tematisk kunne rommet fokusert på opplevelsen av angst i Munchs motiver, som er den mest brukte inngangen til verket. Rommets formål er imidlertid å formidle at det finnes flere versjoner av det ikoniske motivet i ulike teknikker, som har en praktisk side som forklart over, men som også relaterer seg til temaet *Variasjoner* som vises i en av seksjonene utenfor kubens. Selv om denne tilnærmingen ikke nødvendigvis er den mest faglig interessante inngangen til verket, åpner arkitekturens utforming opp for nye refleksjoner når verket betraktes i lys av forskjellige temaer. På samme måte som *Skrik* settes i forbindelse med *Variasjoner*, så kunne man sett for seg en lignende kobling til eksempelvis temaet *Alene*. Utstillingen utmerker seg ved bruk av innovative arkitektoniske løsninger som bidrar til helhetsopplevelsen, mens noen av de tematiske inngangene kan oppfattes som mindre dypgående, noe som potensielt kan virke forenkende. Museet har likevel i stor grad klart å presentere et bredt og variert innhold på en måte som er tilgjengelig for publikum, selv om dette i noen tilfeller kan ha gått på bekostning av dybden i formidlingen. Kanskje dreier det seg i mindre grad om valget av temaer, men om hvordan disse temaene er utforsket gjennom tekster som kunne hatt mulighet til å belyse Munchs virke som kunstner på en mer innsiktsfull og engasjerende måte. For kurator ved Munchmuseet har den åpne formidlingen vært et poeng:

For Uendelig så har det vært viktig å gi mye bredde uten for mye fakta. Det er når man gir for mye fakta at man låser seg til historiene. I stedet fokuserer vi på ulike tematiske innganger på et mer overordnet nivå, som er en av grunnene til at det ikke nevnes enkeltverker i tematekstene.

...

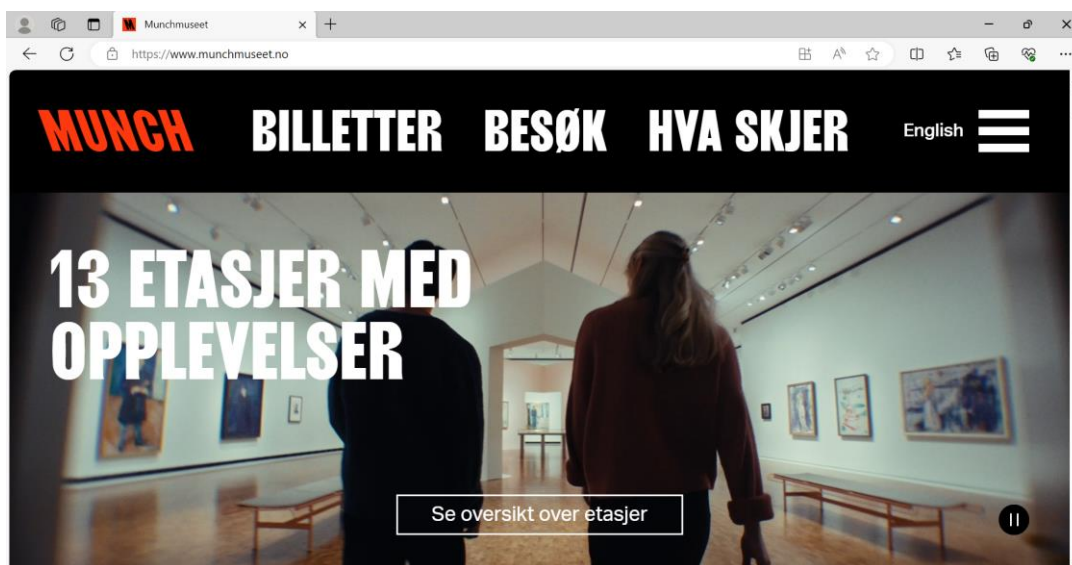
Jeg ønsker at publikum skal sitte igjen med en wow-opplevelse, opplevelsen av å få et utvidet eller mer nyansert blikk på Munchs kunstnerskap. Kjennskapen til Munchs kunstnerskap knytter seg ofte til historiene om angst og traumer av ulike slag, historier som rommer en rekke sentrale arbeider – men han gjorde så mye mer.

(Kurator, Munchmuseet).

Utstillingen spiller opp publikumsrollen og publikums makt til å forme egne historier som er forfriskende, samtidig som den fratruker besøkende kjente virkemidler for orientering. Det er mange og synlige paraverk i rommet som ikke egentlig peker retning, noe som kan oppleves forvirrende og frigjørende på samme tid. Utstillingen er bygd opp rundt et mangfoldig publikums subjektive erfaringer i møte med Munchs kunstnerskap, som understøttes av en audioguide som tilbyr en kombinasjon av faglige og personlige innfallsvinkler til enkeltverk. Utstillingen, som audioguiden, viser stor åpenhet for egne fortolkninger, og søker ikke å påtvinge publikum kunstfaglige forståelsesrammer. Jeg kan likevel savne noe mer faglighet i den tekstuelle kurateringen som, sett i lys av denne oppgavens innretning, oppleves noe redusert. Kurateringen ellers er dynamisk, overraskende og leken, ikke minst som følge av utstillingsarkitekturen som åpner opp for publikum som «medkuratorer» gjennom et stort antall mulige skript og verkssammensetninger med tilhørende fortolkningsmuligheter. Dette er et grep som gir assosiasjoner til nyere og digitale medier, og som oppleves samtidsaktuelt.

4.2.2. Munchmuseets nettsted

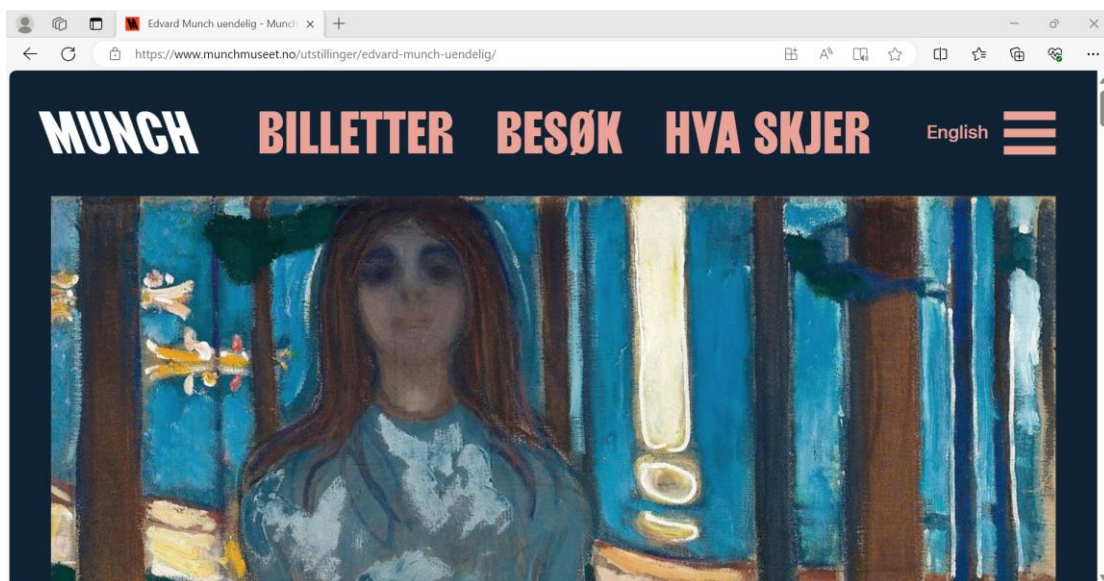
På Munchmuseets nettsted presenteres utstillingen *Uendelig* som en avgrenset enhet, på samme måte som i museumsrommet. Dette gjør det enklere å finne konkret informasjon om utstillingen. På den aktuelle siden finner jeg innhold som relaterer seg til utstillingen på ulike måter, deriblant et filmet intervju med kurator som introduserer utstillingen. På søken etter multimodalt innhold finner jeg serien «Edvard Munch stories», der jeg velger en «episode» som omhandler portrettet som motivkrets. Dette fordi utstillingen rommer temaene *De andre* og *Seg selv* som består utelukkende av portretter. Også her starter jeg på startsidene.



Figur 4-12: Fra filmsnutt øverst på startsidene på munchmuseet.no. Skjermbilde hentet 13.2.2024.

Det er filmen som setter tonen i publikums førstemøte med Munchmuseet på nett (figur 4-12), men med tydelig definerte menyer som forankrer brukergrensesnittdesignet. Filmen, som fyller hele skjermens bredde, beveger seg oppover i museets etasjer ved å vise glimt fra tre av fire samlingsutstillinger (*Uendelig*, *Monumental* og *Skygger*), for til slutt ende i museets Skybar med panoramautsikt over Oslo. Vi ser kun bilder fra innsiden av museet. Med unntak av en sekvens som viser verket *Skrik*, så er det mennesker inkludert på alle klipp. Det er plassert tekst direkte over filmen; «13 etasjer med opplevelser», og med en CTA-knapp «Se oversikt over etasjer». Toppmenyen er klart definert på et svart felt, med logo til venstre og med menyvalgene «Billetter», «Besøk», «Hva skjer» og språkvalget «Engelsk». Et ikon som indikerer en «hamburgermeny» (jf. kapittel 4.1.2.) er plassert lengst til høyre, og leder oss til en ny menyside. På samme måte som logoens navnetrekk er skråstilt i «motsatt kursiv», som jeg oppfatter som et nikk til bygningsarkitekturen, så har også valgene i hamburgermenyen den effekten at de skråstiller seg når vi har musepekeren over. Grafikken er effektiv i det den viser «reaksjon» på handlingen som utføres, samtidig som den spiller på lag med museets grafiske profil. Det er svært mye innhold på siden som er gruppert under tydelige overskrifter, eller bokset inn i fargede rektangler. En overvekt av innholdet presenteres med klikkbart bilde og en kort tekst, som leder videre til nye nettsider med mer utfyllende informasjon. Blant de mange headingene nedover på siden så nevner jeg CTA-knapper som «Kjøp billett», «Inngang for medlem» og senere «Bli medlem», og overskriftene «Utstillinger», «Planlegg ditt besøk», «Arrangement», «Bli kjent med Edvard Munch» og «-Les- historier fra samlingen». Innholdsgruppene brytes opp av filmer i breddeformat, som gjør variasjonen i modaliteter visuelt spennende og dynamisk, uten at de fordrer mer enn et visuelt engasjement. Bunnmenyen, som har form av et større svart felt nederst på siden, har flere lenker og valg, og med en tydelig synliggjøring av museets sponsorer i form av en logopresentasjon. Jeg velger å oppsøke «Utstillinger» og «Edvard Munch Uendelig» som er tilgjengelig både fra startsiden og via hamburgermeny.

Utstillingspresentasjonen innledes med et bilde fra utstillingen; *Sommernatt. Stemmen*, som får stå alene uten tekst (figur 4-13). Dette er et effektivt valg, i det motivet bærer i seg flere momenter som Munch er kjent for. Plasseringen av kvinneskikkelsen som henvender seg direkte til betrakteren, skogen og månesøylene som speiler seg i vannet, er alle sentrale motiver i Munchs kunstnerskap. Bildet er plassert mot en mørk blå bakgrunn med rosa tekst, som er farger som synes å være hentet ut av motivet og som også videreføres videre på siden.



Figur 4-13: Presentasjon av *Uendelig* på [munchmuseet.no](https://www.munchmuseet.no) med *Sommernatt. Stemmen*. Skjerm bilde hentet 13.2.2024.

Videre følger utstillingens tittel og en «ingress» som oppfordrer oss til å «Bli med på en ny og enestående oppdagelsesreise i Edvard Munchs kunst. Opplev verdenskjente motiver som *Skrik* og *Madonna*, og la deg overraske av ukjente hovedverk og uventede blikk inn i dette mangfoldige kunstnerskapet» (Munchmuseet, u.å.-a). Derfra følger et hvitt felt med CTA-knappene «Kjøp billett» og «Bli medlem», i tillegg til mer utdypende informasjon om utstillingen som også inkluderer enkelte hyperlenker som tar oss til nye nettsider med utfyllende informasjon om kunstneren og museets samling. «Brødteksten» går lengre i å skissere mulige kontekster, idet det nevnes ideer, arbeidsprosesser og mellommenneskelige problemstillinger, eksperimentering og nyskaping, teknikker og motivkretser – også her med oppmerksomheten rettet mot publikums egen opplevelse. I et etterfølgende rosa felt vises bilder fra utstillingen; først i form av utvalgte verk med verksinformasjon, og dernest som «Bilder fra utstillingen» som viser det kuraterede rommet med og uten mennesker. Videre på siden følger ulike temabokser med relatert innhold under overskriften «Se også». Det gjøres bruk av få semiotiske ressurser på siden; kun tekst og stillbilder, i motsetning til startsiden som inneholdt flere filmer. Samtidig utfyller webdesignet, tekst og bilder hverandre på en god måte, og ved å inkludere bilder fra utstillingen gis et innblikk i den komplekse utstillingsarkitekturen.

På nettsiden presenterer vi alle utstillinger i en standardisert form, mens relatert innhold vokser underveis.

(Seniorrådgiver digitalt innhold, Munchmuseet).

Under overskriften «Les mer» finner vi 17 temabokser med relatert innhold per 12. februar 2024. Den niende i rekken er en videointroduksjon til utstillingen *Uendelig*. Her er det kurator Trine Otte Bak Nielsen som snakker. Hun befinner seg ikke i utstillingen, men sitter på en stol mot hvit bakgrunn – delvis vendt mot publikum. Hun kan blant annet fortelle at «Vi har gått vekk fra kronologien og heller valgt å presentere det via temaer som er ganske spredt, og er med på å styrke bredden i hva Munch har gjort» og «Dette er Munchs egen samling. Den sammensetningen er det han selv som har valgt, og verkene han selv har valgt å ta vare på» (Munchmuseet u.å.-b). Underveis i filmen klippes det inn stillbilder av verk som kuratoren snakker om. Kuratoren går noe lengre i å forklare bakteppet for utstillingen, og hun bruker forholdsvis mye tid på *Skrik*-rommet og rotasjonsvisningen. Videre gir hun et innblikk i hvordan Munch arbeidet. Filmen, som er teksten på engelsk, forholder seg i stor grad til utstillingen, og gir ingen supplerende kunnskapsknagger. Avslutningsvis vises museets logo i raskt vekslende farger, før filmen avsluttes med en sponsoroversikt og bildekreditering. Jeg søker videre etter mer konkret innhold om de utstilte verkene. Tilbake på startsidene, under overskriften «Bli kjent med Edvard Munch», oppdager jeg serien «Edvard Munch stories» (figur 4-14) som synes å ha tematikk med overføringsverdi til utstillingen *Uendelig*.



Figur 4-14: Flere «Edvard Munch Stories» er tilgjengelig på munchmuseet.no. Skjerm bilde hentet 13.2.2024.

Jeg velger «Edvard Munch's portraits part 1» da det er mange portretter, selvportretter og menneskefremstillinger i utstillingen. Fortellingen er produsert som film ment til bruk på Instagram, men er gjort tilgjengelig via nettsiden. Her møtes vi av stillbilder og levende bilder, musikk, grafikk og en fortellerstemme som spør på engelsk: «Hva er et portrett? Er det

bare en nøytral skildring av hvordan en person ser ut? Er det en idealisert versjon av noens karakter? Kan det avsløre noe om sjelen? Eller ser det bedre ut med filter?» (Munchmuseet, u.å.-c). Fortelleren snakker om hvordan Munch, som var tidlig ute med å fotografere, mente at det malte portrettet måtte bidra med noe som fotografiet ikke kunne. Av denne grunn fokuserte han på stemninger, personlighet og karakter, og måter dette kunne visualiseres på. Fortelleren, som ved et par anledninger er synlig i bildet og i selve utstillingen, drar paralleller til Instagrams bruk av «sjel-filter». Fortellingen er rikt illustrert av portretter, deriblant flere fra utstillingen *Uendelig*, som utdyper det innholdet som det snakkes om. Innimellom kobles nåtid og fortid ved at innholdet relateres til mediet eller at det legges på grafiske effekter (figur 4-15). Selv om filmsnutten ikke går dypt inn i tematikken, så lykkes den i å skape kunnskapsknagger som utdyper oppstillingen både analogt og digitalt.



Figur 4-15: Et utvalg bilder fra «episoden» Portraits Part 1 på munchmuseet.no. Skjerm bilde hentet 13.2.2024.

En nettside kan enkelt serve flere behov. Nettsiden kan romme både funksjonelt og narrativt innhold, og alt trenger ikke å være like synlig. Eksempelvis vil ikke det narrative innholdet være det første du møter på nettsiden, men det er spredt rundt omkring i innholdsstrukturen som berikende elementer.

...

Uendelig er utgangspunktet for et univers av digitalt innhold som finnes på ulike plattformer, og som presenterer kunstneren, ulike verk eller formidlingsgrep gjort i utstillingen. [...] Edvard Munch Stories er små og store historier om kunstnerens liv og virke som er utarbeidet primært for sosiale medier. Det er ikke Uendelig som er utspringet for denne serien, men fordi

serien inkluderer en rekke verk fra utstillingen så kan den også bidra til å utdype deler av tematikken der. Vi forsøker hele tiden å finne historier i utstillingene som kan formidles.

(Seniorrådgiver digitalt innhold, Munchmuseet).

Filmsnuttene gjør bruk av en rekke semiotiske ressurser; stillbilder, levende bilder, tale, musikk, tekst og grafikk, og av verkets modaliteter på en måte som engasjerer. Jeg ser for meg at formen også ville kunne fungere godt til å formidle litt dypere innhold.

4.2.3. Komparasjon av analog og digital kuratering

Utstillingen forholder seg på den ene siden til mangfoldet og bredden i Munchs kunstnerskap, men også til en rekke mer spesifikke temaer. Slik oppleves også den «digitale kurateringen», selv om innholdet ikke nødvendigvis relaterer seg direkte til den analoge utstillingen.

Jeg tenker ikke på digital presentasjon når jeg kuraterer utstillinger. Samtidig så bestemmes tematikk og konsept tidlig, gjerne flere år før utstillingen blir en realitet, som innebærer at man også kan begynne å tenke digital innholdsproduksjon tidlig.

(Kurator, Munchmuseet).

Digitalt innhold støtter seg ... ofte på den analoge presentasjonen ved at vi henter tematikk og historier fra utstillingen. Det er et mål at digitalt innhold skal forsterke eller berike den fysiske utstillingsopplevelsen, samtidig som vi ønsker at innholdet skal kunne stå på egne bein.

(Seniorrådgiver digitalt innhold, Munchmuseet).

Der den analoge utstillingen kan oppleves overveldende og litt vanskelig å få taket på, så er den digitale presentasjonen likefrem og nokså forenklet. Begge oppstillingene vektlegger publikums egne fortolkninger ved å fokusere på innhold som i stor grad er visuelt tilgjengelig uten spesielle forkunnskaper. Digitalt gis det imidlertid enkelte knagger til hva man kan se etter eller feste seg ved, blant annet i form av serien «Edvard Munch stories». Historiene, som er produsert uavhengig av utstillingen, fokuserer også på det rent visuelle og kanskje også litt overfladiske temaer, men på en måte som gjør oss mer bevisste på hvordan Munch brukte farger og symboler til å uttrykke et dypere meningsinnhold. Jeg opplever at filmsnuttene er spesielt vellykket i måten de gjør bruk av mediets modaliteter. Her benyttes levende bilder og stillbilder om hverandre. I stillbildene benyttes en svak og bevegelig zoom-funksjon, som gjør

at helheten fremstår filmatisk og levende. Det er en letthet og direktehet i formidlingen, deriblant som følge av tale, som jeg mener at også burde egne seg til mer omfattende formidling. Selv om «Edvard Munch stories» ikke er digitalt tilgjengelig via nettsiden som presenterer utstillingen *Uendelig*, så oppleves det naturlig å måtte lete litt dypere i innholdsstrukturen for å finne denne type innhold. Videre er «storyene» som nevnt også tilgjengelig via startside.

Munchmuseets bruk av navnet MUNCH fungerer som en analog «fast track» i seg selv, og er naturlig nok beskrivende for innholdet vi møter også på digitale plattformer. På samme måte som utstillingen *Uendelig* presenterer et stort antall kunstverk, så rommer også nettsidene et omfangsrikt univers av innhold – og mye av dette er direkte tilgjengelig fra nettstedets startside. Det er likevel en logikk og ryddighet over presentasjonen, som er mer åpenbart digitalt enn analogt. Jeg opplever at begge plattformer evner å holde på interessen og engasjementet, til dels som følge av dette. Det er gjort flere forsøk på å bygge kunnskapsknagger rundt Munchs kunst, tematisk i utstillingen og digitalt gjennom narrativt innhold. Selv om man kan diskutere tyngden i enkelte av disse tilnærmingene, så mener jeg likevel at det er et pluss at museet skaper variert innhold som jeg mener vil senke terskelen til museet for flere.

Vi prøver å tilføre kunnskapsknagger i møte med Munchs kunst på ulike måter. Det kan være i form av nettpresentasjoner av hans liv og virke, av enkeltverk eller ulike historier.

(Seniorrådgiver digitalt innhold, Munchmuseet).

Dette er kanskje også grunnen til at bildet som modalitet oppleves mer likestilt med tekst på museets nettsted. Når bilde og tekst samspiller som to likeverdige medier er det et større potensiale til at de fremhever og løfter hverandre opp. I et museum der samlingen består for det meste av kunstbilder må respekten og forståelsen for bilde som medium være til stede, slik jeg opplever her. Tekst underbygger bilder i like stor grad som bilder illustrerer tekst, og bildene får i stor grad stå mer eller mindre på egne bein – slik *Sommernatt. Stemmen* får stå visuelt uforstyrret på nettsiden som presenterer utstillingen *Uendelig*. Digitalt benyttes farger til å skille mellom innhold med ulike modaliteter, på samme måte som farge sekvenserer enkelte tematiske innfallsvinkler analogt.

Utstillingen *Uendelig* kan på den ene siden oppleves som tydelig kuratert som følge av utstillingsarkitektur, tekstmengde og varierte sammenstillinger av verk. Utstillingen kan samtidig oppleves som løst kuratert sett i lys av de mange trafikale valgmulighetene og friere sekvenser som skaper utydelige tematiske overganger og oppfordrer publikum til å ta egne valg. Kanskje nettopp derfor oppleves det digitale universet å stå i et slags motsetningsforhold; innholdsrikt, men tydelig strukturert, historierikt - men ikke kontekstuell førende. Kurateringen, spesielt analogt, viser tiltro til publikum som fortolker ved å aktivere et fortolkningsrom som i stor grad er visuelt tilgjengelig, men da på bekostning av mer faglige perspektiver. Dette kan være en bevisst strategi for å fremme en umiddelbar og personlig respons, men det kan også innebære at dyptgående, faglige perspektiver blir ofret for umiddelbar visuell appell. Dette synes likevel å være et bevisst grep idet analoge og digitale plattformer utfyller hverandre.

4.3. Komparativ analyse av to museers kurateringspraksis

I analysen benytter jeg de analytiske begrepene kontekst, paraverk og skript når jeg skal beskrive forståelsesramme, sammenstilling av verk og modaliteter/tegn, scenografi og bevegelsesmønster i analoge og digitale oppstillinger. Disse begrepene er som beskrevet i kapittel 2.1.3., en overføring og omskrivning av Hallidays tre metafunksjoner tilpasset kurateringsfortolkende formål. I denne komparasjonen av to museers kurateringspraksis på analoge og digitale plattformer, tar jeg eksplisitt utgangspunkt i de tre metafunksjonene som en oppsummering av museenes kurateringspraksis.

4.3.1. Den ideasjonelle metafunksjonen

Den ideasjonelle metafunksjonen skal undersøke oppstillingens forståelsesramme eller kontekst slik denne kommer til uttrykk i utvalg og sammensetning av verk/bilder, og gjennom bruken av særlig tekst som paraverk.

Museene har valgt to svært ulike tilnæringer til kontekstuell konstruksjon. Nasjonalmuseets kuratering er historisk-kronologisk med en, for dette rommet, tematisk avgrenset periode av et kunstnerskap. Munchmuseet har valgt å bryte kronologien fullstendig og tilby hele tolv litt løsere tematiske innganger til det brede utvalget av verk som fremvises. Digitalt virker det som begge museene har valgt å presentere en «forenklet kontekst»; for Nasjonalmuseet så er

det kronologien som er mest fremtredende, og for Munchmuseet så beskrives flere relevante innganger til verkssammenstillingen – men uten at det fokuseres konkret på de analogt definerte temaene. Nettopp dette poenget blir understreket i utsagnet til Guleng:

Jeg har ikke tenkt på at det er, eller bør være, et direkte forhold mellom samlingsutstillingen og det innholdet som presenteres på nett. Vi har imidlertid skrevet mer utfyllende tekster om enkelte verk, som også er tenkt brukt som grunnlag for publisert innhold. Vi tenker ikke på det digitale innholdet som del av utstillingen eller som en digital utstilling, og jobber ikke så tett med innholdet.

(Mai Britt Guleng, seniorkurator i avdeling samling, Nasjonalmuseet).

Når institusjonene settes opp mot hverandre, og spesielt de analoge utstillingene, så kunne forskjellene knapt ha vært større. Samtidig finnes det en naturlig forklaring på dette som handler om hver av institusjonenes samlingssammensetning. Nasjonalmuseets Munchsamling består av representative hovedverk med et tyngdepunkt i den aktuelle perioden. Munchmuseets samling rommer alt kunstneren selv valgte å ta vare på, og har på denne måten flere lag med både hovedverk og «støtteverk». Der Nasjonalmuseets kuratering kan forklares gjennom avgrensning, så har Munchmuseet motsatt strategi. Deres tallrike samling gjør det mulig å vise en bredde og variasjon både tematisk, stilistisk og med tanke på mediebruk, som gir mulighet for en mer grunnleggende forståelse av kunstneren. Dette har en verdi i seg selv, som det er naturlig at museet ønsker å gjøre bruk av. Store ulikheter til tross, så opplever jeg et visst samsvar i det kunstneriske innholdet som fremvises, og da spesielt sett ut fra den beskrivelsen som gis av utstillingen *Uendelig* i Munchmuseets Årsberetning 2022:

Temaene fordeler seg på tre hovedgrupper: a) det eksistensielt betonte, b) det som gjelder Munchs bruk av etablerte motivsjangre som landskap, akt, portrett og selvportrett, og dernest c) det som gjelder hans kunstneriske eksperimentering med det formmessige og maleriske. (Munchmuseet, 2023, s. 14).

Nasjonalmuseet er i sin oppstilling innom to av disse tre hovedgruppene; det eksistensielt betonte, og flere etablerte motivsjangre. Forskjellene kan derfor tydeligst relateres til omfang og bredde; 18 malerier kontra 131 arbeider i ulike materialer og medier. Sett i sammenheng med museenes øvrige samling, så er det derfor naturlig at museene velger den kontekstuelle innretningen de gjør, og som de legger til rette for på ulike måter. Tekstuelt går på sett og vis Munchmuseet lengre i å skissere konkrete kontekster, selv om dette gjøres på en måte som

oppleves som et anslag for meningsskaping. Nasjonalmuseet gjør bruk av mindre tekst i utstillingen, men oppleves likevel mer «kontekstuellet førende» i sin kuratering. Det kan være at denne opplevelsen forsterkes som følge av Nasjonalmuseets bruk av utfyllende verks-etiketter. Spørsmålet er i så tilfelle i hvilken grad det tekstlige innholdet, i kontrast til Munchmuseets etikettbruk, gir grunnlag for økt kunnskapsoverføring.

En affordanse ved nettstedet som plattform er at innhold i stor grad organiseres mer eller mindre likt som følge av prinsipper for god UI- og UX-design. Dette innebærer at bruken av topp- og bunnmeny, samt øvrig menystruktur og innholdsorganisering fremstår mer ensartet enn det det i realiteten er. Den informasjonsoverfloden som oppleves i Munchmuseets utstilling *Uendelig* kan man også spore digitalt. På samme måte er Nasjonalmuseet mer tilbakeholdne i sin formidling, i alle fall om vi skal ta utgangspunkt i informasjonstilgangen som gis direkte via startside. Munchmuseet synes å være bevisste på å tilby mye innhold:

Det utarbeides mye innhold i tilknytning til utstillinger; utdypende om enkeltmotiver, om Munch, barnefortellinger og annet. For Uendelig (hvor man ønsker å vise bredde fremfor historier/fakta) så snakker dette innholdet litt imot den kuraterte tematiske tilnærmingen. Jeg har likevel forståelse for at dette er noe som må gjøres.

(Kurator, Munchmuseet).

Jeg har identifisert noen momenter i analysen over som ikke er entydige, men som gir grunnlag for komparasjon. En av disse handler om vektingen av bildet som modalitet, som jeg mener er tydeligere hos Munchmuseet enn hos Nasjonalmuseet som gjør bruk av færre, mindre og mer «underordnede» bilder på sitt nettsted. Inntrykket antas å bli forsterket av at Munchmuseet gjør bedre bruk av mediets multimodale muligheter, eksempelvis ved bruk av flere filmsnutter på nettstedets startside. Det fremstår som at Nasjonalmuseet prioriterer tekst over bildemateriale, noe som kan skape inntrykk av et mer intellektuelt og faglig basert fokus i deres tilnærming. Det bemerkes at denne oppfatningen kan være begrenset til de aspektene av museet som har blitt analysert. Her skulle jeg gjerne sett at museene lot seg inspirere mer av hverandre; at Nasjonalmuseet utnyttet plattformens affordanser bedre, og at Munchmuseet har større fokus på mer faglighet utover estetikk og visuell fortolkning. Dette har museene også tanker om selv.

Nettstedets format gir mulighet til å dele flere historier fra museet. Vi vurderer om vi skal bruke flere fortellende elementer for å gå mer i dybden på temaer eller bygge historier rundt kunstnere og tiden de levde i. Man kan også ta for seg temaer som er mer aktuelle i egen tid, og lage narrativer rundt disse.

(Ellisiv Brattfjord, SoMe-ansvarlig og nettredeaktør, Nasjonalmuseet).

I mange sammenhenger så kan vi være litt usikre på hva man kan gjøre med kunsten. De som jobber med digitalt innhold, har mer fokus på opplevelse og fortelling fremfor kunnskapsdeling i bredere forstand. Vi ønsker å fortelle og utdype heller enn å påberope oss en digital kunstopplevelse.

(Seniorrådgiver digitalt innhold, Munchmuseet).

4.3.2. Den tekstuelle metafunksjonen

Den tekstuelle metafunksjonen handler om bruken av et bredt spekter av paraverk, og hvordan paraverk relateres til hverandre og til verkene med mål om å tilgjengelig gjøre kunsten visuelt og innholdsmessig.

De to analoge utstillingene representerer to ytterpunkter av kuratert scenografi. Der Nasjonalmuseet har valgt å forholde seg til rommets fire vegger og eksisterende arkitektur, så har Munchmuseet en annen tilnærming som handler om å bryte opp rommet og skape nye rom, seksjoner og bevegelsesmønstre i utstillingen. Videre så gjør Nasjonalmuseet bruk av én farge og en jevn verkssammenstilling som samler og bidrar til sammenheng, mens Munchmuseet velger å skape ytterligere visuelle brudd gjennom variert sammenstilling og innslag av sterke farger i en ellers hvit kube. Nasjonalmuseet kuratering er tilbakeholden på den måten at skilt og andre paraverk tar liten visuell plass i helheten. Munchmuseet, på sin side, gjør bruk av sterke kontraster og mange tekster plassert på uventede steder. Det er interessant å studere hvor ulike utstillingsopplevelser kuratering kan gi med mer eller mindre samme type hjelpemidler, men da brukt og innrettet totalt forskjellig. Det åpenbarer seg tydelige kvaliteter i begge løsningene. For Nasjonalmuseet handler dette om enkel avkoding av rommet, og en stemningsfull opplevelse. Kurateringen er tradisjonell og godt utprøvd, som også innebærer at publikum vet hvordan de skal forholde seg til kunsten og til paraverkene. Samtidig som kurateringen oppleves som trygg og støttende, så kan den også fremstå som åpenbar og mindre kreativ. Munchmuseets kuratering er moderne, dynamisk, uventet og

innovativ, og selv om den avleder mer enn den leder – så oppnår museet å engasjere og aktivere publikum på en måte som gjør oss bevisste på hvor vi er og hva vi ser.

Publikum baserer sin fortolkning på sammenstilling, men også utfra de verkene som, gjennom åpninger og linjer i arkitekturen, til enhver tid er synlige.

(Kurator, Munchmuseet).

Vi ønsket å reflektere over den litt sakrale, rolige og intime stemningen som rommet legger til rette for. Stemningen er et resultat av arkitekturen og at det i mindre grad er et gjennomfartsrom [...].

(Mai Britt Guleng, seniorkurator i avdeling samling, Nasjonalmuseet).

På de respektive museene sine digitale plattformer åpenbarer det seg et mer eller mindre oversiktlig brukergrensesnittdesign eller digital scenografi. Som tidligere nevnt, kan det argumenteres for at en sammenligning ikke gir merinnsikt gitt at det er investert betydelige ressurser i å skape en veloverveid og brukervennlig opplevelse. Det vil naturligvis være enkelte logiske brudd som følge av at man ikke kan ta høyde for alle mulige digitale skript, slik jeg var inne på i Nasjonalmuseets «digitale nedprioritering» av «Edvard Munch og 'Skrik' i Nasjonalmuseet». Selv om jeg mener at dette kunne vært enkelt løst, så sier det ikke så mye om innholdsstrukturen ellers. Her synes jeg det er mer relevant å peke på elementer ved den analoge utstillingen som man kan oppleve at er videreført digitalt – bevisst eller ubevisst. Et første eksempel er fargebruken som hos Nasjonalmuseet virker samlende på utstillingsrelatert innhold, og som hos Munchmuseet veksler på bruken av ulike modaliteter. Det gis mer utfyllende informasjon om enkeltverk på Nasjonalmuseets nettsider enn det gjør hos Munchmuseet. Videre fremstår bildemodaliteten å være brukt på en måte som fremhever sammenheng og jevnstilling av kunstnere og verk, mens Munchmuseet ikke er redd for å fremheve noe på bekostning av noe annet. På denne måten oppleves et samsvar mellom analog og digital kuratering hos begge institusjoner, mens det institusjonene imellom er lettere å peke på ulikheter. Nå er det bare Nasjonalmuseets lydfortellinger/ audioguide som er tilgjengelig i sin helhet via museets nettsider, hos Munchmuseet er det kun nyere lydfortellinger. Det interessante med audioguiden som paraverk er samspillet med både analoge og digitale plattformer. Mens Nasjonalmuseets audioguide støtter seg til fakta og tekster av Munch, og derfor en faglig forståelsesramme, så inkluderer Munchmuseet flere stemmer og fortolkninger. Her bidrar både fagansatte, kunstnere og privatpersoner med sine

synspunkter på verkene. Grepet er utpreget publikumsrettet, og viser at institusjonen anerkjenner de erfaringene som en hvilken som helst betrakter har. Sett i forlengelsen av dette kan det synes som at kjernerelasjonen kunstner, kunstverk og publikum, omtalt i kapittel 1.4., er ulik vektet. I sin kuratering synes Nasjonalmuseet primært å fremheve kunstneren og deres verk, med en tilnærming som prioriterer formidling av kunstens og kunstnerens historiske og kulturelle betydning. Munchmuseet fremstår derimot som mer publikumsorientert, både i fysiske og digitale rom, og søker å inkludere flere perspektiver og stemmer gjennom måten de kuraterer på tvers av plattformer.

4.3.3. Den mellommenneskelige metafunksjonen

Den mellommenneskelige metafunksjonen søker å forstå kurators skript slik det kommer til uttrykk gjennom paraverk og henvendelsesform i tekst eller tale.

I den analoge utstillingen så erfares det hvordan scenografien påvirker trafikale bevegelsesmønstre eller skript i utstillingen, der museene har valgt henholdsvis å lede og å avlede gjennom måten arkitekturen er utformet og gjort bruk av. En ledende scenografi er vesentlig idet den kontekstuelle konstruksjonen er basert på en tenkt rekkefølge, men har ingen egentlig funksjon dersom målet er, som hos Munchmuseet, å oppløse kurators skript på bekostning av et hvilket som helst skript som publikum måtte benytte seg av. Dette gjør det også mulig for Munchmuseet å plassere tekster på mer eller mindre vilkårlige steder i utstillingen, og å skape løse seksjoner av temaer som flyter inn og ut av hverandre via sammenstilling og synslinjer. For Nasjonalmuseet derimot, som har kronologien i bunn, så ville ikke dette vært hensiktsmessig. Her bidrar den enkle scenografien og plassering av tekst til å skape en logisk leseretning som innebærer at kurators skript også er det mest naturlige valget av et publikums skript. Paraverkene støtter opp om museets bruk av en åpen kontra lukket presentasjonsform, selv om ingen av disse utstillingene befinner seg helt i ytterpunktene av skalaen.

Jeg har skrevet om premisser for brukergrensesnittdesign som innebærer at det i stor grad finnes et digitalt skript som ikke egentlig skiller mellom kurators og publikums skript. Dette fordi valgmulighetene er såpass mange, og man må gjøre bruk av strukturer som plattformbrukerne er kjent med fra andre nettsteder. Ved å tilrettelegge for kategorier av relatert innhold, slik både Nasjonalmuseet og Munchmuseet gjør, er det en viss logikk i oppstillingen uavhengig av om man finner akkurat det man ønsker der man ønsker å finne det.

Det er med andre ord mulig å lete seg fram til innhold innenfor rimelighetens grenser.

Begge museer henvender seg til en sammensatt publikumsgruppe på den måten at det ikke gjøres bruk av vanskelige faguttrykk eller kunsthistorisk terminologi verken i utstillingen eller digitalt. Når jeg har skrevet om hvordan Nasjonalmuseet lener seg til Munchs egne tekster i kurateringen, mens Munchmuseet fremhever visuelt tilgjengelig innhold – så kan begge deler gjøres på en folkelig måte gjennom henvendelsesform og ordvalg. Dette antas å være en effekt av flere kommunikasjonsansatte i museene, slik det også fremgår under.

Vi som har ansvar for kommunikasjon på digitale flater jobber tett med forskjellige kunstfaglige kollegaer, også kuratorer. Dersom vi skal kommunisere noe med kunstfaglige påstander, skal det alltid sjekkes av noen med kompetanse på det aktuelle temaet før det publiseres noe sted. Vi kan ha ulike perspektiver på alt fra enkelhet i budskapet, aktualitet eller andre ting, der de kunstfaglige har ansvar for at vi ikke sier noe feil rent kunstfaglig, mens kommunikasjonsrådgiveren har ansvar for formen på det hele. Redaktør/SoMe ansvarlig har alltid siste ord dersom det blir nødvendig.

(Ellisiv Brattfjord, SoMe-ansvarlig og nettredeaktør, Nasjonalmuseet).

4.4. Oppsummering analyse

Jeg har i dette kapitlet utført tekstanalyser av Nasjonalmuseets og Munchmuseets analoge utstillinger, og av digitale presentasjoner på museenes nettsteder som kan relateres til de fysiske utstillingene. Jeg har sett på likheter, ulikheter og samspill i måten museene internt kuraterer på tvers av analoge og digitale plattformer, og har gjennomført en komparativ analyse som setter to museers kurateringspraksis opp mot hverandre. Analysene er gjort med utgangspunkt i et teoretisk rammeverk som kobler kunstformidlingsteori; analytiske begreper som rommer konkrete kuratoroppgaver, og sosialsemiotikk; tre metafunksjoner som gir rom for å lese analoge og digitale kunstoppstillinger som tekst, som tar opp i seg sosiale, funksjonelle og kontekstrelaterte hensyn. Tekstanalysenes funksjon er å gi detaljert innsikt i konkrete kunstoppstillinger, mens den komparative analysen skal gi grunnlag for å si noe mer konkret om de aktuelle museenes kurateringspraksis på tvers av plattformer. Museenes stemme i form av utdrag fra intervjureferater har bidratt til å skape et fundament i analysen, og en rød tråd som jeg tar med videre inn i drøftingen i neste kapittel.

Det kan virke som at vi har med å gjøre to svært ulike analoge utstillinger, der kuratorens, men også publikums, funksjon og rolle oppleves forskjellig. Mens Nasjonalmuseet primært vektlegger kunst og kunstner, så synes Munchmuseet å være mer publikumsorientert. På museenes nettsted ser vi til dels samme mønster i kommunikasjonen rundt den fysiske utstillingen, men hvor Munchmuseet synes mer villig til å løfte alternative perspektiver og historier relatert til utstillingen. Disse og andre funn drøftes nærmere i kapittel 5.

5. Drøfting

For å drøfte funn fra analyser og intervjuer har jeg tatt utgangspunkt i det teoretiske rammeverket. Dette innebærer at jeg diskuterer de analoge og digitale oppstillingene opp mot kuratorfunksjonen, mediet som kontekst og mediens affordanser, der utdrag fra intervjuene er videreført som museets stemme inn i drøftingen. Den empiriske kompleksiteten har både teoretisk og kurateringspraktisk forankring i oppgavematikken, som også kan relateres til ny og digital museologi. Dette er også grunnen til at jeg tar opp igjen tråden til publikums bruk av Instagram i utstillingsrommet (jf. kapittel 1.1., 1.3. og 2.2.2.) i tilfeller der museene kan gjøre bruk av denne type innsikt til kurateringsformål.

5.1. Kuratorfunksjonen

I kapittel 2.1.1. og 2.1.3. redegjør jeg for hvordan de analytiske begrepene kontekst, paraverk og skript kan benyttes om kuratoroppgaver på tvers av plattformer. Hensikten er å skape bevissthet rundt hva to tilsynelatende svært ulike arbeidsområder/-felt har til felles: Begge konstruerer et meningsinnhold ved bruk av tegn og virkemidler som den aktuelle plattformen tillater, og rettet mot et publikum. Det antas likevel at museene *ikke* tenker kuratering når de skaper innhold til digitale flater (jf. kapittel 1.3.), som blant annet handler om plattformenes mer åpenbare funksjonalitet og bruksområde, og kanskje også organisatoriske forhold og interne samarbeidslinjer. Antakelsen bekreftes av kommunikasjonsansatte på begge museer:

Vi ser ikke på produksjon av digitalt innhold som kuratering, og vi benytter heller ikke dette begrepet om arbeidet som gjøres. Det kan ha sammenheng med stedet vi jobber; at vi er kjent med hva kuratering i mer klassisk forstand innebærer. Vi snakker heller om kommunikasjon, formidling og markedsføring.

(Ellisiv Brattfjord, SoMe-ansvarlig og nettredaktør, Nasjonalmuseet).

Vi tenker ikke på mediets muligheter som paraverk, men mer i retning sjangergrep og videoproduksjon. Vi er videre opptatt av hvordan man kan presentere kunst på en respektfull måte. Det kunne likevel vært interessant å tenke på digitalt innhold mer som kuratering, selv om dette nok krever et tettere samarbeid internt.

(Seniorrådgiver digitalt innhold, Munchmuseet).

Det var i første rekke plattformenes kommunikative egenskaper og metoder for å konstruere et budskap, som var motivasjonen for å undersøke hvorvidt kuratering kunne fungere som en felles referanse for analog og digital «innholdsproduksjon». Koblingen er mer hypotetisk på det digitale feltet, slik jeg også forstår svarene fra de kommunikasjonsansatte. Sett i lys av det teoretiske rammeverket; kontekstbegrepet (kapittel 2.1.1.), den intellektuelle eller kognitive dimensjonen (kapittel 2.1.2.) og den ideasjonelle metafunksjonen (kapittel 2.1.3.), var det kanskje mer overraskende at de analoge kuratorene ikke mener at de formidler en overordnet forståelsesramme eller kontekst gjennom utstillingen, slik det fremgår av intervjuutdrag i kapittel 4.1.1. og 4.2.1. Dette kan bety at den kunstfaglige konteksten er «nedskalert» til fordel for et større individuelt fortolkningsrom, som kan peke i retning av at «digital aktualitet» påvirker fysisk kurateringspraksis og «analog museumsformidling» (jf. kapittel 2.1.5 og 2.3.4.). Hantelmann (2014) hevder at det har skjedd en dreining vekk fra kunnskap og fag, og mot subjektive opplevelser og erfaringer – på kunstfeltet som ellers i samfunnet (jf. kapittel 2.3.1.). Denne dreiningen kunne man kanskje forvente at hørte samtidskunsten til, men tendensen kan, basert på analyser av de aktuelle utstillingene, også spores i kurateringen av eldre kunst. «Til tross for at museenes kuraterings-, formidlings- og markedsavdelinger ikke ønsker at folk skal vurdere den estetiske verdien av eldre kunstverk basert på samfunnsaktuelle premisser og samtidens etiske forhold, er det nettopp det som jevnlig har skjedd de siste årene.», skriver Mathias og Mørland (2019, s. 93-94).

At museene, slik jeg ser det, skalerer ned kunnskapsdimensjonen, betyr ikke at utstillingene er historieløse. Basert på analyser av de analoge utstillingene, så kan det være grunn til å hevde at Nasjonalmuseet, gjennom bruk av Munchs serietenkning og tekster, løfter fram en relevant kunsthistorisk kontekst. Det gjør på sett og vis også Munchmuseet gjennom en rekke kjente og mindre kjente tematiske innganger, men på en måte der det personlige fortolkningsrommet synes å være et mer gjennomgående poeng ved oppstillingen. Munchmuseets analoge kuratering, slik den kommer til uttrykk gjennom tekstuelle paraverk, virker å være innrettet slik at den formidler uten å informere, den forteller uten å forklare, og den kommuniserer uten å «knagge» kunnskap. Spørsmålet blir da om det å informere, forklare og etablere kunnskapsknagger er negativt og avleggs, eller om det er en naturlig og integrert del av museets «plattformegenskaper». Blir publikums opplevelse underkjent eller mindre verdt som følge av at det tilbys en forståelsesramme? Eller kan opplevelsen forsterkes som følge av ny innsikt eller informasjon som aktiviserer den kunnskapen man kanskje allerede har. Den digitale offentligheten er et begrep som «gir uttrykk til digitaliseringens omfattende påvirkning på alle

sosiale områder, prosesser og konvensjoner», skriver Mathias og Mørland (2019, s. 92), som gjør det relevant å spørre om museene har blitt bevisst tilbakeholdne i måten de kuraterer utstillinger på. Det er selvfølgelig positivt dersom slike grep bidrar til å bygge ned barrierer for museumsbesøk, og på denne måten bidrar til økt (analog) deltakelsesdiversitet (jf. kapittel 1.1.). Samtidig må ikke opplevelsesaspektet utmanøvrere samfunnsoppdraget på måter som gjør oss historieløse. Museene er kunnskapsinstitusjoner (ref. kapittel 2.1.4), og selv om bruken av særlig digitale plattformer kan ha flere og andre formål – så burde ett av disse formålene være å bedrive det som Valtysson (2024) omtaler som *museumsformidling*, og som Ogundipe (2021) kaller å bygge *kunnskapsknagger* (jf. kapittel 1.1. og 2.3.4.). Fra mitt ståsted står museene like sterkt i kunnskapsoppdraget i dag som tidligere, men med mandatet å løfte fram historier som synliggjør mangfold, blant annet gjennom nylesning av verk, fremfor kunnskap som utelukkende knytter seg til majoritetens forståelse av ulike fenomener. Altså å tilføre mer, og ikke mindre, kontekst. Dersom kunnskapsdimensjonen nedprioriteres som følge av «plattforminspirert» praksis eller opplevelsesformål, så må dette kunne sies å være «tap av kvalitet», jf. kulturmeldingen *Kulturens kraft* (Meld.St. 8 (2018-2019) s. 50, kapittel 1.1.). Jeg mener ikke at vi har kommet dit, eller at disse utstillingene utgjør noen reell bekymring for en slik utvikling, men at det er en betenkelighet og en skepsis. På spørsmål om hvordan museene vekter hensynet til kjernerelasjonen kunstner, kunstverk og publikum (jf. kapittel 1.4. og 2.1.4.), så spriker svarene litt.

Kunsten står øverst i hierarkiet. Samtidig er kunstner og kunstverk to sider av samme sak – kunstverket formidler kunstnerens budskap. Jeg er derfor opptatt av at kunstverkene skal presenteres på en best mulig måte. Samtidig er dette et nytt museum og folk må få en forståelse av hva man kan se her, som innebærer et større fokus på publikum spesielt digitalt.

(Kurator, Munchmuseet).

Det er publikum som står i fokus på digitale plattformer. Dette har sammenheng med at man får umiddelbare og tydelige svar på hva slags innhold som treffer; hvem som klikker seg inn, og hvor lenge de blir. Jeg tror at man er mer opptatt av publikum i den analoge kurateringen enn tidligere, men at det først og fremst er kunstner og kunstverk som står i fokus.

Publikumsfokuset blir større når vi kommer til selve formidlingen.

(Seniorrådgiver digitalt innhold, Munchmuseet).

Besvarelsene må ses i lys av de ansattes faglige ståsteder. De kunstfaglige vektlegger kunsten, mens de med bakgrunn i kommunikasjonsfaget er utpreget publikumsrettet. Det er likevel grunn til å feste seg ved begrunnelsene som, satt på spissen, kan fortelle to ting. Den analoge kuratorfunksjonen ser i mindre grad potensialet i digital kunstdistribusjon som et verktøy for å bygge et (analogt) kunstpublikum. Kommunikasjonsansatte forholder seg i all hovedsak til kvantitative målsettinger, som de antakelig også måles på, og har mindre rom for formidling av innhold som kan styrke betrakteren i møte med kunst på både digitale og analoge plattformer. Videre så ønsker de ikke å påtvinge publikum en kunstfaglig «riktig» opplevelse.

Vi er bevisste på at vi ikke skal tolke for mye i digitale kanaler. Publikum skal ikke få opplevelsen av at de misforstår noe dersom de ikke ser eller vet det samme som oss – det er åpenhet for at alle skal kunne ha sine egne opplevelser i møte med kunst.

(Ellisiv Brattfjord, SoMe-ansvarlig og nettedaktør, Nasjonalmuseet).

Det antas at museene har gode begrunnelser for prioriteringen, som forventes å kunne spores tilbake til «digital besøksstatistikk» og målbart engasjement på digitale flater. Samtidig, og fordi det digitale publikummet er en sammensatt gruppe (jf. kapittel 2.1.5., 2.2.2. og 2.3.5.), så må man regne med at det finnes et kunstinteressert publikum blant museets følgere som ikke får innfridd sine forventninger til det å følge museet som institusjon på digitale plattformer. Det kan synes som at museene i første rekke retter sin digitale kommunikasjon mot publikumsgrupper som *ikke* er så kunstinteressert, som er i tråd med ønsket om økt deltakelsesdiversitet, men med den faren at man underkjenner andre deler av brukergruppen og kanskje også går glipp av muligheten for å bygge et mer genuint og «trofast» kunstpublikum. Kanskje handler det om vektingen av kvantitative og kvalitative målsettinger, og hvorvidt man er opptatt av langsiktig eller kortsiktig «gevinst», slik Brattfjord er inne på:

Det er en interessant vei videre – hvor kanaltilpasset kan vi være uten å miste kjernen i det vi jobber med? Jeg opplever at kuratorer har mer lyst til å formidle innhold utad, og at de har en større forståelse for hvorfor digital kommunikasjon er viktig. Ansatte som ikke ville vise seg før kjører nå times lange live-sendinger. Dette er veldig positivt, samtidig som det er en utfordring av kanalene booster kortere innhold. Hva som trender går gjerne på tvers av det som anses å være det museale behovet.

Museer i 2024 er mer opplevelsesorientert, i mange tilfeller snakker vi om museer som destinasjoner, som innebærer en mer tjenstedesign-tankegang. For når starter kundeopplevelsen egentlig? Hva er det som gjør at publikum oppsøker museet? Jeg merker at vi jobber mer på denne måten, og sett i lys av dette så er det mindre rom for kuratert innhold. Kunsten er viktig, men det er også den sosiale bruken av museet. Det er vår oppgave å se helheten.

(Ellisiv Brattfjord, SoMe-ansvarlig og nettredaktør, Nasjonalmuseet).

Så hva innebærer det egentlig å se helheten i en digital tid? Om museenes nåtidige samfunnsrolle skriver Hylland (2017) at «... få, kanskje ingen andre institusjoner, preges av den samme kombinasjonen av lokalt, regionalt og nasjonalt ansvar, av innadrettet og utadrettet virksomhet, av høye faglige ambisjoner og ønsket om et bredt publikum ...» (s. 90). Dette antas å være en svært utfordrende situasjon. Det kan synes som at samfunnsoppdraget er i ferd med å bli delt i to. «Forske på, samler, konserverer, fortolker og formidler materiell og immateriell kulturarv» (ICOM, u.å.) skjer i første rekke på innsiden av museumsbygget og gjennom samarbeid, mens digitale plattformer i større grad skal underholde og markedsføre. Hvis dette er tilfellet, så betyr det at museene *ikke* betrakter digitale plattformer som en forlengelse av museumsrommet, og som en integrert del av kunnskapsinstitusjonen. Etter å ha studert digitalt innhold på museenes nettsted, deriblant innhold som gjør bruk av mediens affordanser til å skape visuelt spennende og lett tilgjengelig kunnskapsinnhold, så er dette å betrakte som et tapt potensiale. Med såpass mye kompetanse tilgjengelig, om både kunst- og kommunikasjonsfaget, så kunne tiden vært moden for mer helhetlig kuratering på tvers av plattformer; historierikt, nyansert, mangfoldig og engasjerende. Fra mitt ståsted har museene fått flere kanaler til rådighet for å utøve sitt samfunnsoppdrag, forutsatt at de ansatte gis rom til å finne måter å samarbeide på som drar nytte av deres samlede kompetanse.

Når vi jobber med kommunikasjon rundt utstillingsprosjekter så lager vi en plan basert på det vi vet om utstillingen. Det etableres en kjernegruppe som jobber direkte med utstillingen, og som består av prosjektledere, kurator samling og kurator formidling. Kommunikasjonsteamet involveres senere. Også vi jobber spesialisert med avgrensede områder, og det er egne ansatte som arbeider med henholdsvis presse, sosiale medier (organisk aktivitet) og markedsføring (sponset/betalt annonsering).

(Ellisiv Brattfjord, SoMe-ansvarlig og nettredaktør, Nasjonalmuseet).

Når det gjelder samhandling mellom kuratorer og kanalansvarlige, så er dette prosjektavhengig. I noen tilfeller samarbeider vi tett og under hele prosessen, mens andre ganger så involveres vi først i slutfasen av et utstillingsprosjekt. Vi har også mulighet til å spørre kuratorer eller formidlere om råd og bistand. Det er ingen tvil om at dette i mange tilfeller vil skape bedre innhold.

(Seniorrådgiver digitalt innhold, Munchmuseet).

Det kan synes som at kommunikasjonsansatte i mange tilfeller kobles på mot slutten av et utstillingsprosjekt, som er da det mer markedsrettede arbeidet starter. Samtidig så er det underveis i prosessen at de har anledning til å fange opp spennende perspektiver og innfallsvinkler til utstillingen. Grans (2021) hentydning til internett som infrastruktur (s. 50, jf. kapittel 2.1.5.) kan vise til måter som internett påvirker, og sett og vis bygger ned, kunstopplevelser, som i dagens samfunn designes, markedsføres og selges som varer. Museene har et inntjeningsbehov som krever økt kommersialisering (jf. kapittel 1.1.), samtidig som de skal være «ikke-kommersielle» (ICOM, u.å., jf. kapittel 2.1.4.). Her står bruken av digitale og sosiale medier-plattformer sentralt.

Gjennom historien har kuratorbegrepet vært brukt innenfor forskning, sanitære forhold, byråkrati, presteskap, barnevern og helsetjenester, og om utvelgelse og presentasjon av kunst (Røssak, 2018, s. 145). Begrepet får sin betydning fra den sammenhengen de brukes i, og kuratorbegrepet er i så måte ingen beskyttet tittel. Innenfor medieteorien kan vi lese om hvordan privatpersoner «kuraterer» egne liv og sin identitet som del av et selvrefleksivt prosjekt, som i første rekke handler om hvordan de ønsker å framstå for omverden (jf. kapittel 2.1.5.). Jeg mener museets tilstedeværelse på sosiale medier-plattformer uttrykker noe av det samme. Kunnskapsinnhold formidles ofte faglig forenklet og knagget mot aktualiteter, som, fra mitt ståsted, kan være et uttrykk for hvordan museer ønsker å fremstå mer «i pakt med tiden»; fremoverlent, utadrettet og folkeligjort. Museet konstruerer en identitet som på sett og vis bryter med institusjonens mer etablerte rolle. Like fullt formidles budskap gjennom bruk av ulike modaliteter og tegn som virker sammen. Sett i lys av dette så kan det å være grunnlag for å betrakte museenes digitale virksomhet som en forlengelse av kuratorrollen – og av museumsrommet. Det er forståelig at begrepsbruken kan virke både fremmed og hypotetisk for et miljø som har en konkret forståelse av hva kuratering innebærer. Samtidig skrives det teori som peker i den retning, deriblant Lopes (2020) sin beskrivelse av et «utvidet kuratoriat» (s. 137, jf. kapittel 2.1.5.) som strekker seg fra det analoge utstillingsrommet og

over på digitale plattformer. Ved å velge en slik tilnærming, så blir det interessant å snakke om likheter, ulikheter og samspill i hvordan det kommuniseres på tvers av plattformer, og hvordan samfunnsoppdraget ivaretas digitalt.

Videre kunne vi hatt en mer bevisst holdning til kurateringspraksis også digitalt. Vi lener oss gjerne på storytellinggrep som hører historiefortellingen til. Kanskje bør man heller lene seg mer på hverandres tradisjoner. Digitalt innhold er litt «all over the place», og strekker seg fra det stramme og informative, til mer utforskende innhold. Vi benytter elementer fra filmen og vi gjør bruk av tekstforfattere – men kanskje kan det være nyttig å se mer i retning av det visuelle.

(Seniorrådgiver digitalt innhold, Munchmuseet).

5.2. Mediet som kontekst

I kapittel 2.2.1., som omhandler utstillingen som plattform, så spør jeg hvor utstillingens kontekst starter og slutter, og om digitale kunstoppstillinger kan forstås som periverk for den fysiske utstillingen. Dette er spesielt interessant sett i lys av den opprinnelige begrunnelsen for utvikling, og senere avvikling, av museumsappen Kunstporten (Ogundipe, 2021, s. s. 125, jf. kapittel 2.2.2.), hvis formål var å forsterke og berike den analoge museumsopplevelsen. Hvordan ser museene på samspillet mellom utstillingsrommet og museets nettsted i dag?

Vi tenker ikke på digitalt innhold som en forberedelse til et museumsbesøk, samtidig som vi vet at innholdet kan utdype opplevelsen.

(Ellisiv Brattfjord, SoMe-ansvarlig og nettredaktør, Nasjonalmuseet).

Det er litt nytt å tenke på denne måten. Når vi formidler innhold om tematikk, arkitektoniske grep, formidlingsinstallasjoner eller annet, så handler det like mye om å være transparente i det vi gjør.

(Seniorrådgiver digitalt innhold, Munchmuseet).

Ser vi isolert på mediens ulike affordanser, så har de flere egenskaper som virker mot hverandre. Kunstutstillingen fremhever noe som kunst, og skal synliggjøre et mangfold av historier og fortolkninger (jf. kapittel 2.2.1., 1.1. og 5.1.). Museets nettsted ivaretas av

museumsansatte og er en digital plattform, men har bestemte standarder for måter innhold presenteres og organiseres visuelt og funksjonelt (jf. kapittel 2.2.2.). Ser vi mot sosiale medier-plattformer er det algoritmene, og det de måtte romme av økonomiske, sosiale og kulturelle hensyn, som fremmer innhold i tråd med plattformers formål. For Instagram er dette estetisk tiltalende og populært innhold (jf. kapittel 2.3.2.), som trumfer hensynet til mangfold. Plattformene står på denne måten i et «kuratorisk misforhold», men med museets nettsted i en særegen posisjon. På museets nettsted er det museumsansatte som har kuratorisk kontroll, med mulighet til å tilgjengelig gjøre mer kontekst og flere perspektiver for et digitalt publikum. Sett i lys av utsagnene over, og utvalget av nettinhold som er studert, så kan det likevel synes som at argumentet for «digital støtte» til analoge utstillinger har forsvunnet et sted på vegen (jf. kapittel 2.2.2). Det kan virke rart med tanke på målsettingen om å demokratisere og tilgjengeliggjøre samlingen for et digitalt publikum (jf. kapittel 1.1.), slik at samlingen, som befinner seg i museet, «... ikke utelukkende er knyttet til sin tilstedeværelse i den analoge verden, men at opplevelsen også blir distribuert i sosiale medier og ulike digitale kanaler.» (Mathias & Mørland, 2019, s. 87). Dette burde også gjelde Munchs ikoniske verker.

Munch-rommet er en viktig del av samlingspresentasjonen, men jeg har ikke nødvendigvis tenkt på å lage digitalt innhold om dette rommet for seg. ... Vi tematiserer stadig Munchs verker eller historier knyttet til Munch, som for eksempel når vi deler innlegg i forbindelse med kunstnerens fødselsdag, men altså ikke om Munch-rommet som helhet.

(Ellisiv Brattfjord, SoMe-ansvarlig og nettredaktør, Nasjonalmuseet).

I analysen identifiserte jeg et samspill i måten de to utstillingene var kuratert analogt og på begge museers nettsted. Dette samspillet kom til uttrykk gjennom et samsvar i visuelle og tekstuelle budskap der den digitale presentasjonen fungerte som et tverrsnitt og en «oppsummering» av den analoge utstillingen, og i måten farger ble brukt til enten å samle innhold og skape sammenheng (Nasjonalmuseet) eller til å skape visuelle og kognitive brudd (Munchmuseet). Disse observasjonene gjaldt i første rekke startsidene og nivå to i innholdsstrukturen, mens nivå tre rommet et større mangfold av historier så vel som presentasjonsformer. Innholdet var videre holdt på et overordnet nivå; tilgjengelig og interessant – men i liten grad kunnskapsbyggende. Museene lykkes likevel i å tilby nye innganger og perspektiver på Munchs kunst, hvor særlig Munchmuseet gjør aktiv bruk av mediets multimodale muligheter i formidlingen. «Edvard Munch stories» kan fungere som et eksempel på hvordan kreativ bruk av stillbilder, film, lyd og tale egner seg til

historiefortelling fordi det tilfører en større «letthet» i kommunikasjonen. Det er også interessant med et filmet kuratorintervju, selv om det kanskje ville fungert enda bedre dersom vedkommende befant seg i utstillingen, eller som en digital omvisning. Her burde det også være rom for mer dyptgående kunnskapsformidling. Presentasjonsformen gir assosiasjoner til andre kulturuttrykk med større dynamikk og bredere appell. Samtidig har museene sine erfaringer med hva slags innhold som fungerer hvor.

Det kommer an på formatet og flaten. I nettartikler så kan alle modaliteter kombineres, mens i sosiale medier så velger man kanskje enten levende eller statiske bilder. Da er det mange ting vi må ta hensyn til, som for eksempel formatet. Det fungerer f.eks. bedre med 4:5 eller 1:1 format på Instagram enn andre bildeformater. Sosiale medier egner seg godt til å vise monteringsprosesser eller generelle museumsprosesser i video.

(Ellisiv Brattfjord, SoMe-ansvarlig og nettedaktør, Nasjonalmuseet).

Det er min opplevelse og observasjon at Munchmuseet tilgjengeliggjør flere perspektiver og historier på museets nettsted enn hva Nasjonalmuseet gjør, men jeg har ingen studier som direkte underbygger dette. Jeg tror inntrykket kan ha sammenheng med at flere av Munchmuseets digitalt konstruerte budskap synes å ha direkte utspring i museets samling, som, sett i lys av samfunnsoppdraget, er et poeng i denne oppgaven. Det er videre et poeng for Instagrambrukere som, iht. Suess og Bartons (2022) undersøkelser, blant annet deler innhold for å kunne utvikle og utvide den estetiske kunstopplevelsen ved å tilegne seg kunnskap som de deler videre i digitale, sosiale nettverk (s. 649, jf. kapittel 2.2.2). Det antas at utstillingsbesøkende som befinner seg innenfor denne «årsakkategorien» orienterer seg like mye mot digitale periverk som de gjør mot utstillingens paraverk, og at interessen strekker seg utover den tiden som brukes i den fysiske utstillingen. For denne gruppen av besøkende så sammenfaller publikumshensynet med museenes samfunnsoppdrag. Det synes for meg som at multimodalt innhold bygd opp rundt museets faste samling; institusjonens «grunnstamme», har større potensiale til å fylle digitale rom med mer kunnskapsbasert formidling. Kulturarven tilgjengelig gjøres på en måte som gir grobunn for et mer dyptgående engasjement, og som til dels imøtekommer Hayles (2012, jf. kapittel 2.2.2) og Druckers (2020, jf. kapittel 2.3.3.) teorier om (digital) hyperlesing og betydningen av sted. Ikke fordi plattformene nødvendigvis er skreddersydd for denne type innhold, men fordi kombinasjonen av modaliteter har potensiale til å formidle komplekst innhold på måter som kan favne bredere enn det ordinære museumspublikummet. Dette er i tråd med ansattes ønsker:

Jeg ønsker at vi skal bruke mer tid på samlingspresentasjonen framover. Mye av kapasiteten rettes mot temporære utstillinger, der vi lager kommunikasjonspakker som kategoriseres som small, medium og large på bakgrunn av ulike kriterier. ... Den faste samlingen inngår ikke i denne miksen. Samtidig så er vi bevisste på å velge verker fra de temporære utstillingene som er representert i samlingen, fordi dette gir innholdet et lengre liv.

(Ellisiv Brattfjord, SoMe-ansvarlig og nettredaktør, Nasjonalmuseet).

Jeg vil gjerne ha mer innhold som går i dybden på enkeltverk og grupper av verk i digitale kanaler. Dette er i første omgang et kapasitetsspørsmål.

(Mai Britt Guleng, (seniorkurator i avdeling samling), Nasjonalmuseet).

Museets nettsted, og spesielt sosiale medier, har åpenbare kommersielle formål, men museene er ikke medieplattformer. Det synes som om det kuratoriske misforholdet mellom menneskelig kuratering og maskinell algoritmebasert kuratering er en vesentlig grunn til at museene ikke bør bli for plattformrettet, men heller skape innhold som bygger relasjon og interesse rundt kunsten. Plattformer fasiliterer, ifølge Valtysson (2024), digitale interaktive rom, men det er ingen automatikk i at dette også fremmer digitale fellesskap (s. 249). «Digitale fællesskaber opstår dermed ikke kun, fordi teknologien fordrer kommunikative rum, men fordi brugere deler fælles praksisser, kommunikerer om fælles temaer, emner og interesser, eller deler fælles adfærdskodeks og normer.» (Valtysson, 2024, s. 250). Kanskje bør museene stole på at deres virksomhet og innhold er det som samler publikum både analogt og digitalt, og heller finne måter å åpne opp for nye perspektiver og fortellinger som er kunnskapsbasert – men tilgjengelige. Det er kanskje her «Edvard Munch stories» og utstillingen *Uendelig*, med sine mange tematiske innganger, fungerer spesielt godt, selv om jeg kunne ønsket meg mer faglighet i tekstuelle para- og periverk. Digitale presentasjoner har potensial til å gi mer kontekst til den fysiske utstillingen. På denne måten kunne man kanskje, og i større grad, forløst det formidlingspotensialet som beskrives under:

I den fysiske utstillingen tar kuratoren en rekke valg som blir stående. Digitalt jobber vi annerledes. Fra den analoge utstillingens kjerne så kan det springe ut et stort univers av digitalt innhold som kuratoren kanskje har måttet prioritere bort. Det er en spennende tanke å tenke mer digitalt innhold også rundt samlingsutstillinger.

(Seniorrådgiver digitalt innhold, Munchmuseet).

5.3. Medienes affordanser

Teorigjennomgangen i kapittel 2.3. peker på egenskaper ved analoge og digitale medier som vil kunne prege måten vi erfarer kunst på, på tvers av plattformer. Medienes affordanser kommer til uttrykk på flere måter, og kan legge føringer for hvordan vi utformer, gjør bruk av og fortolker oppstillingene. Det kan videre være grunnlag for å studere hvordan analoge egenskaper kommer til uttrykk på digitale plattformer og motsatt, sett i lys av teori fra Bolter og Grusin (2000, jf. kapittel 2.3.2.) og boka *Estetiske praksiser i den digitale produksjonens tidsalder* (2022, jf. kapittel 2.3.6.). Her skrives det om hvordan nyere (digitale) medier lar seg inspirere av eldre (analoge) medier, men også hvordan eldre medier svarer på utviklingen gjennom måter de lar seg fornye på. Slik fungerer oppstillinger på tvers av plattformer som en slags kommentar på mediespesifikke egenskaper, samtidig som det gis grobunn for nye kunstoplevelser.

5.3.1. Opplevelsen av et «her-og-nå»

På spørsmålet «Hva er den analoge utstillingens styrker kontra digitale presentasjoner?» svarer de analoge kuratorene, ikke uventet, at det er opplevelsen av kunsten.

... dette direkte og fysiske møtet med kunsten er den analoge utstillingens styrke. Det materielle forholdet til størrelse og dimensjoner, og opplevelsen av å være i samme rom som det aktuelle kunstverket. Denne opplevelsen lar seg ikke overføre til skjerm.

(Mai Britt Guleng, seniorkurator i avdeling samling, Nasjonalmuseet).

Den analoge utstillingens styrke er opplevelsen av kunsten. Kunsten står i fokus, og den må oppleves direkte. Så kan man formidle og fortelle historier rundt verk og utstillingen som helhet, men dette er ingen erstatning for den fysiske kunstoplevelsen.

(Kurator, Munchmuseet).

Dette er i tråd med Benjamins (1991) aura-begrep, som knytter seg til fysiske originalverk og museet som visningssted (jf. kapittel 2.3.1). Mange vil hevde at «... kunst og kultur oppleves fortsatt som noe som finner sted i fysiske, felles og delte rom ...» (Eliassen, 2022, s. 48). Samtidig viser Grans undersøkelser (2021, jf. kapittel 2.2) en tendens til at stadig flere verdsetter digitale «her-og-nå»-opplevelser, slik kommunikasjonsansatte også erfarer.

Digitale presentasjoners styrke er tilgjengelighet. Man når flere med innholdet, og på det stedet hvor de måtte befinne seg. Videre så har vi mulighet til å formidle historier på ulike måter, som også kan appellere til flere og bredere målgrupper.

(Seniorkurator digitalt innhold, Munchmuseet).

Tilgjengelighet er en affordanse ved digital kunstdistribusjon og et uttrykk for en plattform-spesifikk «her-og-nå»-opplevelse som fordrer det Lund (2020) omtaler som en «on demand»-adgang (jf. kapittel 2.3.1.). I dagens opplevelsessamfunn kan det synes som tidsbesparende og beleilige kunstmøter er et sentralt kriterium som vi vurderer kunstopplevelser utfra. Det er i denne sammenheng interessant å observere hvordan museenes analoge oppstillinger synes å vektlegge to ulike opplevelser av et «her-og-nå» gjennom en kuratering som ikke bare er plattformspesifikk – men også plattforminspirert. Nasjonalmuseets kuratering dyrker den tradisjonelle opplevelsen av autentisitet og aura i det fysiske kunstmøtet. Selv om dette er en «her-og-nå»-opplevelse som tilligger utstillingen som plattform, ikke minst i møte med Munchs ikoniske verker, så forsterkes inntrykket gjennom kurateringen som spiller opp stemningen i rommet og som drar veksler på museet som symbolsk kontekst. Her er alle paraverk innrettet og avstemt med det formål å løfte fram kunsten, og gjøre den mest mulig åpenbar for publikum. Enkelheten i arkitekturen, belysningen, fargevalget på vegger og skilt, og den harmoniske sammenstillingen av verk legger til rette for enkel avkodning av kontekst og skript, slik at all oppmerksomhet kan rettes mot kunstverkene. Kurateringen er på denne måten tilbakeholden, men også fremtredende fordi den lar oss fokusere på motivenes innhold og slagkraft på en måte som erfares utilgjort og naturlig. Jeg ser disse grepene som et svar på Csikszentmihalyi og Robinsons (1990) fire estetiske dimensjoner (jf. kapittel 2.1.2.), men kanskje med enkelte brister som, basert på det komparative blikket (jf. kapittel 2.2.1), forhindrer «flow». Til sammenligning synes Munchmuseets kuratering å ha latt seg inspirere av de sosiale medienes konstante bildestrøm, valgbare brukerstier og uforutsette bildekonstellasjoner, som både engasjerer og fascinerer. Utstillingen imøtekommer opplevelsessamfunnets vektlegging av subjektive fortolkningsrom og erfaringer (jf. kapittel 2.3.1.), gjennom et større antall tematiske innganger og måten oppstillingen gis form og mening basert på den enkeltes interaksjon og veivalg. Meningsutbyttet svarer til betrakterens egen forståelsesramme som anerkjennes og vektlegges konsekvent i utstillingen. Paraverkene virker sammen på den måten at det skapes en kompleks og sammensatt opplevelse som følge av konstante visuelle brudd i arkitektur, farger, tekster og verkssammenstilling. Publikum bevisstgjøres sin egen interaksjon med utstillingen fordi vi hele tiden tvinges til å gjøre

(vei)valg. Kurateringen er utradisjonell på den måten at oppmerksomheten splittes mellom kunsten og utstillingsmediet, som inntar en mer likestilt rolle. Begge utstillingene har, slik jeg ser det, kuraterte egenskaper som tilfører møtet med Munchs arbeider en opplevelse av et «her-og-nå», også utover de egenskapene som ligger latent i presentasjonsformen.

Nasjonalmuseet dyrker det unike i kunsten, mens Munchmuseet dyrker det unike i (det subjektive) kunstmøtet. Utstillingene er videre gode eksempler på hvor mye komposisjonen av paraverk har å si for totalinntrykket.

Jeg finner ikke samme fortolkningsrom på museenes nettsted, der plattformegenskapene synes mer fremtredende enn kurateringen. Dette antas å ha sammenheng med at nettsteder i første rekke designes og struktureres i henhold til prinsipper for god UI- og UX-design (jf. kapittel 2.2.2 og 4.3.2). Innholdet presenteres innenfor definerte standarder, som gjør «kurateringsrommet» mindre. Mens autentisitet og aura er plattformespesifikke egenskaper som relateres til den analoge utstillingen, så er tilgjengelighet, informasjonsmangfold og flere brukerstier kvaliteter som kobles til nettstedet som medium. Dette kommer til uttrykk gjennom menystrukturen, som viser hvordan ulike typer innhold er fordelt, kategorisert og organisert på plattformen. Vi kan gjenkjenne enkelte strukturer fra utstillingsrommet, som at informasjon om enkeltverk innordner seg under samlingspresentasjonen som helhet, men utover dette så er det tilgangen til store mengder informasjon som preger nettstedet. Dette gjør det mer interessant å studere hvordan nettstedet gjenskaper en analog «her-og-nå»-opplevelse. Jeg identifiserer to måter som museene kan uttrykke «digital aura», som begge museer benytter seg av. Det handler om bruken av verksbilder som kan forstørres og studeres i detalj. Dette gir publikum mulighet til å ta verkene i nærmere øyesyn utover den muligheten som gis i den analoge utstillingen, og, via zooming på skjerm, med en fornemmelse av fysisk interaksjon med verket. Den andre måten er ved å gjengi stillbilder og levende bilder fra den analoge utstillingen som visuell kontekst, fordi det bidrar til å koble plattformene, men også originalverk og fotografiske avbildninger, sammen. Gjennom «digital aura» så kan digitale plattformer i større grad synes å fungere som en forlengelse av den analoge utstillingen.

5.3.2. Mediering og remediering

Mediering er ikke et nytt fenomen som kom med de tradisjonelle massemediene og senere digitalisering. Utstillingen er også en form for «iscenesatt kommunikasjonshandling», og derfor, ifølge Tronstad (2019, jf. kapittel 2.3.2.), mediering. Sett i lys av teorien i kapittel 2.3.2. så er det ikke bare interessant hvordan digitalisering og plattformisering påvirker

skjermbaserte kunstmøter på ulike måter, men også hvordan analog praksis synes å svare på denne utviklingen (Bolter & Grusin, 2000, s. 15).

Bolter og Grusin (2000) identifiserer to remedieringsstrategier som kan overføres til de aktuelle oppstillingene. I denne sammenheng kan vi snakke om Nasjonalmuseets Munch-rom som et analogt uttrykk for medieringsmetoden *transparent immediacy* (jf. kapittel 2.3.2.), som innebærer at kurateringen spiller kunstverkene opp og utstillingen som plattform ned. Et konkret eksempel på dette er bruken av ensartede farger på skilt og vegger, som gjør at paraverkene tar liten visuell plass i oppstillingen, men også den umiddelbarheten som preger kurateringen som helhet. På museets nettsted benyttes andre virkemidler med tilnærmet samme effekt. Det gjelder spesielt måten som bildemodaliteten; levende bilder og stillbilder, fyller hele den øvre delen av skjermen på tre nivåer i innholdsstrukturen (startsidene, samlingspresentasjonen og presentasjonen av Munch-rommet) (jf. kapittel 4.1.2.). Dette bryter med et innarbeidet brukergrensesnittdesign med fast topplinje, og gir assosiasjoner til filmen som medium. Selv når logo, menylinje og tekst er plassert over bildet, så bidrar dette grepet til å skape en slags distanse eller tvetydighet til nettstedet som plattform. Jeg opplever at lydfortellingen bryter med *transparent immediacy*-strategien, som kan være årsak til at presentasjonsformen fremstår statisk og lite egnet i det totale brukergrensesnittdesignet. Kanskje ville opplevelsen vært annerledes på Munchmuseets nettsted som synes å ha valgt en annen remedieringsstrategi.

Munchmuseet velger å skape bevissthet rundt mediet, som kan tolkes som et uttrykk for medieringsmetoden *hypermediacy* (jf. kapittel 2.3.2.). I utstillingsrommet har arkitekturen en fremtredende rolle. Arkitekturen har betydning for kunstsammenstillinger, brukerstier og fortolkning, og er på alle måter en aktiv del av plattformen. På museets nettsted kommer dette til uttrykk ved at det markeres et tydelig skille mellom toppmenyen og øvrig innhold, og gjennom ulike former for kontraster i oppstillingen. Den digitale presentasjonen gir stadige påminnelser om nettstedet som plattform gjennom grafiske effekter og bruken av ulike modaliteter nedover på siden, som skaper tydelige visuelle og kontekstuelle brudd i leserstien. Jeg ser «Edvard Munch Stories» som et uttrykk for samme strategi, idet fortellerstemmen både snakker om og, gjennom «filterbruk», gir assosiasjoner til telefonen som et mellomledd i kommunikasjonen. Selve filmen, som opprinnelig ble produsert for bruk på Instagram, ligger som et Instagraminnlegg på nettsiden, og har derfor to brukergrensesnittdesign. Kunstens agens (jf. kapittel 1.4. og 2.3.2.) er med andre ord spredt på hele tre plattformer; utstillingen,

nettstedet og Instagram, i tillegg til kunstverkene, fotogjengivelsen, mobiltelefonen og publikum. Museets kommunikasjonsansatte ser verdi i å presentere utstillingsrommet digitalt:

Vi gjør bruk av utstillingen som en visuell representasjon i form av film og som gjerne kan inkludere mennesker. Dette er å foretrekke fremfor å klippe inn bilder flatt. Vi ønsker ikke å etterape en utstillingsopplevelse, men heller å spille på de virkemidlene som mediet har; følelsen av å være i rommet, og av å være i bevegelse.

(Seniorrådgiver digitalt innhold, Munchmuseet).

Publikums Instagramdokumenterte bilder fra utstillingen har samme formål, idet de remedierer museumsbesøket innenfor plattformens estetiske standarder til et bredere publikum. Det kan derfor være et poeng for museene å oppmuntre til bruk av mobiltelefon i utstillingen, eksempelvis ved å legge til rette for gode fotoøyeblikk fysisk i rommet.

5.3.3. Romlige forhold

Ifølge Durham Peters (jf. kapittel 2.3.3.) så har den analoge utstillingen og digitale plattformer det til felles at de er medier som krever sammenfall i rom, men ikke i tid. Valtysson (2024), som studerer museers bruk av digitale plattformer, og van Dijck og Poell (2013), som skriver om digitale medier, er inne på noe av det samme når de omtaler disse rommene som «ladede» og «ikke-nøytrale» (jf. kapittel 2.3.3.). Valtysson (2024) forklarer digitale og virtuelle rom som «drevet af data, organisert og automatisert af algoritmer og brugerflade, formalisert af ejerskabsrelationer, drevet af forretningsmodeller og regulert via brugeraftaler» (s. 244). Det finnes med andre ord årsaker til at plattformenes algoritmer fungerer som de gjør, på samme måte som museene har sine begrunnelser for å løfte fram enkelte verk og historier på bekostning av andre. Sett i lys av dette så er det interessant å gå inn på publikums grunner for å dele bilder fra ett fysisk ladet rom og inn i et virtuelt ladet rom, der museets analoge og digitale kuratorfunksjon kan legge til rette for økt engasjement.

Analog kuratering handler om å innrette museumsrommet på måter som kan åpne opp for ytterligere og utvidet kommunikasjon. Dette kan også inkludere publikums bruk av digitale plattformer som en integrert del av det analoge kunstmøtet. Bruken av Instagram i utstillingsrommet skaper en «romlig dualitet» fordi vi opplever utstillingen både fysisk og digitalt på samme tid – onsite og online (Suess & Barton, 2022, s. 646). Denne dobbeltheten videreføres i måten vi betrakter plattformspesifikke affordanser som følge av hvilket «rom» vi befinner

oss i. En positiv affordanse ved det fysiske kunstmøtet kan være muligheten for å direkte og ufiltrert kunne betrakte verkets tekstur, struktur, dimensjoner og materialitet (jf. kapittel 2.2.1 og 2.3.1). Samtidig, og som jeg var inne på i kapittel 2.3.5., så er det ikke nødvendigvis slik. Mediets affordanser kan like gjerne knytte seg til sosiale og kulturelle kontekster, som innebærer at det skapes restriksjoner utover plattformegenskapene – og som for eksempel forteller oss at det ikke er greit å gå for tett inn på kunstverkene. Når vi besøker utstillingen fysisk så kan vi fotografere kunstverk fra de vinkler og med det utsnittet vi ønsker, for deretter å ta verket i nærmere øyesyn digitalt (Suess & Barton, 2022, s. 647-648). I kapittel 2.2.2. refererer jeg til Suess og Bartons (2022) studier av hvorfor publikum deler bilder fra utstillingsrommet på Instagram. Denne type «analog-digital» verksutforskning nevnes ikke eksplisitt i artikkelen, men kan innplasseres i «årsakgruppe» 1) utvide den estetiske opplevelsen, og 3) mediere egne bevegelser (Suess & Barton, 2022, s. 649-651). Det kan også handle om å formidle «digital aura» (jf. kapittel 5.3.1.), som kan knyttes til årsakgruppe 2) bearbeide og dele minner, gjerne som følge av en «selvkuratert» identitet eller et mer personlig forhold til det aktuelle verket (Suess & Barton, 2022, s. 649-650).

Suess og Barton (2022) nevner flere grep en kurator kan gjøre i det fysiske utstillingsrommet som vil påvirke de besøkendes digitale atferd. Fysiske og virtuelle rom samarbeider på den måten at positive affordanser ved den analoge utstillingen kan føre til flere bildegjengivelser på digitale plattformer, og motsatt. Forfatterne nevner som eksempel at museer som promoterer emneknagger i utstillingsrommet vil kunne få flere bildedeling på Instagram. I motsatt tilfelle vil et skilt som forbyr fotografering legge bånd på publikum, og redusere motivasjonen for fotografering og bildedeling (Suess & Barton, 2022, s. 646). Videre skriver de om romlige forhold og plassering av sentrale verk. Ser vi på de to museenes analoge kuratering, så har som eksempel det verdenskjente motivet *Skrik* blitt montert på to svært ulike måter i rommet. Nasjonalmuseet plasserer *Skrik* i et åpent og oversiktlig rom med direkte synslinje fra inngangen. Rommets utforming gjør det enkelt for publikum å komme tett inn på motivet uten større trengsel. Det er i så måte enkelt å ta gode fotografier av *Skrik* i Nasjonalmuseet. I Munchmuseet er tre versjoner av *Skrik* plassert i en mindre romkube, hvor de ulike versjonene presenteres vekselvis i en rotasjonsvisning. Det er ingen direkte synslinje til *Skrik*-versjonene fra noen av de fire startpunktene i utstillingen, og det antas at rommet kan fylle seg med besøkende og derfor redusere muligheten for å ta gode bilder. Hvordan påvirker dette Instagramdelinger av *Skrik* fra hvert av de to museene? Videre gjør Nasjonalmuseet bruk av publikums egne mobiltelefoner for tilgjengeliggjøring av museets audioguide, og med QR-

kode for skanning i utstillingsrommet. Munchmuseet har separat audioguide, og ingen paraverk som peker for eller mot mobilbruk i utstillingen. I den grad Suess og Bartons (2022) undersøkelser har overføringsverdi til norske museer, så rommer publikums Instagram-dokumenterte utstillingsbesøk verdifull informasjon om hvordan de gjør bruk av det fysiske rommet. Videre kan bildedelingen gi indikasjoner om hvordan publikum benytter digitale plattformer før, under eller etter museumsbesøket, og da spesielt gjennom den informasjonen de velger å dele tekstlig. Det er i så måte mulig for kuratorfunksjoner på tvers av plattformer å mediere gode rom med relevante para- og periverk. Dette er per nå ikke en mulighet de gjør eksplisitt bruk av.

Vi tar i liten grad hensyn til publikums bruk av utstillingen når vi kuraterer kunst, utover at vi tenker avstander, siktlinjer osv. Det handler ikke spesielt om digital presentasjon, men om god kuratering.

(Kurator, Munchmuseet).

Jeg er ikke kjent med at slik kunnskap benyttes i utstillingskuratering, samtidig som det er en stor institusjon og jeg kjenner ikke til alt som foregår. Det jeg vet er at plassering av verker er noe vi snakker mye om før montering, og at vi gjerne ønsker verker som kan lokke deg inn i rommet, og som kan ses fra god avstand og gjennom åpninger. I noen tilfeller ønsker vi også at verkene skal være litt skjult slik at man må lete litt for å oppdage.

(Mai Britt Guleng, seniorkurator i avdeling samling, Nasjonalmuseet).

De kommunikasjonsansatte har likevel tanker om hvordan informasjonen kunne blitt brukt.

Det kan for eksempel gjøres ved å presentere kunstneren og kunstnerens tanker om utstillingen. Spesielt samtidskunst kan ha behov for denne type supplerende innhold som kan gi publikum et større utbytte i møte med kunsten ...

(Seniorrådgiver digitalt innhold, Munchmuseet).

Vi ser at det er enkelte verk som engasjerer mer enn andre i digitale kanaler. ... Denne type kunnskap kan brukes til å skape mer innhold om dette spesielle verket, men det blir ikke gjort systematisk.

(Ellisiv Brattfjord, SoMe-ansvarlig og nettrektor, Nasjonalmuseet).

5.3.4. Museets kommunikasjonsformer

Museenes tilstedeværelse på tvers av plattformer erfares, jf. kapittel 2.3.3. og 5.3.3., som ikke-nøytrale og ladede rom. Dette kan relateres til museenes symbolske makt (jf. kapittel 2.1.4.), som handler om institusjonenes formål og posisjon i samfunnet gjennom århundrer. Som kunnskapsinstitusjoner har museene tradisjon for å formidle kunstfaglige forståelsesrammer. Det kan derfor oppleves som at museene går imot sin egen intensjon og funksjon når kuratorene fremholder at de vektlegger personlige fortolkningsrom og historier gjennom den analoge kurateringen (jf. kapittel 4.1.1. og 4.2.1.). Dette tar denne oppgaven i retning museenes bakenforliggende motivasjon for å kommunisere med og til publikum.

Digitale plattformer, og sosiale medier-plattformer som Instagram spesielt, flommer over av visuelt underholdende og estetiserte uttrykk. Valtysson (2024) hevder at museenes digitale formidling av kunst på sosiale medier, også når kommunikasjonen tilpasses plattformens logikker, fremstår profesjonell og med tyngde og autoritet (s. 249). Det er imidlertid uklart om tyngden har rot i innhold og budskap, eller om den i større grad peker mot museet som avsender. Museets mer kommersielle funksjoner synes å dra nytte av definisjonsmakten som institusjonene har ervervet gjennom sin kunnskapsposisjon - også når det deles innhold uten (direkte) kunstfaglig forankring.

... Man kan også ta for seg temaer som er mer aktuelle i egen tid, og lage narrativer rundt disse. Det kan for eksempel være merkedager som Valentinsdagen eller International dog day hvor vi viser bilder fra samlingen som kan relateres til temaet, eller at vi bygger på innhold rundt et tema som for eksempel dating inspirert av renessansetegninger. Når vi skaper narrativer som dette så er ikke hovedhensikten først og fremst at publikum skal komme og se, eller dybdekunnskap, men å vise innhold fra samlingen og skape engasjement.

(Ellisiv Brattfjord, SoMe-ansvarlig og nettredaktør, Nasjonalmuseet).

Det er ikke noe galt i å dele enklere og mer tilgjengelig innhold, og kanskje er det også nødvendig for å tiltrekke seg nye følgere. Museet får vist frem samlingen, og tilgjengeliggjort kunsten på måter som krever lite av mottakerne. Samtidig så oppnår man kanskje ikke så mye heller. Publikum rustes ikke for nye kunstmøter. Dersom det skulle etableres interesse og engasjement, så antas dette å være av det mer flyktige og umotiverte slaget. Jeg forstår Kjølås (2024) sitt utsagn på samme grunnlag:

Problemet med medieplattformenes fokus på positivt innhold, økt profitt og aversjon mot å støte vekk brukere er at det fører til at kontroverser og politiske ytringer blir presset til siden til fordel for ufarlige, spektakulære uttrykk og kunst som opprettholder en trygg avstand fra samtidens overlappende kriser. Dette fratrar institusjonene integritet og definisjonsmakt. (s. 39).

Kjølaas sine begrunnelser antas å rette seg mot museenes formidling på sosiale medier-plattformer, og ikke museets nettsted som i større grad kan innrettes i tråd med museets egne formål. Samtidig så deler jeg bekymringen over at museene synes å tilpasse seg plattformenes affordanser heller enn å gjøre bruk av mediene til å utøve kunnskapsformidling. Selv om algoritmene ikke nødvendigvis pusher denne type innhold verken på nett eller sosiale medier, så er det et uforløst potensial i bruken av digitale plattformer til «kuratert og multimodal museumsformidling»; innhold som imøtekommer det analoge publikumets forventninger til faglighet, samtidig som det formidles med virkemidler som kan oppleves mer tilgjengelig og engasjerende for et mer sammensatt digitalt publikum. På samme måte som sosiale medier-kommunikasjon henter tyngde fra den institusjonelle helheten, så peker også digitalt innhold tilbake på institusjonen. Dette kan i ytterste konsekvens, slik jeg også forstår Kjølaas, bygge ned museenes integritet og definisjonsmakt. Jeg opplever det som problematisk at museene kommuniserer med «flere stemmer» (jf. kapittel 1.3.) og segmenterer plattformbruken (jf. kapittel 5.1.), fordi man taper kontinuitet. Sett i lys av demokratiseringsfunksjonen, som løftes frem i kulturpolitiske styringsdokumenter (jf. kapittel 1.1.), så skapes det ingen reell mulighet for brukerengasjement med bakgrunn i kunsten.

Når Valtysson (2024, jf. kapittel 2.3.4.) gjør bruk av begrepet *museumsformidling* så knytter han det til ny og digital museologi, og til hvordan tilgangen til kunst kan demokratiseres. Han benytter videre begrepet om formidling som er rik på fakta og faglige fortolkninger, som kanskje er vel så relevant i behandlingen av historisk kunst. Det er mange historier knyttet til Edvard Munch og hans kunstnerskap. Dette synliggjøres gjennom Munchmuseets analoge kuratering som løfter hele tolv tematiske innganger til Munchs arbeider. Utstillingen viser i så måte fleksibilitet og aksept for ulike fortolkninger. Det kunne likevel vært interessant å få vite mer om de ulike inngangene. Det fremstår som at analoge kuratorer, ved å avstå fra å dele kunstfaglige forståelsesrammer, «motarbeider» utstillingsmediets hensikt, mens kommunikasjonsansatte i større grad underlegger seg plattformenes affordanser gjennom fokus på aktualiteter. Ser vi derimot til Suess og Bartons (2022) undersøkelser, og måten enkelte publikumsgrupper ønsker å uttrykke interesse og identitet gjennom kunnskap om

kunstner, utstilling eller museum (jf. kapittel 2.2.2.), så kan det fremstå som en selvmotsigelse. «Når internasjonale trender på profittbaserte medieplattformer får innflytelse på innhold og formidling på tunge statlige museer, går det fort utover selvstendigheten, fagligheten og integriteten til institusjonen.», skriver Kjølås (2024, s. 39).

5.3.5. Deltakelse og interaktivitet

På bakgrunn av mer generelle beskrivelser av det digitale publikum, som ofte omtales som mangfoldig og sammensatt (jf. kapittel 2.1.5, 2.2.2. og 2.3.5.), så kan det antas at det ikke finnes et enkelt svar på hva som treffer, samler eller engasjerer museets følgere og andre interessenter. Valtysson (2024) peker mot felles interesser og normer som grunnlag for fellesskap (jf. kapittel 2.1.5., 2.3.4. og 5.2.), som kan bety at deltakelse og interaktivitet går dypere enn et spontant og rent estetisk kunstmøte.

I kapittel 2.3.5. refererer jeg til McMillan (2005) som skiller mellom tre typer interaktivitet; mellom mennesker og innhold, mellom mennesker og datamaskin, og mennesker imellom (s. 1). Jeg ser interaktivitet i sammenheng med Hallidays tre metafunksjoner, som på sett og vis også refererer til ulike nivåer av samhandling; mellom mennesker, paraverk og kunstverk (den tekstuelle *innholds*-metafunksjonen), (delvis) med plattformen som utvidet kontekst (den ideasjonelle *mediekontekst*-metafunksjonen), og gjennom ulike sosiale systemer (den mellommenneskelige *samspill*-metafunksjonen) (jf. kapittel 2.1.3. og 4.3.). Den første typen interaktivitet kan for eksempel handle om publikums behov for å aktivt søke og finne fram til interessant innhold på museets nettsted, om muligheten for å skape og dele brukergenerert innhold på Instagram, og om måten det disponeres tid og oppmerksomhet i den analoge utstillingen. Den andre interaktivitetstypen, som er plattformrelatert, ligner på den første kategorien, men vil mer generelt rette seg mot plattformens informasjonsstrøm og hvordan vi orienterer oss i denne. Den siste typen interaktivitet, som oppstår mellom mennesker, handler om hvordan vi interagerer fysisk i utstillingsrommet, muligheten for å komme i kontakt med ansatte via museets nettsted, eller digital samhandling med museet og andre brukere på sosiale medier-plattformer. Flere av disse temaene berøres i den komparative analysen av museenes kurateringspraksis (jf. kapittel 4.3.), og synes å kreve en viss grad av interesse utover det som skjer tilfeldig. Noen samhandlingsformer er preget av utstillingen og museet som visuell, symbolsk og sosial kontekst, mens andre er et direkte resultat av digitale plattformers affordanser. Det kan synes som at både analoge og digitale deltakelsesformer kan og blir observert fra museenes side.

Det er ansatte som følger med på publikums bruk av utstillingene, og jeg vet at det har vært foretatt publikumsundersøkelser med intervju og observasjonsundersøkelser tidligere og regelmessig.

(Mai Britt Guleng, seniorkurator i avdeling samling, Nasjonalmuseet).

Vi får varsel dersom vi tagges i sosiale medier, og vi deler dette innholdet i egne kanaler. Vi følger også med på enkelte emneknagger. I noen tilfeller har vi opplevd at det samtales om Nasjonalmuseet i kanaler som ikke vedrører museet, men hvor vi har gått inn og svart opp eller kommentert. Det viser en mer folkelig side av museet.

(Ellisiv Brattfjord, SoMe-ansvarlig og nettredeaktør, Nasjonalmuseet)

Det å fotografere og dele bilder via Instagram er en interaktiv handling som fremmer deltakelse i både fysiske og virtuelle rom. Det kan forlenge tiden man bruker på kunstverket, og prege informasjonen man oppsøker i for- eller etterkant, og således påvirke og mulig utvide den estetiske opplevelsen. Museer i dag bør vurdere hvordan estetiske opplevelser fortsetter å utvikle seg over tid, og ha en strategi for hvordan man skal imøtekomme dette. I kapittel 2.3.5. viser jeg til Ogundipe (2021) som viser til et skille mellom aktive og passive former for observerbar menneskelig handling. Bruken av Instagram i utstillingsrommet kan være et uttrykk for aktiv deltakelse i den fysiske utstillingen så vel som på digitale plattformer. Det kan være en måte for de som ikke er så kunstinteresserte til å engasjere seg med kunst. Kanskje er det slik at menneskets selvrefleksivitet og ønske om å fremstå på en bestemt måte, gjør det nødvendig for flere av oss å oppsøke museumsrommet. Her vil det å konsentrere seg om bruk av mobiltelefonen i museet kunne veie opp for et mulig fravær av kunnskap, og tilby nye måter å tilnærme seg kunsten på. Kanskje er det gjennom mobilkamerallinsen at vi fatter interesse for estetikk, og i forlengelsen av dette også for kunsten og kunstfaget.

5.3.6. Estetiske praksiser i dag

I kapittel 2.3.6. spør jeg hva som skiller kunst og estetikk i en digital tid. Det kan, basert på drøftingen over, synes som at museene, gjennom en mulig nedprioritering av kunnskapsdimensjonen, risikerer å bli oppfattet som «ren estetikk» (jf. kapittel 1.4.). Samtidig er det også en mulighet for at publikum, gjennom en estetisk inngang til kunst og utstillinger, fatter en mer genuin interesse for kunst og museer (jf. kapittel 2.3.5. og 5.3.5.). I dagens samfunn er det lite som taler for at museene er statiske institusjoner (jf. kapittel 1.1. og 5.1. om helhet),

men det som kanskje burde være konstant er kunnskapsoppdraget. Det er som kunnskapsinstitusjoner at museene har sin forankring, tradisjon og identitet, men også relevans – som en motsats til alt det flyktige og overfladiske som synes å prege dagens mediesituasjon.

Kjølaas (2024) skriver at «Utviklingen de siste fem årene viser at folk i gjennomsnitt poster mindre innhold på sosiale medier, fordi de ikke lenger stoler på medieplattformene. Desinformasjon, bots, reklame, implementering av KI, og moderering av innhold oppgis som grunner for mistilliten.» (s. 39). Selv om jeg i dette studiet ikke ser konkret på museenes kommunikasjon på sosiale medier, så fremstår det som viktig at museene opprettholder sin integritet på tvers av plattformer som en institusjon med substans; faglig forankret, perspektivert, og med rom for mangfold og kritisk refleksjon. Det er, etter mitt syn, samfunnsoppdraget som bør være utspring for både analog og digital aktivitet. Museene er ikke medieplattformer, og ved å tilpasse sin kommunikasjon på bakgrunn av hva som «trender», eller ved å konstruere en digital identitet som avviker fra den fysiske institusjonens selvforståelse (jf. kapittel 5.1.), så kan de stå i fare for å fremstå som nettopp det: automatisert, populistisk og forflatet. I den grad plattformen er fellesnevner (jf. kapittel 2.3.6.), så bør det handle om presentasjonsform og de mulighetene som plattformene representerer – og i mindre grad om innhold (jf. kapittel 1.1.).

«... Det som ikke er tilgjengelig digitalt, står i fare for å bli glemt», skriver Eliassen (2022, s. 69, jf. kapittel 2.3.6.). Slik er det potensielt også for museenes samlingsutstillinger dersom digitale kunstmøter blir et substitutt for analoge kunstmøter (jf. kapittel 1.1.), slik Gran (2021) ser konturene av:

For resepsjonen og opplevelsen av verket gir onlineforbrukerne uttrykk for at den primært forringes eller reduseres på veien fra galleriet og museet til skjermen. Mangler ved online-formatet er fravær av ekte vare, autentisitet, kvalitet, tredimensjonalitet osv. ...

De samme onlineforbrukerne som svarer at fravær av autentisiteten og sosialitet er de største manglene ved online forbruk av kunst- og museumsgjenstander, krysser av for en rekke egenskaper som gjør digitale distribusjonskanaler fordelaktige: enkelt tilgang (78 prosent), gratis inngang (55 prosent), tilgang til internasjonalt innhold (48 prosent) og tilgang til flere samlinger på én plattform (38 prosent). (Gran, 2021, s. 56).

Dette synes å være argumenter for at kuratert og kontekstuel konstruert innhold rundt samlinger og utstillinger bør finne vegen over på digitale plattformer, og at innholdet

presenteres på måter som samspiller med, og mulig forlenger opplevelsen av, et fysisk museumsbesøk. Digitale plattformer har en rekke kvaliteter som tiltaler publikum i dag, men de er fortsatt skjermbasert. Dette taler for å bygge opp en mer genuin interesse digitalt gjennom økt fokus på visuelle representasjoner, digital aura, perspektivert historiefortelling og multimodal museumsformidling. Dette åpner i sin tur opp for nye og mer lekne måter å kuratere den analoge utstillingen på – nettopp fordi plattformene samspiller. Kunnskapsdimensjonen kan, men den må ikke, forankres i den fysiske utstillingen. Det er i denne sammenheng interessant og nyttig å se tilbake på denne oppgavens studieobjekter, som har valgt to svært ulike strategier. Nasjonalmuseets kuratering av Munch-rommet bygger opp om den analoge utstillingens plattformspesifikke egenskaper ved å løfte fram den særegne atmosfærens som omgir Munchs ikoniske verker, og ved å tone ned den medierte iscenesettelsen. Kunnskapsdimensjonen er til stede gjennom veggtekst og informative verksetiketter, men kan oppleves litt redusert – også som følge av at det digitale innholdet ikke synes å tilføre noe mer eller annet til den kontekstuelle innretningen. Munchmuseets kuratering av utstillingen *Uendelig* etterstreber en slags digital interesse ved å gjenskape et større antall bevegelsesmønstre og verkssammensetninger, og ved å løfte frem plattformen som paraverk og installasjon. Fordi utstillingen synes å basere seg på publikum som medkurator også innholdsmessig, kan den tekstuelle kurateringen oppleves forflatet. Her bidrar imidlertid nettstedets digitale innhold til flere kunstrelevante innfallsvinkler og perspektiver på måter som støtter opp om utstillingen. Det er i denne sammenheng det er relevant å snakke om kuratering som en felles referanse for analogt og digitalt arbeid, og om kommunikasjonsansatte som et «utvidet kuratoriat» (Lopes, 2020, s. 137, jf. kapittel 2.1.5. og 5.1.). Det totale utbyttet har sammenheng med hvordan publikum i dag gjør bruk av de ulike plattformene, den hensynet til demokrati og demografi (jf. kapittel 1.1.) peker mer i retning det digitale.

I kapittel 5.1. reflekterer jeg over hvorvidt den analoge kuratorfunksjonen ser digital kunstdistribusjon som et verktøy for å bygge et kunstpublikum, og om kommunikasjonsansatte ser nytten av denne type kvalitative målsettinger. I dette ligger det en mulig interessekonflikt mellom museumsansatte på ulike fagavdelinger som følge av det som kan synes som manglende forståelse og interesse for hverandres fagområder, her eksemplifisert og forklart av Mathias og Mørland (2019) med utgangspunkt i et annet relatert fagområde – kunstpedagogene.

For å komme seg ut av spenningsfeltet mellom kurateringsens faglige og markedsavdelingens økonomiske krav må kunstformidlingens funksjon tenkes i et helhetlig perspektiv. Som en følge av oppløsningen av kunstens verks- og kvalitetsbegreper erfarer vi nå en oppløsning av skillet mellom kuraterings-, formidlings- og markedsavdelingene på museumsfeltet. Disse må tenkes på nytt. Bare slik kan fagfeltet møte publikum med et redefinert kunstbegrep. Et kunstbegrep som inkluderer publikum uten at kunstfaglige kvalitetsvurderinger av den grunn faller ut. (Mathias & Mørland, 2019, s. 94-95).

Ved å etablere et felles utgangspunkt i kuratorfunksjonen, og med fokus på konseptuell konstruksjon og plattformspesifikke virkemidler, kan man se for seg at de ulike fagområdene kan utvikle en større forståelse for hverandres kompetanse – og derfor jobbe sammen mot felles mål.

5.4. Oppsummering av drøftingen

Gjennom analyser og drøfting har jeg trukket fram en rekke momenter som kan inspirere likheter, ulikheter og samspill på tvers av plattformer, og som i sum besvarer forskningsspørsmål 1-3 som handler om hvordan kuraterte oppstillinger overføres, endres og relateres til hverandre på tvers av plattformer slik jeg vil oppsummere mer konkret i kapittel 6. Her er det, som følge av masterutdanningens studieretning, sett på affordanser med utspring i medieteorier og digital kommunikasjon, men som også er inspirert av Eliassens (2022) utsagn om estetisk arbeid som «medier» heller enn «kunstarter» (s. 42, jf. kapittel 1.4.). Plattformspesifikke egenskaper har innvirkning på hvordan man opplever oppstillingens «brukergrensesnitt-design», men også hvilke «idealer» man identifiserer og bygger videre på i kurateringen på tvers av plattformer. I kapittel 2.1.3. skriver jeg om hvordan semiotiske grenser krysses i økende omfang. Det gjør også grensene mellom ulike plattformer, som innebærer at mediene potensielt kan fungere som en ny verktøykasse av muligheter (jf. kapittel 2.3.6.) hvis formål er å bygge et kunstinteressert publikum på tvers av analoge og digitale plattformer.

6. Avslutning, oppsummering og konklusjon

I kapittel 1.1. skriver jeg om hvordan digital tilgjengeliggjøring av kunst og kultur begrunnes ut fra demokratiske og demografiske hensyn. Demografisk mangfold handler, ifølge Gran (2021), om hvem benytter digitale kunst- og kulturtilbud (s. 47), og i forlengelsen av dette at folk utenfor museets rekkevidde skal ha et digitalt alternativ. Museenes aktivitet på digitale plattformer bidrar til dette. Det gjør også privatpersoner som formidler kunst og utstillinger på sosiale medier-plattformer som Instagram. Publikum har allerede en viktig rolle i museenes «demokratiseringsprosjekt» både som bruker, distributør og medkurator, noe som potensielt kan ha følger for hvordan museet tenker kuratering på tvers av plattformer. Jeg vil i det følgende oppsummere oppgaven som har problemstillingen: *Hvilke sammenhenger er det mellom kunstmuseers kuratering av analoge samlingsutstillinger og deres digitale formidling av samme utstilling?* Oppsummeringen rommer konkrete analysefunn, men også mer teoretiske poenger fra drøftingskapitlet som berører temaer som kuratorfunksjonen i en digital tid, museenes organisering, samfunnsoppdraget, demokratiseringsperspektivet og kvantitative kontra kvalitative målsettinger om deltakelse.

På digitale plattformer møter vi remedierte kunstoppstillinger som er forflyttet fra det analoge utstillingsrommet og over på digitale flater. Dette innebærer at digitale kunstoppstillinger gjør bruk av andre visuelle, tekstlige og auditive virkemidler eller paraverk som, sett i lys av kapittel 2.3.1., gir en mindre autentisk, men mer tilgjengelig og allestedsnærværende «her-og-nå»-opplevelse. Det digitale kunstmøtet preges naturlig nok av fysisk distanse til kunst og utstilling, men, med tanke på den subjektive erfaringen, kan som eksempel digital verksutforskning oppleves både konkret og håndfast fordi det krever en form for fysisk interaksjon – da med mobiltelefonen som medierende mellomledd. Det er videre elementer ved de digitale presentasjonene som kan bidra til å «forlenge» utstillingen over på digitale plattformer. Jeg finner at når museene gjør bruk av film eller stillbilder fra museumsrommet og utstillingskonteksten, men også når de deler verksbilder som kan forstørres og studeres i detalj, så kan dette fungere som et uttrykk for «digital aura». Dette fordi den digitale plattformen kobles til verkenes opprinnelighet; den visuelle uttrykksformen og den visuelle konteksten. Autentisitet og aura er, jf. kapittel 2.3.1. og 5.3.1., affordanser ved den analoge utstillingen som, med disse virkemidlene, til en viss grad kan gjenskapes digitalt. Motsatt kan man skape en fornemmelse av (digital) tilgjengelighet, informasjonsmangfold og valgbare

skript i den analoge utstillingen, slik Munchmuseets kuratering av utstillingen *Uendelig* kan være eksempel på. Presentasjonsformen gjensker elementer ved digitale kunstopplevelser ved at det tilbys flere og valgfrie innganger til utstillingens visuelle og kognitive innhold, og ved bruk av en innovativ utstillingsarkitektur som kan fungere som et uttrykk for medieringemetoden hypermediacy (jf. kapittel 2.3.2. og 5.3.2.). Utstillingen henspiller på hvordan kuratering på analoge og digitale plattformer lar seg inspirere av hverandres affordanser. Det er imidlertid ikke disse plattforminspirerte kuratorgrepene alene som skaper opplevelsen av en dynamisk og samtidsaktuell utstilling, men også måten som det analoge samspiller med det digitale. Argumenter knyttet til demografisk tilgjengelig gjøring av kunst og museum kunne indikert at institusjonens samling, og derfor også utstillingsrelatert innhold, ble viet stor plass på digitale flater. Slik er det ikke. Museene er klar over at de skaper lite digitalt innhold rundt den analoge samlingspresentasjonen, som synes å ha sammenheng med organisering og kapasitet. I stedet skapes innhold rundt temporære aktiviteter og aktualiteter som ikke nødvendigvis er kunstfaglig forankret, men som forventes å skape større engasjement. Dette forsterker opplevelsen av at museer produserer digitalt innhold utfra markedsføringsbehov og mer kommersielle formål, og i mindre grad som en forankret og integrert del av det museal praksis.

Sammenlignet med sosiale medier-plattformer så benyttes museets nettsted mer i tråd med samfunnsoppdraget, men «kurateringsrommet» er begrenset som følge av brukergrensesnittets ofte mer standardiserte struktur og presentasjonsform. Det er likevel grep man kan gjøre digitalt som bidrar til å forlenge den analoge kurateringen over på museets nettsted. Det kan for eksempel handle om å skape referanser og nærhet til utstillingen gjennom bilde- og fargebruk, menystrukturer og kategorisering av innhold. Digitale presentasjoner av analoge utstillinger fremstår som en forkortet versjon og et tverrsnitt av den fysiske utstillingen. Dette handler om at digitale presentasjoner i mange tilfeller legges nært opp til den tekstuelle formidlingen som finner sted gjennom ulike paraverk i den analoge utstillingen; veggtekster, verksetiketter og utstillingskatalog. Dette betyr at det kontekstuelle konstruerte budskapet i stor grad sier det samme. Videre reduseres omfanget av visuelle modaliteter på bekostning av tekst, som medfører at bilder i større grad opptrer som illustrasjoner fremfor selvstendige fortolkningsobjekter. Inntrykket kan utjevnes gjennom bruk av flere, større og levende bilder i den digitale oppstillingen, og gjennom supplerende tekst og flere tematiske eller perspektiverte innganger som bygger kunnskapsknagger utover den kunnskapsoverføringen som vi finner i selve utstillingen. Dette legger grunnlag for økt multimodal kommunikasjon,

som gir anledning til å fremme faglighet på en mer lettfattelig måte. Presentasjonsformen gjenkjennes i Munchmuseets «Edvard Munch stories». Denne type faglig forankret, og multimodalt innhold etterlater et inntrykk av at Munchmuseets nettsted balanserer og likestiller modaliteter i større grad enn Nasjonalmuseet. Innholdet, som er holdt på et overordnet nivå og som oppleves mer underholdende enn kunnskapsbyggende, har også potensiale til å romme mer kunstfaglig innhold. «Multimodal museumsformidling» er en kommunikasjonsform som mulig kan imøtekomme det analoge publikummets kvalitetskrav, samtidig som det etterkommer det digitale publikummets fokus på opplevelse.

Kommunikasjonsformen kan videre være et uttrykk for hvordan ett fysisk ladet rom kan kommunisere i et annet og virtuelt ladet rom med andre affordanser og logikker – uten å gå på kompromiss med seg selv. Det er i denne sammenheng interessant å dra vekslers på publikums Instagramdokumenterte utstillingsbesøk som en indikasjon på publikums bruk av fysiske og virtuelle museumsrom (jf. kapittel 2.2.2.) – for hvor starter, eller stopper, utstillingens kontekst egentlig? Det kan, sett i lys av Suess og Bartons (2022) begrunnelser for publikums Instagrambruk, synes som at kunstopplevelsen kan romme digitale forberedelser og etterarbeid som en integrert del av medierings- og delingsprosessen (s. 649).

Som vi ser preges museenes kuratering av samlingsutstillinger på tvers av plattformer av både likheter og ulikheter, og det er i denne sammenheng interessant at det synes å være ulikhetene som innehar det største potensialet for «plattformovergripende samspill». Likheter i budskap og kommunikasjon på tvers av plattformer er naturlig og forventet, men i den grad man betrakter digitale plattformer som supplerende forlengelse av den analoge utstillingen, og medienes muligheter som en «digital verktøykasse» for utøvelse av et felles samfunnsoppdrag, så kan det synes som at det er de ekstra kunnskapsknaggene og det multimodale innholdet som har størst potensiale for å samspille med den analoge utstillingen.

Dette leder oss til forskningsspørsmål fire som omhandler institusjonenes strategier for plattformbruk, og hvorvidt kuratering og kontekstuell konstruksjon er del av denne. Museene har strategier for plattformbruk, som det også er referert til i denne oppgaven (jf. kapittel 1.2), men disse preges ikke av kuratering. Videre har museene definert sitt samfunnsoppdrag i årsmeldinger og strategidokumenter (jf. kapittel 4.1. og 4.2.), men kunnskapsoppdraget synes å være plassert i den analoge delen av virksomheten og i mindre grad som en integrert del av museenes kommunikasjon på tvers av plattformer. Det kan fremstå som at kuratorrollen og kunnskapsoppdraget har rot i en tradisjon som museene søker å distansere seg fra når de

kuraterer sin «digitale identitet». Kommunikasjonsansatte bringer med seg perspektiver og målestokker fra andre bransjer, som i mindre grad forholder seg til museets tradisjon og samfunnsoppdrag. En slik situasjon antas å være utfordrende for alle parter. Ved å etablere et felles utgangspunkt i kuratorfunksjonen, så kan man se for seg at de ulike kompetansefeltene kan utvikle en større forståelse for, og dra nytte av, hverandres faglige ståsteder. Dette kunne, som eksempel, resultere i utstillinger som på ulike måter legger til rette for digitalt engasjement, eller mer kunnskapsbasert innhold på digitale plattformer. Dette krever imidlertid åpenhet fra de ansattes side, og en fleksibel organisasjon som legger til rette for gjennomgående samarbeid på tvers av avdelinger og fagområder. Det oppfordres i denne sammenheng til mer forskning på museenes bruk av multimodal museumsformidling, og hvordan museet kan måle engasjement også kvalitativt. Dette kan som eksempel inkludere publikums Instagrambruk i utstillingsrommet. Det kan også være relevant å undersøke hvordan museumsinstitusjonene kan tilpasses bedre med dette som siktemål.

Nasjonalmuseet og Munchmuseet har per i dag ingen strategi for hvordan de kan inkorporere publikums Instagramdokumenterte erfaring i museets analoge og digitale kuratering. Sett i lys av museenes demokratiseringsfunksjon (jf. kapittel 1.1.), vil det være interessant med forskning som undersøker 1) hvorvidt det norske publikums begrunnelser for å dele innhold fra utstillingsrommet samsvarer med Suess og Bartons (2022) «årsakskategorier», og 2) om museene, ved å gjøre aktiv bruk av slike «tilbakemeldinger», oppnår et større og mer varig engasjement på tvers av plattformer. Dette for å teste antakelsen om at utstillingsmediet kan romme en kuratert agens som stimulerer publikum til å fotografere og dele på Instagram (jf. kapittel 1.4., 2.3.2. og 5.3.3.), og om flere kunnskapsknagger analogt og digitalt vil bidra til et mer perspektivert og mangfoldig innhold. I dagens medieøkologi bidrar også publikum til å bekjentgjøre kunst og utstillinger til en større bredde av befolkningen, som innebærer at museene bør ha et aktivt forhold til brukergenerert innhold.

Oppsummeringen understøtter nyere forskning (jf. kapittel 1.1.) som blant annet hevder at den digitale utviklingen og dagens estetiske praksis er to sider av samme sak (Eliassen et. al., 2022, s. 12). Plattforminspirert og -overgripende kuratering gir grunnlag for nyskapende presentasjonsformer som kan formidle og engasjere på samme tid. Selv om det er demokratisk riktig og inkluderende å anerkjenne publikums egne fortolkninger og meningsutbytte i møte med kunst, så kan det synes «demokratisk kortsiktig» dersom dette blir ensbetydende med at kunnskapsinnholdet nedskaleres. Dette følger av mer langsiktige og kvalitative begrunnelser

for å bygge et fremtidig kunstpublikum, men også for å opprettholde integritet og tyngde i en tid der informasjonsstrømmen er stor og uoversiktlig. Kurateringsrommet er imidlertid større dersom plattformene betraktes som en forlengelse av hverandre, som innebærer at begge presentasjonsformer står friere i måten de innrettes og samspiller på. Dette fordi «lesingen» av en analog utstilling i mange tilfeller starter, slutter eller kun foregår digitalt. Kurateringspraksis i en digital tid synes å handle om at museene gjør bruk av flere plattformer, samtidig som de må passe seg for ikke å selv bli en medieplattform. Museene må finne tilbake til sin egen identitet, og utøve sin samfunnsrolle på nye måter. Dette innebærer, fra mitt ståsted, å være konstante ivaretagere av kunnskapsoppdraget, men dynamiske i måten man presenterer innhold og tilpasser seg publikums preferanser og bruk. Oppgavens problemstilling spør hvilke sammenhenger det er mellom kunstmuseers kuratering av analoge samlingsutstillinger og deres digitale formidling av samme utstilling. Jeg har for denne oppgaven valgt å innta et perspektiv der digitalt innhold speiler analog virksomhet, og med fokus på digital kurateringspraksis som er av nyere dato og kanskje også mer utfordrende. Det er et poeng i drøftingen av plattformene i større grad bør trekke veksler på hverandre, og at det er gjennom et «plattformovergripende samspill» at museene har størst potensiale til å utvikle kunstkuratering som felt i en digital tid. Hylland (2017) skriver at «...museene må anerkjenne og bruke sin kulturelle autoritet på en konstruktiv måte. Det må de gjøre i alle sine samfunnsroller» (s. 91), som på mange måter oppsummerer essensen i mitt prosjekt. Analoge og digitale plattformer skal samspille og utfylle hverandre, og ikke spille hverandre ut.

Det var en sommerdag for snart tretti år siden jeg oppdaget at Edvard Munch var født i Løten. Ti år senere studerte jeg i Bø i Telemark hvor jeg lærte om analog kunstkuratering. Ti nye år passerer, og jeg har tatt steget fra museumsfeltet og over i kommunal kulturadministrasjon der sosiale medier har blitt et arbeidsverktøy. De siste ti årene har jeg undret meg over hvilken funksjon museene har i en digital tid. Kunstkuratering på tvers av analoge og digitale plattformer var på mange måter et teoretisk utgangspunkt for en studie som søkte svar på «digitaliseringstrusselen», men som endte et helt annet sted. For det handler ikke så mye om digitalisering som det gjør om publikum – et publikum som søker estetiske opplevelser på mange og ulike måter. Vi er del av en medieøkologi der alle plattformer har sin funksjon, og hvor museenes bidrag synes viktigere enn noen gang.

Litteraturliste

- Anker, T. (2020). *Analyse i praksis. En håndbok for masterstudenter*. Cappelen Damm akademisk.
- Bale, K. (2009). *Estetikk: En innføring*. Pax Forlag.
- Bangstad, T. R. (2017). Verdens speil og tingenes gravsted: Om metaforbruk og «gjøren» i museologien. *Norsk Museumstidsskrift*, 3(2), 60-76.
DOI: <https://doi.org/10.18261/issn.2464-2525-2017-02-03>
- Benjamin, W. (1991). *Kunstverket i reproduksjonsalderen: Essays om kultur, litteratur, politikk*. Gyldendal. Hentet fra http://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2011010408010
- Bolter, J. D. & Grusin, R. (2000). *Remediation. Understanding New Media*. MIT Press.
- Briggs, A., Burke, P. & Ytreberg, E. (2020). *A Social History of the Media: From Gutenberg to Facebook*. Polity Press.
- Brodtkorb, H. (2014). Kuratorvelde. *Kunst*, 2014(2). <https://www.fineart.no/doc/kuratorvelde>
- De nasjonale forskningsetiske komiteene (2019, 12. februar). *Forskningsetisk veileder for internettforskning*. Hentet 24. april fra <https://www.forskningsetikk.no/retningslinjer/hum-sam/forskningsetisk-veileder-for-internettforskning/>
- De nasjonale forskningsetiske komiteene (2021, 16. desember). *Forskningsetiske retningslinjer for samfunnsvitenskap og humaniora*. Hentet 24. april fra <https://www.forskningsetikk.no/retningslinjer/hum-sam/forskningsetiske-retningslinjer-for-samfunnsvitenskap-og-humaniora/>

- Drucker, J. (2020). Sight. I M. Rubery & L. Price (Red.), *Further Reading*. Oxford Handbooks Online. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198809791.013.14>
- Eliassen, K. O. (2022). Estetiske praksiser i plattformøkonomien. I K. O. Eliassen, A. Ogundipe & Ø. Prytz (Red.), *Estetiske praksiser i den digitale produksjonens tidsalder* (s. 39-75). Fagbokforlaget. DOI: <https://doi.org/10.55669/oa140501>
- Eliassen, K. O., Ogundipe, A. & Prytz, Ø. (2022). Innledning. I K. O. Eliassen, A. Ogundipe & Ø. Prytz (Red.), *Estetiske praksiser i den digitale produksjonens tidsalder* (s.9-35). Fagbokforlaget. DOI: <https://doi.org/10.55669/oa140500>
- Elton, L. (2024, 3. april). Radikalt annerledes i Stavanger. *Dagsavisen, Kultur*. <https://www.dagsavisen.no/kultur/2024/04/03/radikalt-annerledes-i-stavanger/>
- Gran, A.-B. (2021). Digitalisering, kulturforbruk og mangfold – implikasjoner for kultursektoren og kulturpolitikken. I A.-B. Gran & E. Røssak (Red.), *Mangfold i spill. Digitalisering av kultur og medier i Norge* (s. 44-68). Universitetsforlaget. DOI: <https://doi.org/10.18261/9788215044828-2021-0>
- Halliday, M. A. K. & Hasan, R. (1985). *Language, context, and text: Aspects of language in a social-semiotic perspective*. Oxford University Press.
- Handelshøyskolen BI. (u.å.). *Digitization and Diversity*. Hentet 3. april 2024 fra <https://www.bi.no/forskning/forskningscentre/centre-for-creative-industries/digitization-and-diversity/>
- Hantelmann, D. V. (2014). The experimental turn. *Walker Art Center*. <https://walkerart.org/collections/publications/performativity/experiential-turn/>
- Hayles, N. K. (2012). *How we think. Digital Media and Contemporary Technogenesis*. The University of Chicago Press.

- Hylland, O. M. (2017). Museenes samfunnsrolle – et kritisk perspektiv: Om komplekse institusjoner og institusjonell lasteevne. *Norsk Museumstidsskrift*, 3(2), 77-91.
DOI: <https://doi.org/10.18261/issn.2464-2525-2017-02-04>
- International Council of Museums Norway (u.å.). *Museum Definition*. Hentet 3. april 2024 fra <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>
- Kjølaas, S. M. (2024, 23. mars). Museum Peach Fuzz. *Klassekampen*, s. 39.
- Kress, G. & Van Leeuwen, T. (2021). *Reading Images. The Grammar of Visual Design* (3. utgave). Routhledge.
- Kulturdirektoratet. (2020, 22. juni). *Kunst på nye plattformer*. Hentet 3. april 2024 fra <https://www.kulturdirektoratet.no/web/guest/fou/vis-artikkel/-/kunst-pa-nye-plattformer>
- Kulturdirektoratet. (u.å.-a). *Kunst og sosiale fellesskap*. Hentet 3. april 2024 fra <https://www.kulturdirektoratet.no/forskning/kunst-og-sosiale-fellesskap>
- Kulturdirektoratet. (u.å.-b). *Digital kultur, estetiske praksiser*. Hentet 3. april 2024 fra <https://www.kulturdirektoratet.no/forskning/digital-kultur>
- Kulturdirektoratet. (u.å.-c). *Kunst som deling, delingens kunst*. Hentet 3. april 2024 fra <https://www.kulturdirektoratet.no/web/guest/vis-publikasjon/-/kunst-som-deling-delingens-kunst>
- Kvarv, S. (2021). *Vitenskapsteori – tradisjoner, posisjoner og diskusjoner*. Novus Forlag.
- Lien, S. & Nielssen, H. W. (2016). *Museumsforteljingar. Vi og dei andre i kulturhistoriske museum*. Det Norske Samlaget.
- Liven, T. (2016, 25. oktober). Kunstport-samarbeid i endring. Periskop.
<https://periskop.no/museene-lukker-kunstport-appen/>

- Lopes, R. O. (2020). Museum curation in the digital age. I G. Hearn (Red.), *The Future of Creative Work. Creativity and Digital Disruption* (s. 124-140). Edward Elgar Publishing Limited. DOI: <https://doi.org/10.4337/9781839101106.00016>
- Lund, J. (2020). Tid. I J. Lund & U. Schmidt (Red.), *Medieæstetik – en introduktion* (s. 131-145). Samfundslitteratur.
- Mathias, N. & Mørland, G. E. (2019). Formidlingens dilemma. Om digitalisering, kulturpolitikk og en endret kunstforståelse. I C. B. Myrvold & G. E. Mørland (Red.), *Kunstformidling. Fra verk til betrakter* (s. 79-95). Pax Forlag A/S.
- McMillan, S. J. (2005). The Researchers and the Concept. Moving Beyond a Blind Examination of Interactivity. *Journal of Interactive Advertising*, 5(2), 1-4.
DOI: <https://doi.org/10.1080/15252019.2005.10722096>
- Meld. St. 23 (2020-2021). *Musea i samfunnet. Ting, tillit og tid*. Kulturdepartementet.
<https://www.regjeringen.no/contentassets/573ad8ffd103469087db8ee693de5060/nn-no/pdfs/stm202020210023000dddpdfs.pdf>
- Meld. St. 8 (2018-2019). *Kulturens kraft. Kulturpolitikk for framtida*. Kulturdepartementet.
<https://www.regjeringen.no/contentassets/9778c28ab1014b789bbb3de0e25e0d85/nn-no/pdfs/stm201820190008000dddpdfs.pdf>
- Mitchell, W. J. T. & Hansen, M. B. N. (2010). Introduction. I M. J. T. Mitchell & M. B. N. Hansen (Red.), *Critical terms for media studies*. The University of Chicago Press.
- Munchmuseet (2023, 3. februar). *Årsberetning 2022*. Munchmuseet.
<https://www.munchmuseet.no/globalassets/arsberetninger/munchmuseet-arsberetning-2022.pdf>
- Munchmuseet (u.å.-a). *Edvard Munch Uendelig*. Hentet 7. januar 2024 fra
<https://www.munchmuseet.no/utstillinger/edvard-munch-uendelig/>

Munchmuseet (u.å.-b). *Introduksjon til Edvard Munch Uendelig*. Hentet 7. januar 2024 fra <https://www.munchmuseet.no/utstillinger/edvard-munch-uendelig/video/>

Munchmuseet (u.å.-c). *Edvard Munch Stories: Portraits Part 1*. Hentet 7. januar 2024 fra <https://www.munchmuseet.no/se-lytt-les/ems/edvard-munch-stories-portretter-del-1/>

Munchmuseet (u.å.-d). *Munchmuseets historie*. Hentet 13. februar 2024 fra <https://www.munchmuseet.no/om-oss/museets-historie/>

Munchmuseet (u.å.-e). *Om samlingen – en skjør arv*. Hentet 13. februar 2024 fra <https://www.munchmuseet.no/om-samlingen/om-samlingen-en-skjor-arv/>

Munchmuseet (u.å.-f). *Dette er MUNCH*. Hentet 13. februar 2024 fra <https://www.munchmuseet.no/dette-er-munch/>

Myrvold, C. B. & Mørland, G. E. (2019). *Kunstformidling. Fra verk til betrakter*. Pax Forlag A/S.

Nasjonalmuseet (2015). *Komparativ analyse av basisutstillinger i norske kunst- og kunstindustrimuseer 2011-2012*. Nasjonalmuseet. https://www.nasjonalmuseet.no/contentassets/09cd41b5cc864e0eb4c555c608a47974/komparativanalyseavbasisutstillingervednorskekunst_ogkunstindustrimuseer_2011_2012.pdf

Nasjonalmuseet (2019). *Strategi 2020-2025. Visjon, verdier og strategiske mål for Nasjonalmuseet 2020-2025*. Nasjonalmuseet. <https://www.nasjonalmuseet.no/globalassets/bilder/artikler/forskning/sanselig-tilnarming/strategi-til-internett.pdf>

Nasjonalmuseet (2023, 16. februar). *Årsberetning for Nasjonalmuseet 2022*. Nasjonalmuseet. https://www.nasjonalmuseet.no/contentassets/98adac84980c4555ae99de8a5ed00e80/arsmelding_nasjonalmuseet_2022.pdf

- Nasjonalmuseet (u.å.-a). *Utstilling Samlingen*. Hentet 14. januar 2024 fra <https://www.nasjonalmuseet.no/utstillinger-og-arrangementer/nasjonalmuseet/utstillinger/2021/samlingsutstillingen/>
- Nasjonalmuseet (u.å.-b). *Dypdykk i samlingen*. Hentet 14. januar 2024 fra <https://www.nasjonalmuseet.no/historier-fra-museet/dypdykk-i-samlingen/>
- Nasjonalmuseet (u.å.-c). *Edvard Munch og «Skrik» i Nasjonalmuseet*. Hentet 14. januar 2024 fra <https://www.nasjonalmuseet.no/historier-fra-museet/dypdykk-i-samlingen/edvard-munch-skrik-nasjonalmuseet/>
- Nasjonalmuseet (u.å.-d). *Livsfrisen (synstolkning)*. Hentet 14. januar 2024 fra <https://www.nasjonalmuseet.no/guide/collection/60/livsfrisen/>
- Nasjonalmuseet (u.å.-e). *Nasjonalgalleriets historie*. Hentet 13. februar 2024 fra <https://www.nasjonalmuseet.no/besok/visningssteder/nasjonalgalleriet/nasjonalgalleriets-historie/>
- Nasjonalmuseet (u.å.-f). *Mot et nytt museum: Munch i det nye Nasjonalmuseet*. Hentet 13. februar 2024 fra <https://www.nasjonalmuseet.no/utstillinger-og-arrangementer/andre-steder/arrangementer/2021/10/mot-et-nytt-museum-munch-i-det-nye-nasjonalmuseet/>
- Nasjonalmuseet (u.å.-g). *Samlingspresentasjonen: konsept og oppbygging*. Hentet 13. februar 2024 fra <https://www.nasjonalmuseet.no/utstillinger-og-arrangementer/nasjonalmuseet/utstillinger/2021/samlingsutstillingen/samlingspresentasjonen/>
- Norges Museumsforbund (2023, 23. november). *Offisielle oversettelser av ICOMs nye museumsdefinisjon på norsk og samisk*. Hentet 3. april 2024 fra <https://museumsforbundet.no/nyheter/offisielle-oversettelser-av-icom-s-nye-museumsdefinisjon-er-klar/>
- Ogundipe, A. (2021). Plattformiseringen av et kunstmøte. I A.-B. Gran & E. Røssak (Red.), *Mangfold i spill. Digitaliseringen av kultur og medier i Norge* (s. 124-151). Universitetsforlaget. DOI: <https://doi.org/10.18261/9788215044828-2021-07>

- Rettberg, S. (2019). *Electronic Literature*. Polity Press.
- Rustad, H. K. (2012). *Digital litteratur. En innføring*. Cappelen Damm AS.
- Røssak, E. (2018). Kuratorgjennombruddet i Norge: samtid, medier og diskurs. I J. F. Hovden & Ø. Prytz (Red.), *Kvalitetsforhandlinger. Kvalitetsbegrepet i samtidens kunst og kultur* (s. 145-180). Fagbokforlaget.
- Schmidt, U. (2020). Rum. I J. Lund & U. Schmidt (Red.), *Medieestetik – en introduktion* (s. 111-129). Samfundslitteratur.
- Skjæveland, M. K. & Engebretsen, M. (2023). Design for digitale museumsopplevelser. En sosialsemiotisk analyse av to kunstmuseers tilbud på nett. *Norsk medietidsskrift*, 30(1), 1-20. DOI: <https://doi.org/10.18261/nmt.30.1.4>
- Solhjell, D. & Øien, J. (2012). *Det norske kunstfeltet. En sosiologisk innføring*. Universitetsforlaget.
- Solhjell, D. (1995). *Kunst-Norge. En sosiologisk studie av den norske kunstinstitusjonen*. Universitetsforlaget.
- Solhjell, D. (2001). *Formidler og formidlet. En teori om kunstformidlingens praksis*. Universitetsforlaget.
- Solhjell, D. (2015). «*Dette er kunst*». Universitetsforlaget.
- Suess, A. & Barton, G. (2022). Instagram and the museum experience: theorising the connection through aesthetics, space and sharing. *Museum Management and Curatorship*, 37(6), 641-656. DOI: <https://doi.org/10.1080/09647775.2022.2073563>
- Thagaard, T. (2018). *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitative metoder*. Fagbokforlaget.

Tronstad, R. (2019). Opplevelser av nærvær. Formidling av interaktiv mediekunst. I C. B. Myrvold & G. E. Mørland (Red.), *Kunstformidling. Fra verk til betrakter* (s. 96-115). Pax Forlag A/S.

Valtysson, B. (2024). Museernes platformisering. I A. Ogrundipe & A. Danielsen (Red.), *Fellesskap, konflikt og politikk: Spenninger i kunst- og kulturfeltet* (s. 239-276). Fagbokforlaget. DOI: <https://doi.org/10.55669/oa321007>

Van Dijck, J. & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1), 2-14.
<https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/70/60>

Wanzer, D. L., Finley, K. P., Zarian, S. & Cortez, N. (2018). Experiencing Flow While Viewing Art: Development of the Aesthetic Experience Questionnaire. *Psychology of Aesthetics, Creativity and the Arts*, 14(1), 2-36.
DOI: <https://doi.org/10.1037/aca0000203>

Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K., Larsen, L. O. & Moe, H. (2023). *Metodebok for mediefag*. Fagbokforlaget.

Aalen, I., & Iversen, M. H. (2021). *Sosiale medier*. Fagbokforlaget.

Andre kilder

Intervjuer med én kurator og én kommunikasjonsansatt ved Munchmuseet og Nasjonalmuseet
De analoge utstillingene *Uendelig* (Munchmuseet) og Munch-rommet (Nasjonalmuseet)
Nettstedene munchmuseet.no og nasjonalmuseet.no

Vedlegg

Vedlegg I: Tillatelse Sikt



[Meldeskjema](#) / [Kunsten å kuratere. En komparativ analyse av analoge og digitale tilnær...](#) / Vurdering

Vurdering av behandling av personopplysninger

Referansenummer

739897

Vurderingstype

Standard

Dato

17.11.2023

Tittel

Kunsten å kuratere. En komparativ analyse av analoge og digitale tilnæringer til kuratering av kunstutstillinger

Behandlingsansvarlig institusjon

Høgskolen i Innlandet / Fakultet for lærerutdanning og pedagogikk / Institutt for humanistiske fag

Prosjektansvarlig

Gunhild Lien

Student

Nina Halvorsen

Prosjektperiode

15.09.2023 - 30.06.2024

Kategorier personopplysninger

Alminnelige

Lovlig grunnlag

Samtykke (Personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a)

Behandlingen av personopplysningene er lovlig så fremt den gjennomføres som oppgitt i meldeskjemaet. Det lovlige grunnlaget gjelder til 30.06.2024.

[Meldeskjema](#)

Kommentar

OM VURDERINGEN

Sikt har en avtale med institusjonen du forsker eller studerer ved. Denne avtalen innebærer at vi skal gi deg råd slik at behandlingen av personopplysninger i prosjektet ditt er lovlig etter personvernregelverket.

DELE PROSJEKTET MED PROSJEKTANSVARLIG

Du må dele prosjektet med prosjektansvarlig. Hvis prosjektansvarlig ikke godtar invitasjonen innen én uke, må du sende en ny invitasjon.

FØLG DIN INSTITUSJONS RETNINGSLINJER

Vi har vurdert at du har lovlig grunnlag til å behandle personopplysningene, men husk at det er institusjonen du er ansatt/student ved som avgjør hvilke databehandlere du kan bruke og hvordan du må lagre og sikre data i ditt prosjekt. Husk å bruke leverandører som din institusjon har avtale med (f.eks. ved skylagring, nettpørreskjema, videosamtale el.)

Personverntjenester 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).

MELD VESENTLIGE ENDRINGER

Dersom det skjer vesentlige endringer i behandlingen av personopplysninger, kan det være nødvendig å melde dette til oss ved å oppdatere meldeskjemaet. Se våre nettsider om hvilke endringer du må melde: <https://sikt.no/melde-endringer-i-meldeskjema>

OPPFØLGING AV PROSJEKTET

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

Lykke til med prosjektet!

Vedlegg 2: Intervjuguide

Intervjuguide – Nasjonalmuseet og Munchmuseet

Intervju i forbindelse med masterprosjektet «*Kunsten å kuratere. En komparativ analyse av analoge og digitale tilnærminger til kuratering av kunstutstillinger*».

Presentasjon av prosjektet:

Oppgavens tema er kunstkuratering i en digital hverdag, og den (foreløpige) problemstillingen er **Hvordan kurateres analoge utstillinger kontra digitale presentasjoner som viser hele eller deler av utstillingen?** Kurator defineres som «den eller de personer eller instanser som bærer hovedansvar for at kunstverk fremstår for publikum på en kunstutstilling». *Utstillinger* viser til *presentasjonsformen*; regisserte oppstillinger av flere kunstverk, der kuratorens rolle er å velge ut, sammenstille og etablere konseptuelle relasjoner mellom verkene. Det er et premiss for oppgaven at all sammenstilling og konseptualisering av kunst er kuratering. Utgangspunktet for analysen er to analoge samlingsutstillinger: utstillingen *Uendelig* i Munchmuseet og Munch-rommet i Nasjonalmuseet. Jeg vil med utgangspunkt i den analoge utstillingen, følge utstillingens «digitale reise» i det den presenteres på institusjonens nettsted og på Instagram – her gjennom publikums emneknaggmerkede fotografier fra utstillingen. Metoden er tekstanalyser fra nevnte case. Det benyttes videre et komparativt design som 1) sammenligner kuratering på tvers av plattformer, og 2) mellom to institusjoner - med formål å studere praksis og eventuelt samspill. Intervjuene er i denne sammenheng supplerende informasjon som kan utdype, tydeliggjøre eller nyansere vurderinger og funn.

Aktuelle spørsmål til kurator av samlingsutstilling:

Den analoge utstillingen

- Hvordan vil du beskrive den overordnede ideen eller konseptet bak kurateringen av Munch-rommet (Nasjonalmuseet)/ utstillingen *Uendelig* (Munchmuseet)?
- Hvordan formidles denne forståelsesrammen eller konteksten til publikum (gjennom bruk av paraverk)?
- Hvordan bidrar utstillingens scenografi; arkitektur, monteringselementer, fargevalg, belysning, trafikk og sammenstilling av verk, til kontekstualisering og til den totale utstillingsopplevelsen? (Bør f.eks. verkene oppleves i en bestemt rekkefølge?)
- Hvilket inntrykk, kunnskap eller erfaring ønsker du at publikum skal sitte igjen med etter å ha besøkt utstillingen?
- Hva anser du som den analoge utstillingens styrker kontra digitale presentasjoner? (den fysiske opplevelsen, museums konteksten, annet?)
- Hvilket forhold har du til den digitale presentasjonen av utstillingen? I hvilken grad tas det hensyn til digital presentasjon når analoge utstillinger kurateres?

Aktuelle spørsmål til nettsideansvarlig/ansvarlig for sosiale medier (digital kurator):

Digitale presentasjoner

- I hvilken grad tenker du på digital innholdsproduksjon som kuratering (utvalg, kontekstualisering)?
- Hvordan vil du beskrive den overordnede ideen bak kurateringen eller presentasjonen av Munch-rommet (Nasjonalmuseet)/ utstillingen *Uendelig* (Munchmuseet) på institusjonens nettsider og i sosiale medier?

- Hva tenker du om bruken av mediets egne «paraverk» (multimodale muligheter) til digital historietelling og kontekstualisering? (generelt spørsmål som ikke er spesielt rettet mot de aktuelle utstillingene og deres kuratering)
- Hvordan vektet bruken av nettsider og sosiale medier til å formidle innsikt i kunst og kuratering kontra andre formål?
- Hva anser du som digitale presentasjoners styrker kontra den analoge utstillingen, og hvordan samspiller disse?
- Hvilket forhold har du til den analoge utstillingen? I hvilken grad tas det hensyn til den analoge utstillingen når verk fra utstillingen eller utstillingen som helhet presenteres digitalt?

Aktuelle spørsmål til begge:

Krysningspunkter mellom den analoge utstillingen og digitale presentasjoner

- Hvordan samhandler kuratoren(e) av den analoge utstillingen og den eller de som er ansvarlig for digitalt innhold? (Kan f.eks. begge parter publisere innhold i sosiale medier, og gjør de det i praksis?)
- Hvordan benyttes digitale presentasjoner av Munch til å utdype/tilgjengelig gjøre den analoge utstillingskurateringen?
- Hvordan benyttes digitale presentasjoner av Munch til å tilføre publikum nye/andre knagger i møte med Munchs kunst?
- Hvordan ser du for deg at digitalt innhold kan brukes til å utvide den estetiske opplevelsen før, under og etter et museumsbesøk?
- Hvordan vektet hensynet til eller fokuset på kunstner, kunstverk og publikum i den analoge utstillingen kontra på digitale flater?
- Hvordan legges det til rette for digitalt engasjement i den fysiske utstillingen?
- Er det noen i organisasjonen som har som oppgave å studere publikums bruk av utstillingen, eller som følger med på publikums emneknaggmerkede bilder fra utstillingen? Hvis ja, hvordan følges dette opp?
- Hvordan kan kunnskap om publikums bruk av utstillingen påvirke analog og digital kuratering av kunst?

Institusjonens tradisjon og praksis

- Hvordan vil du beskrive Nasjonalmuseets/Munchmuseets tradisjonelle kurateringspraksis, og hvordan har denne praksisen endret eller utviklet seg over tid? (Har f.eks. vektingen av eller fokuset på kunstner, kunstverk og publikum endret eller utviklet seg?)
- Hvordan vil du beskrive Nasjonalmuseets/Munchmuseets bruk av digitale kanaler, og hvordan har denne bruken endret eller utviklet seg over tid?
- Hvilke kuratoriske hensyn ønsker du at skal videreføres eller utvikles, analogt og/eller digitalt, i tida framover?
- Hva tenker du om kuratorens rolle i framtida – på hvilken måte vil den blir mer eller mindre viktig og hvorfor? (vil vi f.eks. se en økning i bruken av kunstig intelligens?)

Vedlegg 3: Samtykkeskjema

Vil du delta i forskningsprosjektet

«Kunsten å kuratere. En komparativ analyse av analoge og digitale tilnærminger til kuratering av kunstutstillinger»?

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å undersøke hvordan estetiske opplevelser kurateres i det fysiske utstillingsrommet kontra på digitale plattformer som viser hele eller deler av utstillingen. Dette for å belyse om og hvordan plattformene samhandler, og å studere ulike praksiser. I dette skrevet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Med utgangspunkt i kuratering av den analoge utstillingen, følges utstillingens «digitale reise» i det den presenteres på institusjonens nettsider og på billedelingstjenesten Instagram – deriblant gjennom emneknaggete fotografier fra utstillingen. Innenfor temaet kuratering vektlegges spesielt utvalg og sammensetning av kunst, forståelsesramme/kontekst og bruken av analoge eller digitale «paraverk» i formidlingen.

Formålet er å kartlegge følgende:

- Hvordan overføres eller endres kurateringen av en analog utstilling idet samme utstilling eller utstilte verk presenteres på digitale flater?
- Hvordan relaterer digitale presentasjoner av utstillingen seg til den fysiske utstillingen i museumsrommet?
- Har institusjonene en helhetlig strategi for plattformbruk, og i hvilken grad er deres praksis relatert til kuratering?

Utgangspunktet for analysen er to analoge samlingsutstillinger: Munch-rommet i Nasjonalmuseet, og utstillingen *Uendelig* i Munchmuseet.

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Forskningsprosjektet er en masteroppgave ved studiet Digital kommunikasjon og kultur ved Høgskolen i Innlandet, avd. Hamar.

Ansvarlig student er Nina Halvorsen, [REDACTED]

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Det er ønskelig å komme i kontakt med to personer fra hver av museene. Personer som blir valgt ut er:

- En kurator hos hhv. Nasjonalmuseet og Munchmuseet, fortrinnsvis en person som har bidratt til kuratering av hver av de valgte case-utstillingene (Munch-rommet i Nasjonalmuseet, og utstillingen *Uendelig* i Munchmuseet).
- Nettsideansvarlig/sosiale medier-ansvarlig hos hhv. Nasjonalmuseet og Munchmuseet, fortrinnsvis en person som har medvirket til utviklingen av digitalt innhold om valgt utstilling eller verker vist i den aktuelle utstillingen.

Fra [REDACTED] ved Nasjonalmuseet [REDACTED] har jeg fått oppgitt e-post adresser til noen av lederne som har ansvar for områdene det søkes informasjon om. Kontaktpersoner Munchmuseet er funnet på institusjonens nettsider.

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 ansvarlig student på anslagsvis 60 minutter. I intervjuet vil det bli stilt spørsmål om analog kuratering (til kurator) og digitale presentasjoner (til nettsideansvarlig/sosiale medier-ansvarlig). Det vil videre bli stilt spørsmål om krysningspunkter mellom den analoge utstillingen og digitale presentasjoner, samt institusjonens tradisjon og praksis, til alle intervjuobjekter. Dine svar vil bli skriftlig dokumentert av undertegnede uten lydopptak.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

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.

Det presiseres at henvisninger til intervjuet i masteroppgaven ikke vil være anonymisert, og at informantene vil bli referert til ved navn og/eller stillingstittel og institusjon (arbeidssted).

Det opplyses om at det ikke er oppgavens siktemål å avdekke god eller dårlig praksis mtp. kuratering, kanalbruk og strategier, men å studere ulike praksiser.

Hva skjer med personopplysningene dine når forskningsprosjektet avsluttes?

Prosjektet vil etter planen avsluttes innen utgangen av juni 2024. Etter dette slettes skriftlig dokumentasjon av intervjuene.

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 Sikt – Kunnskapssektorens tjenesteleverandør vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Dine rettigheter

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

- innsyn i hvilke opplysninger vi behandler om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene
- å få rettet opplysninger om deg som er feil eller misvisende
- å få slettet personopplysninger om deg
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger

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

- Ansvarlig student: Nina Halvorsen, [REDACTED]
- Ansvarlig veileder ved Høgskolen i Innlandet: Gunhild Lien, [REDACTED]
- Høgskolen i Innlandets personvernombud: personvern@inn.no.

Hvis du har spørsmål knyttet til vurderingen som er gjort av personverntjenestene fra Sikt, kan du ta kontakt via:

- Epost: personverntjenester@sikt.no eller telefon: 73 98 40 40.

Med vennlig hilsen

Prosjektansvarlig
(Forsker/veileder)

Nina Halvorsen

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet Kunsten å kuratere. En komparativ analyse av analoge og digitale tilnærminger til kuratering av kunstutstillinger, og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i muntlig intervju
- at opplysninger om meg publiseres slik at jeg kan gjenkjennes i masteroppgaven

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Vedlegg 4: Underlag til komparativ analyse

Spørsmål til utstillingen der 1 markerer en tilstedeværelse, og 0 et fravær, av det aktuelle kurateringsgrepet.

NM: Nasjonalmuseet MM: Munchmuseet
 UT: Utstillingen MN: Museets nettsted

Den ideasjonelle metafunksjonen

Den ideasjonelle metafunksjonen skal undersøke oppstillingenes forståelsesramme eller kontekst slik denne kommer til uttrykk gjennom paraverk, og da spesielt utvalg av verk/bilder og tekst.

Spørsmål 1: *Hvordan er den overordnede forståelsesrammen for oppstillingen konstruert?*

| | | NM | | MM | |
|---|---|----|----|----|----|
| Overordnet forståelsesramme/kontekst | | UT | MN | UT | MN |
| A | Historisk-kronologisk eller biografisk-kronologisk | 1 | 1 | 0 | 0 |
| B | Tematisk (etter sjanger, periode, retning, motivkrets, teknikk eller annet) | 1 | 1 | 1 | 1 |

Spørsmål 2: *Hvilke kontekst/-er kommer til uttrykk gjennom utvalg av verk?*

| | | NM | | MM | |
|-------------------------------|--|----|----|----|----|
| Supplerende kontekster | | UT | MN | UT | MN |
| A | Fokus på hovedverk | 1 | 1 | 0 | 1 |
| B | Hovedverk og «støtteverk» danner to nivåer | 0 | 0 | 1 | 1 |
| C | Utvalg/avgrensning (i tematikk/medium/materiale, tema og/eller motiv) | 1 | 1 | 0 | 0 |
| D | Bredde og variasjon (i tematikk/medium/materiale, tema og/eller motiv) | 0 | 0 | 1 | 1 |

Spørsmål 3: *Hvilke Munch-relaterte kontekster* kan spores i utstillingen?*

* Kategoriene er hentet fra Munchmuseets Årsberetning (2023, s. 14).

| | | NM | | MM | |
|---------------------------|---|----|----|----|----|
| Tematikk i motiver | | UT | MN | UT | MN |
| A | Det eksistensielt betonte | 1 | 1 | 1 | 1 |
| B | Etablerte motivsjangre (landskap, akt, portrett, selvportrett etc.) | 1 | 1 | 1 | 1 |
| C | Kunstnerisk eksperimentering (formmessig og/eller malerisk) | 0 | 0 | 1 | 1 |

Den tekstuelle metafunksjonen

Den tekstuelle metafunksjonen handler om paraverk, og hvordan disse arrangeres og relateres til hverandre. Digitalt så fungerer ulike tegn og modaliteter som paraverk.

Spørsmål 1: *Hvordan er plattformen organisert?*

| | | NM | | MM | |
|---|--|----|----|----|----|
| | | UT | MN | UT | MN |
| | Plattformdesign | | | | |
| A | Scenografien/innholdsstrukturen er oversiktlig og logisk | 1 | 1 | 0 | 1 |
| B | Scenografien/innholdsstrukturen skaper uventede koblinger, sammenstillinger og/eller trafikkmønstre | 0 | 1 | 1 | 0 |
| C | Presentasjonsformen er helhetlig og uten større «visuelle brudd» | 1 | 1 | 0 | 0 |
| D | Presentasjonsformen er sammensatt og/eller oppstykket (som følge av arkitektur, fargebruk eller arrangement) | 0 | 0 | 1 | 1 |

Spørsmål 2: *Hvordan er kunstverkene sammenstilt og/eller sekvensert?*

| | | NM | | MM | |
|---|--|----|----|----|----|
| | | UT | MN | UT | MN |
| | Sammenstilling av verk | | | | |
| A | Luftig og/eller jevn sammenstilling av verk med fokus på sammenheng | 1 | 1 | 0 | 1 |
| B | Kombinert luftig og tettere/gruppert sammenstilling som markerer endringer eller brudd i oppstillingen | 0 | 1 | 1 | 1 |

Spørsmål 3: *Hvordan benyttes tekst i oppstillingen?*

| | | NM | | MM | |
|---|---|----|----|----|----|
| | | UT | MN | UT | MN |
| | Tekstbruk | | | | |
| A | Tekst om forståelsesramme/kontekst er plassert ett sted i oppstillingen | 1 | 0 | 0 | 0 |
| B | Tekst om forståelsesramme/kontekst er plassert flere steder i oppstillingen | 0 | 1 | 1 | 1 |
| C | Enkel verksinformasjon om oppstilte verk | 1 | 1 | 1 | 1 |
| D | Utfyllende verksinformasjon om oppstilte verk | 1 | 1 | 0 | 0 |
| E | Audioguide og/eller lydfortellinger er tilgjengelig | 1 | 1 | 1 | 1 |

Den mellommenneskelige metafunksjonen

Den mellommenneskelige metafunksjonen søker å forstå kurators skript gjennom bruk og sammenstilling av paraverk, og gjennom direkte henvendelse i tekst eller tale.

Spørsmål 1: *Hvilke kuratoriske grep virker styrende for publikums veivalg i oppstillingen?*

| | | NM | | MM | |
|---|--|----|----|----|----|
| | | UT | MN | UT | MN |
| | Kurators skript | | | | |
| A | Plattformens scenografi / meny- og innholdsstruktur | 1 | 1 | 1 | 1 |
| B | Tekstens innhold eller plassering | 1 | 1 | 1 | 1 |
| C | Grafiske elementer (plantegninger, audioguide-ikoner etc.) | 0 | 1 | 1 | 0 |

Spørsmål 2: *Hvordan henvender kuratoren seg til publikum gjennom tekst?*

| | | NM | | MM | |
|---|--|----|----|----|----|
| | | UT | MN | UT | MN |
| | Relasjonen mellom kurator og publikum | | | | |
| A | Objektiv og faktaorientert | 1 | 1 | 0 | 0 |
| B | Subjektivt og publikumsrettet | 0 | 1 | 1 | 1 |

Spørsmål 3: *Er presentasjonsformen (hovedsakelig) åpen eller lukket?*

| | | NM | | MM | |
|---|---|----|----|----|----|
| | | UT | MN | UT | MN |
| | Formidlingsform | | | | |
| A | Oppstillingen formidler museets perspektiver og referanser | 1 | 1 | 0 | 0 |
| B | Oppstillingen oppfordrer til aktualisering av publikums egne perspektiver og referanser | 0 | 0 | 1 | 1 |