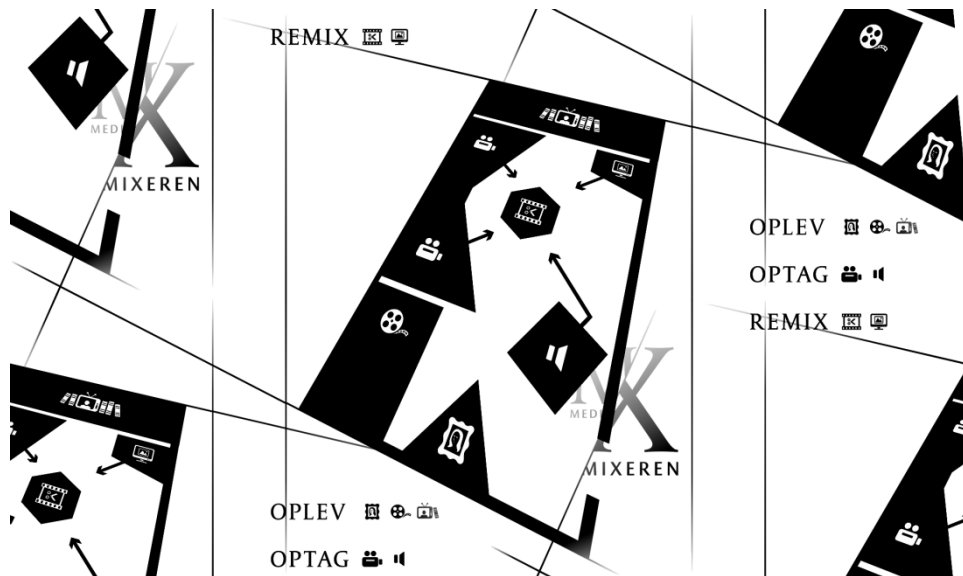


Vitus Vestergaard

DET HYBRIDE MUSEUM



Unge brugeres deltagelse gennem produktion og deling af indhold i et fysisk museumsrum

dream

Ph.d.-afhandling indleveret marts 2012 af Vitus Vestergaard

DREAM (Danish Research Centre on Education and Advanced Media Materials)

Institut for Litteratur, Kultur og Medier, Syddansk Universitet

Vejleder: Professor Kirsten Drotner

Forsideillustration

Vitus Vestergaard: Remix af kortet over MedieMixeren som det ses på Lydboxen

Vitus Vestergaard

DET HYBRIDE MUSEUM

Unge brugeres deltagelse gennem produktion og deling af indhold i et fysisk
museumsrum

THE HYBRID MUSEUM

Young users' participation through production and sharing of content in a
physical museum space

Omfang (eksklusive referencer): 586.221 tegn svarende til 244 normalsider

Indhold

Forord	5
Indledning	7
Formål og problemformulering	9
Teori	10
Krydsfeltet mellem museologi, medieteorier og læringsteori	10
Situert sociokulturel tilgang til læring, kommunikation og medier	11
Praksisfællesskaber og literacies	13
Praksisfællesskabets dualiteter	15
Deltagelse	17
Deltagelseskultur	19
RX	20
Kontrolmekanismer	21
Motivation og brugertypologier	22
Kreativitet	25
Nye literacies	27
Ny teknologi og museer	29
Ny etos og museer	32
Det hybride museum	36
Hybride meningsøkonomier	38
Metode	41
Metodevalg	41
Undersøgelhedsdesign	45
MedieMixeren som case study	48
Generaliserbarhed og misforståelser	49
Gruppen som analytisk enhed / analyseobjekt	54
Identifikation og definition af en gruppe	55
Diversitet i en gruppe	57
Alder og sampling	58
Udvikling af MedieMixeren og Lydboxen	59
Deltagerobservation	61

Praktisk udførelse	63
Kodning og analyse af observationer	65
Interviews.....	65
Kodning og analyse af interviews	68
Kvantitativ analyse af brug.....	68
Brugerproduktioner og indholdsanalyse	70
Andre datakilder.....	72
Forskningsetik.....	73
Baggrund	77
Om Mediemuseet.....	77
Realiseringen af MedieMixeren.....	77
Oversigt over opstillingerne i MedieMixeren	78
Brugerregistrering og brugerprofiler	81
Hjemmesiden	82
Analyse	84
Brugen af MedieMixeren - et helikopterperspektiv.....	84
Besøget.....	85
Produktionerne	86
Brugernes køn og alder.....	87
Brugernes oplevelse af det diskursive rum.....	91
Førstehåndsindtryk.....	92
Brugernes oplevelse af en ny etos	94
Indholdets polariserende effekt.....	98
Hvad skal man egentlig have en mening om?.....	105
Når tråden tabes	108
MedieMixeren som bidragende projekt.....	110
MedieMixeren som social platform	114
MedieMixeren som praksislandskab.....	118
Forbindelser mellem baglande.....	120
Grænseobjekter i MedieMixeren.....	121
MedieMixeren som netværk af grænseobjekter.....	125
Mægling i MedieMixeren	127
Distribueret mægling.....	133

Grænseobjekter, mægling og stilladsering	135
Kortsluttede forbindelser	136
Brugergrupper.....	140
At gøre det sammen.....	142
Gruppemøder	144
Problematisering af den elektroniske billet.....	147
Adgang og ejerskab.....	151
Graden af deltagelse / participation inequality.....	156
Ingen produktion.....	158
Ingen brugerprofil.....	158
Uvidenhed.....	159
At prøve	160
At være seriøs.....	161
Kollaborativ emergens i MedieMixeren.....	163
Tilhørsforhold og social identitetsøkologi.....	169
Moderation.....	177
Negotabilitet og redaktionelle processer	183
Design for moderation og organisering af brugergenereret indhold	187
Kreativitet i MedieMixeren	190
Kreativitet i form af personlige begrebsdannelser.....	192
Kreativitet i form af indhold skabt i opstillinger	195
Kreativitet i form af kollaborativ emergens	196
Evaluering	198
Kreativitet og evaluering.....	200
Kombinerede redaktionelle evalueringssystemer	205
Proces- og produktorientering.....	206
Rettigheder, remixing og deling.....	208
Remixing, deling og ophavsret fra et hybridt museumsperspektiv	210
Remixing, deling og ophavsret fra et brugerperspektiv.....	212
Afslutning	216
Afrunding og afsluttende bemærkninger	216
Tilbagblik – metodekritik og refleksioner	220
Konklusion	223

Litteratur	224
Dansk resumé	232
English summary.....	236
Appendiks	240
Appendiks A – Transskriptionsapparat.....	241
Appendiks B – Kortet over MedieMixeren som det ses på Lydboxen	242
Appendiks C – Arkitekttegninger af MedieMixeren.....	243

Forord

Først skal der lyde en stor tak til professor Kirsten Drotner, som foruden at være min vejleder udfylder en række andre roller, som har haft betydning for mit projekt: Forskningscenterleder, forskningsprogramleder, redaktør, professor, underviser, kollega og meget andet. Gennem dit store engagement i et overvældende antal faglige netværk bygger du vigtige broer mellem utallige institutioner og fællesskaber både nationalt og internationalt.

Centralt for mit projekt har været det gode samarbejde med Mediemuseet. Jeg skylder Mediemuseets samlede personale stor tak, ligesom jeg også vil takke det øvrige personale på Brandts for uvurderlig og venlig adgang, hjælp og forståelse. I den forbindelse vil jeg rette en særlig tak til MedieMixer-projektgruppen, Formidlingscentret og det daglige personale, som betjener MedieMixeren. Der har været både glæder, sorger og store udfordringer i udviklingen såvel som driften af MedieMixeren, men alle parter har ydet en stor indsats. Det er et modigt og vigtigt projekt, og jeg beundrer museumsdirektør Ervin Nielsen for målrettet og kompetent at lede museet i nye retninger på trods af de udfordringer og risici som er forbundet herved. MedieMixer-projektet er ikke alene med til at forny Mediemuseet men er også fornyende og berigende for den øvrige museums- og forskningsverden.

Hverken MedieMixeren eller nærværende afhandling kunne dog realiseres uden en ekstraordinær indsats fra MedieMixerens projektleder, museumsinspektør Christian Hviid Mortensen. Vores samarbejde har strakt sig lige fra det akademiske til det praktiske, hvor vi i sene aftentimer har siddet og testet kabler, kortlæsere og interfaces. Vi har begge lært meget undervejs, og jeg håber, at vores lærende samarbejde kan fortsætte mange år endnu.

Tak til hele DREAM-gruppen – både medlemmer fra universiteterne og museerne. I har i høj grad været med til at præge retningen for min afhandling, og jeg håber, at mine resultater kan bruges i det videre arbejde.

Tak til det Medievidenskabelige fagmiljø ved Syddansk Universitet. I har bidraget med et godt kollegialt miljø, hvor jeg har kunnet føle mig hjemme, selv om jeg meget af tiden har været ude af huset. Det samme gælder for DREAM's sekretariat på Medievidenskab, hvor der altid har været venlig hjælp og opbakning.

Tak til Learning Sciences Research Institute ved University of Nottingham for frugtbart internationalt samarbejde. Særlig tak til Natasa Lackovic og professor Mike Sharples.

En kærlig tak til far og mor for støtte og forståelse i ofte stresset proces. Intet kan erstatte en god familie, når dagene er hårde.

Sidst, men ikke mindst, vil jeg takke de unge brugere af MedieMixeren, som har deltaget og ladet sig observere, fotografere, filme og interviewe. Det er jer, det hele handler om.

Vitus Vestergaard

Odense, marts 2012

Indledning

Professor Lawrence Lessig, jurist og grundlægger af Creative Commons, introducerede i 2008 begrebet *hybrid økonomi* (Lessig, 2008). Denne hybrid tager udgangspunkt i to til tider stridende økonomier: Kommercielle økonomier og deleøkonomier. Særligt i forbindelse med stridigheder om ophavsret og pirateri har meget tydet på, at der er tale om to fundamentalt forskellige tankesæt. Lessigs pointe er imidlertid, at der er mulighed for at de to økonomier kan eksistere i fællesskab, og at der er store fordele ved en sådan hybrid økonomi.

De to tankesæt synes dog skarpt adskilt, og grænserne bliver vedvarende trukket op. Udviklingen i digitale medier, opblomstringen af sociale netværkstjenester samt nye kulturelle former har skabt nye deleøkonomier og involveret nye brugere i disse. Dette har ført til nye sammenstød mellem kommercielle økonomier og deleøkonomierne, som i mange tilfælde er blevet mere organiserede og villige til at kæmpe for det tankesæt, de baserer sig på. I Sverige grundlagdes 1. januar 2006 det såkaldte Piratparti, hvis mål er reformer af lovgivningen om ophavsret og styrkelse af den personlige frihed. Efter tre år var det svenske Piratparti, set ud fra medlemstal, det tredjestørste politiske parti i Sverige (Medlemstal, 2009), og partiet fik søsterpartier i andre lande, herunder Danmark.

18. januar 2012 gik Wikipedia, som er et af de klareste eksempler på en moderne deleøkonomi, i sort. Sitet valgte at blokere for adgang i 24 timer som en protest mod et omdiskuteret amerikansk lovforslag i Repræsentanterne Hus. På Wikipedias nu sorte forside kunne man læse følgende besked:

Imagine a World
Without Free Knowledge

For over a decade, we have spent millions of hours building the largest encyclopedia in human history. Right now, the U.S. Congress is considering legislation that could fatally damage the free and open Internet. For 24 hours, to raise awareness, we are blacking out Wikipedia

(Wikipedia, the Free Encyclopedia, 2012)

Lovforslaget med nummeret H.R. 3261 og den korte titel *Stop Online Piracy Act* (SOPA) har som sin fulde titel formålserklæringen *To promote prosperity, creativity, entrepreneurship, and innovation by combating the theft of U.S. property, and for other purposes* (Stop Online Piracy Act, 2011).

Det paradoksale er, at både deleøkonomier (repræsenteret ved initiativer som Wikipedia) og kommercielle økonomier (repræsenteret ved initiativer som SOPA) langt hen ad vejen hævder at søge det samme: En rigdom af viden, kreativitet og innovation. Metoderne og tankesættene bag er dog forskellige.

Der eksisterer imidlertid succesfulde hybride økonomier, og tjenester som Facebook, YouTube, Grooveshark, Flickr, Spotify og eBay er eksempler på, hvordan brugergenereret indhold blandes med kommercielt indhold på måder, som er til gavn for både de involverede deleøkonomier og de kommercielle økonomier. Måderne, hvorpå brugerne bidrager med alt lige fra anmeldelser til playlists og videoer, er forskellige, og der er ikke én hybrid model, som virker for alle. Hvert fællesskab, firma eller tjeneste må bruge mange ressourcer på at designe og justere forholdet og synergierne mellem deleøkonomi og kommerciel økonomi. Dette *kan* lade sig gøre, selv om det er vanskeligt at designe sådanne hybride økonomier, og selv om der indimellem opstår gnidninger mellem forskellige tankesæt. Når det lykkes, er der et stort potentiale for at skabe netop den rigdom af viden, kreativitet og innovation, som de fleste stræber efter.

I nærværende afhandling hævder jeg, at museumsudstillinger kan betragtes som meningsøkonomier, samt at sådanne økonomier også kan være hybride. I en hybrid meningsøkonomi sameksisterer brugernes bidrag med museets, og ligesom det gælder for sociale netværkssites, er denne sameksistens baseret på design, som giver både brugerne forskellige muligheder for at bidrage, dele og blande sig.

Det hybride museum kommer således til at bestå af to meningsøkonomier: En "deleøkonomi", som rummer brugernes meningsøkonomi, og en "kommerciel økonomi", som rummer institutionens meningsøkonomi. Ligesom i de fleste andre hybride økonomier er brugernes meningsøkonomi i større eller mindre grad baseret på ressourcer fra institutionens meningsøkonomi, ligesom institutionens meningsøkonomi giver plads til og drager nytte af brugernes meningsøkonomi.

Realiseringen af det hybride museum kræver dog, at man forstår begge meningsøkonomier og begge de tankesæt, som ligger til grund for understøttelsen af meningsøkonomierne. Der er en lang tradition med udstillingsdesign og museologisk forskning inden for det første tankesæt. Der er blot en begyndende tradition for forskning i det andet tankesæt. Jeg ønsker med denne afhandling at bidrage til denne nye tradition.

I et frugtbart samarbejde med Mediemuseet har jeg medvirket i udviklingen af det interaktive mediecenter MedieMixeren, hvor museets brugere kan opleve, producere, redigere, dele og kommentere. Efter MedieMixerens åbning har jeg indsamlet data over et år og baggrund af dette analyseret brugen af dette museumsrum. I denne afhandling vil jeg formidle nogle af min vigtigste indsigter.

Formål og problemformulering

I nærværende afhandling søger jeg at belyse, hvordan unge deltager gennem produktion og deling af indhold i et fysisk museumsrum.

Jeg ønsker at bidrage med viden omkring skabelsesprocesser samt om måden hvorpå unge brugere forhandler mening om medier gennem anvendelsen af digitale produktionsopstillinger og gennem anvendelse af brugergenereret indhold fra disse.

I forbindelse med dette ønsker jeg at gøre rede for, hvordan brugergenererede meningsøkonomier relaterer sig til institutionelle meningsøkonomier på museer, og hvorledes de to meningsøkonomier kan sameksistere i hybride meningsøkonomier.

Dette søger jeg at opnå gennem analyse af data, indsamlet i MedieMixeren på Mediemuseet i Odense. Disse data vedrører unge i alderen 13-23 år samt deres produktioner.

Teori

Krydsfeltet mellem museologi, medieteori og læringsteori

Nærværende projekt placerer sig i et tværvideenskabeligt krydsfelt mellem museologi, medieteori og læringsteori. Som tidligere nævnt søges det belyst, hvordan et museumsbesøg formes, når unge museumsbrugere tilbydes muligheder for at producere og bidrage med indhold i det fysiske museumsrum. Denne målsætning peger på bestemte aspekter af teorien, og således er projektets teoretiske dimensioner fokuseret i retning af disse aspekter:

Den museologiske dimension af dette projekt fokuserer på brugeradfærd og brugeroplevelser. Mere specifikt fokuserer jeg på, hvordan brugere kan være brugere på forskellige *måder*, altså på brugertypologier. Herunder fokuserer jeg på udstillingsdesign – specifikt, hvordan design af digitalt baserede opstillinger medvirker til at forme formidlingssituationen.

Visitor studies og tekster om design af opstillinger har historisk set oftest rettet sig mod de traditionelle typer af museer: Kunstmuseer, kulturhistoriske og naturhistoriske museer. Det står i kontrast til dette projekt. Jeg skelner ikke mellem forskellige typer af museer, og min anvendelse af begrebet *museum* er bred og rummer kunstmuseer, kulturhistoriske og naturhistoriske museer, men også mindesmærker, gallerier, naturparker, science centre og andre steder, hvor formålet er rumlig baseret ikke-formel formidling af naturvidenskabelige, historiske eller kulturelle genstande og temaer¹. Dette svarer meget til museumsforskeren John Falks (2009) brede brug af museumsbegrebet.

Den medieteoretiske dimension af projektet fokuserer på sociale medier og på ikke-professionel medieproduktion. Jeg fokuserer på sociale mediers mekanismer og logikker betragtet både som middel og som mål; både som mulige formidlingsgreb og mulige formidlingstemaer. Det underliggende teoretiske fundament er mediekonvergens forstået som et kulturelt paradigme, som er "a move from medium-specific content toward content that flows across multiple media channels [...] and toward ever more complex relations between top-down corporate media and bottom-up participatory culture" (Jenkins, 2006, s. 254).

Deltagelseskultur er et nøglebegreb, og jeg fokuserer både på deltagelse som kommunikativt fænomen og på de kommunikationsformer, som udgør ikke-deltagelse.

¹ Som det fremgår, er jeg skeptisk over for at anvende museumsbegrebet om rent onlinebaserede formidling af digitale samlinger.

Den læringsteoretiske dimension af projektet fokuserer på kreative læreprocesser. Min erkendelsesmæssige interesse drejer sig om *hvordan* og ikke *hvor meget* der læres, og dette *hvordan* i læringssituationen undersøger jeg som værende et sociokulturelt fænomen.

Der fokuseres på hverdagskreativitet og ikke på eminent kreativitet, og jeg er både interesseret i den kreative proces og det kreative produkt, samt hvordan disse er situeret i en bestemt sociokulturel kontekst. Jeg fokuserer i den sammenhæng på, hvordan den kreative produktion af medietekster indgår i bestemte literacy-praksisser.

I de følgende afsnit vil jeg uddybe og præcisere projektets teoretiske fundament med udgangspunkt i disse museologiske, medieteoretiske og læringsteoretiske dimensioner. Meget teori inden for disse felter overlapper i forvejen på kryds og tværs, så noget af det anvendte teori handler om museumslæring mens andet handler om kreativ medieproduktion. I dette projekt er der ingen skarpe skel mellem fagdiscipliner, og i den kommende gennemgang af teori, vil teorier om museumsbrugere, kreativ læring og sociale medier overlappe og kombineres.

Situeret sociokulturel tilgang til læring, kommunikation og medier

Mit teoretiske udgangspunkt kan kaldes en situeret sociokulturel tilgang og er meget lig det, den amerikanske socio-lingvist James Paul Gee præsenterer i sin *Situated Sociocultural Approach to Literacy and Technology* (Gee, 2010).

Dette perspektiv kombinerer idéer fra situeret kognition og situeret læringsteori med idéer fra sociokulturelle tilgange til sprog, literacy og medier.

Mit læringsteoretiske grundlag begynder med Lave og Wengers teori om situeret læring (Lave & Wenger, 1991). At læring betragtes som et *situeret* fænomen, betyder, at læreprocesser ses som knyttet til bestemte aktiviteter og sociokulturelle kontekster, hvorfra de vanskeligt kan adskilles. Dette står ifølge Wenger (2004) i kontrast til nogle teories antagelse af, at læring er en individuel proces med en begyndelse og en slutning, og at læring er det simple resultat af undervisning. Læring ses altså som en livslang proces, hvor viden skabes og udbygges gennem handling.

Denne tanke minder om erfaringsbaseret læringsteori (Kolb & Fry, 1975), og begge teorier trækker også på nogle de samme konstruktivistiske grundidéer. Det særlige ved situeret læringsteori er dog det kraftige fokus på *praksisfællesskaber* som ramme for læring, og netop praksisfællesskaber spiller en væsentlig rolle i min teoretiske tilgang.

Jeg vil bestemt ikke påstå, at læring ikke kan finde sted på andre måder end gennem deltagelse i praksisfællesskaber, og jeg er enig med Wenger (2004) i at en social læringsteori ikke kan eller skal erstatte teorier med et andet sigte. Wenger forklarer,

at hans teori baseres på fire grundpræmisses, og disse viser også tydeligt, at teorien giver mening i forbindelse med praksisfællesskaber, mens den kan mangle forklaringskraft i andre sammenhænge.

Wengers første præmis er, at vi er sociale væsener, samt at dette er centralt for læring. Denne antagelse gør jeg også i dette projekt, men jeg vil ikke udelukke, at mennesker også samtidig lærer individuelt (f.eks. i forbindelse med kropsligt fysiske oplevelser). Uddannelsesforsker Kirsten Grønbæk Hansen (1998) kritiserer tillige situeret læringsteori for at overse det enkelte menneskes subjektive historie og personlighed, og det er muligt, at andre læringsteorier giver en bedre forklaringsramme for betydningen af disse forhold.

Wengers anden præmis er, at viden handler om kompetence i forhold til sociale foretagender såsom "at synge rent, opdage videnskabelige kendsgerninger, reparere maskiner, skrive digte, være selskabelig, vokse op som dreng eller pige osv." (Wenger, 2004). I den forbindelse bør det nævnes, at nogle, såsom professor Jens Rasmussen (1999), kritiserer situeret læringsteori for at forveksle læring med socialisering. Jeg mener, at man skal være varsom med at operere med et sådant skel, men man bør notere sig, at situeret læring ofte fokuserer nærmest entydigt på *viden-hvordan*. Viden-hvordan er Søren Harnow Klausens oversættelse af den britiske filosof Gilbert Ryle's begreb *knowing-how*, og det adskiller sig fra den i den filosofiske erkendelsesteori oftest diskuterede viden om sagsforhold, *viden-at* (Klausen, Viden eller livet?, 2008). Samtlige af Wengers ovenstående eksempler er viden-hvordan (hvordan man synger rent, hvordan man opdager videnskabelige kendsgerninger osv.).

Wengers tredje præmis er, at det at vide (*knowing*) handler om at deltage aktivt i sociale foretagender som de ovenstående, hvilket bekræfter, at der er et tydeligt fokus på overordnet *viden-hvordan*. Problemet her er dels, at der hurtigt bliver tale om en trivialisering af vidensbegrebet, og at der ikke er tilbydes nogen forklaringsramme for, hvordan ikke umiddelbart anvendelig viden-at kan have betydning for det indre tanke- og følelsesliv.

Wengers fjerde præmis er, at *mening* defineret som "vores evne til at opleve verden og vores engagement deri som noget meningsfuldt" (Wenger, 2004) er det produkt, som læring i sidste ende skal generere. Her bør man bemærke, at Wenger ikke stiller krav om sandhed eller om samfundsmæssig nytteværdi, men udelukkende fokuserer på, at individet oplever meningsfuldhed.

Når jeg anlægger et situeret perspektiv og tager udgangspunkt i særligt Wengers teori, er det således med nogle forbehold. Der er en række – især epistemologiske og psykologiske – spørgsmål, som teorien ikke formår at besvare. Ikke desto mindre giver teorien en god forklaringsramme for mit studie af museumspraksisser for deltagelse gennem medieproduktion, hvor mine primære erkendelsesinteresser

drejer sig om brugernes kontekstualiserede handlinger. Og det er meget nyttigt at se disse handlinger i relation til praksisfællesskaber.

Praksisfællesskaber og literacies

Den situerede tilgangs erkendelsesmæssige fokus på de praksisfællesskaber, mennesker indgår i samt på organiseringen af disse, kan genfindes i mange former i litteraturen. Hvad Lave & Wenger (1991) kalder *praksisfællesskaber* er ikke fjernt fra eksempelvis *actor-networks* (Latour, 2005), *RW/RO-cultures* (Lessig, 2008), *affinity spaces* (Gee, 2004) (Jenkins, 2006), *participatory cultures* (Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton, & Robison, 2009) og *networked publics* (Varnelis, 2008).

Tanken er grundlæggende den samme: At mennesker handler inden for rammerne af forskellige sociokulturelle fællesskaber eller netværk, og at aktiviteterne ikke kan adskilles fra disse. Tværtimod kan man kun forstå aktiviteterne, hvis man også forstår den sociokulturelle ramme, hvori de foregår.

Der er ikke noget nyt i at mennesker handler i praksisfællesskaber, men der er opstået nye praksisfællesskaber, ligesom der er opstået nye måder at forstå disse på.

I forbindelse med begrebet *literacy* opstod der særligt i 1980'erne en forståelse af literacy som noget man *gør* frem for som noget man *kan*. Historisk set har man betragtet *literacy* som den konkrete kognitive færdighed at kunne læse og skrive. Modsætningen er altså analfabetisme. Denne simple forståelse af literacy som en færdighed hindrer naturligvis ikke en anerkendelse af, at det er en færdighed, som kan bruges til at opnå noget (lat. *litteratus* betegner en lærd person; et menneske som er belæst). Men i den mest simple optik har færdigheden samme status som alle mulige andre færdigheder, der også kan bruges til at opnå eksempelvis velstand, prestige eller magt.

I nyere tid er begrebets anvendelse dog blevet udvidet på forskellig vis. Medieteoretikeren Walter Ong bruger begrebet literacy i forbindelse med undersøgelser af overgangen fra oral til kirografisk kultur. Tanken hos Ong (1982) er, ligesom hos eksempelvis McLuhan (1964), at skriftsproget medfører ændringer i måden, vi tænker på, og literacy bliver således gjort til et fænomen, der handler om transformation af mennesker og samfund snarere end om en færdighed.

Adskillelsen mellem på den ene side en personorienteret, kognitiv forståelse af literacy og på den anden side en samfundsorienteret, kulturel forståelse af literacy blev dog endnu tydeligere i et indflydelsesrigt værk af litteraturforskeren Brian Street (1985), hvor Street skelner klart mellem hvad han kalder hhv. *autonom* og *ideologisk* literacy. Hos Street dækker autonom literacy over et sæt af kognitive færdigheder, mens ideologisk literacy i stedet dækker over sociokulturelle opfattelser og praksisser vedrørende et skriftsprog. Street er tilhænger af det ideologiske syn på literacy frem for det autonome, og det harmonerer med den

gradvise udvikling, der, ifølge Lankshear & Knobel (2003), har været, hen imod en sociokulturel forståelse af literacy.

Groft sagt der er også en forskel på, om man i forskning såvel som i pædagogik, tilstræber, at literacy skal handle om hvad mennesker *kan*, eller hvad mennesker *gør*. I det første tilfælde vil der være fokus på kognitive og sproglige færdigheder eller kompetencer. I det andet tilfælde vil der være fokus på sociokulturelle praksisser og normer. Med dette blik er det at læse og skrive juridiske tekster således ikke blot et spørgsmål om at kende nogle vanskelige ord. Det involverer også en forståelse for det juridiske fagsprogs vendinger og nuancer, juridiske procedurer, værdier inden for retssystemet etc., og udarbejdelsen og anvendelsen af juridiske tekster kan ikke adskilles fra juridiske praksisfællesskaber.

Den nye forståelse af literacy som praksis, udviklede sig side om side med at literacy-begrebet fra slutningen af 1960'erne begyndte at blive anvendt i relation andet end skrift. Den Kodak-ansatte John Debes definerede *visual literacy* som en kompetence til at skelne imellem, fortolke, skabe, forstå, og værdsætte forskellige visuelle tegn (Debes, 1968). Siden fulgte andre med begreber som *information literacy* og *computer literacy*, og i 1980'erne var der dannet en udvidet forståelse af literacy i betydningen *media literacy* (Erstad, 2010) (Tyner, 1998). Media literacy dækker oftest over et literacy-begreb som vedrører skrift såvel som trykte og levende billeder. Men med digitale mediers udbredelse er der siden opstået betegnelser, som forsøger også at rumme disse.

Buckingham (1993) var den første til at bruge begrebet *new literacies* i et forsøg på at inkludere nye former for literacy vedrørende brugen af digitale medier. Efterfølgende er der dog stadig fremkommet et væld af nye bud på literacies, som også retter sig mod digitale medier. Den såkaldte New London Group (1996) opererer med begrebet *multiliteracies*, hvor præfixet "multi" refererer til hhv. multimodalitet og multilingualisme (altså den idé, at man gennem digitale medier udsættes for både fremmedsprog og specialiserede sociale sprog). Gilster (1997) var først med et – ofte citeret og kritiseret – bud på *digital literacy*. Og i de seneste år har Henry Jenkins et al.'s (2009) begreb *new media literacies* opnået en vis udbredelse og anerkendelse.

De forskellige literacy-begreber overlapper hinanden på kryds og tværs, og nogen ses som en slags paraplybetegnelser. Coiro et al. (2008, s. 10) mener, at de ovennævnte alle refererer til "phenomena we would see as falling broadly under a new literacies umbrella".

Ikke desto mindre støder man i litteraturen om literacy på brug af begrebet i så forskellige former som cinema, computer, cultural, diagrammatic, digital, document, economic, emotional, environmental, film, information, mathematical, media, music, political, scientific, spiritual, technical, television, video og visual literacy (Patersson,

1996) (Buckingham, 2006). Hertil kommer de førnævnte paraplybetegnelser multiliteracies, new media literacies m.fl.

Når jeg anvender begrebet *literacies*, er det som en paraplybetegnelse for konkrete sociokulturelle praksisser, hvor der gennem et vilkårligt medie kommunikeres, forhandles eller skabes meningsfuldt indhold. Mediet kan naturligvis være meget andet end et skrift, og i mange tilfælde vil det dreje sig om multimodale medietekster på skiftende platforme. Hvor en borger for mindre end 100 år siden skulle lære at læse og skrive med blæk for at kunne indgå i samfundets praksisser, skal det 21. århundredes borger lære at "læse" Facebook og "skrive" på YouTube.

Jeg opererer med *literacies* i flertal, og selv om jeg mener, at der er et endeligt antal literacies, er antallet meget stort, og grænserne mellem de enkelte literacies er til konstant forhandling i takt med mediernes og sociale praksissers konstante udvikling. Er blogging f.eks. en literacy, og er denne i så fald forskellig fra de literacies, som er i spil på debatforummer og i chat? Jeg mener, at man bør være påpasselig med at trække skarpe og urokkelige skel mellem beslægtede literacies. Også her har jeg en diskursiv tilgang og mener, at målet må være *truthlikeness* (Schrøder, Drotner, Kline, & Murray, 2003) i kategoriseringen. Man kan let argumentere for lighederne mellem det at debattere og chatte online, og jeg vil ikke afvise at kategorisere det som én og samme literacy. Derimod er der mere væsentlige forskelle på hhv. de literacies, som hhv. en modeblogger og en jurist praktiserer i deres læsning og produktion af tekster.

Adskillelsen af forskellige literacies betinges af, hvor let eller svært, det er at bevæge sig fra et kommunikativt praksisfællesskab til et andet. Der er ingen fast formel, men hvis aktører inden for ét kommunikativt praksisfællesskab kan deltage umiddelbart i et andet, må man betragte det som den samme literacy. Omvendt, når en modeblogger næppe kan forstå eller producere juridiske dokumenter, ligesom en jurist næppe kan drive en meningsfuld modeblog, må de to personer betragtes som at praktisere nogle forskellige literacies.

Dette bliver dog mere tydeligt, når man ser nærmere på, hvordan praksisfællesskaber konkret fungerer. En model for praksisfællesskabernes interne mekanismer er de såkaldte *dualiteter*.

Praksisfællesskabets dualiteter

Wenger (2004) introducerede begrebet *dualitet* til at beskrive nogle komplementære, men sammenhængende kræfter, som er med til at skabe, vedligeholde og ændre praksisfællesskaber. Man kan forstå det som en slags gruppedynamiske mekanismer. Wenger identificerer fire dualiteter, som er til stede i ethvert praksisfællesskab: *Participation-Reification*, *Designed-Emergent*, *Identification-Negotiability* og *Local-Global*.

Participation-Reification-dualiteten beskriver, hvordan der i praksisfællesskaber skabes betydning både gennem aktiv deltagelse og gennem reificering (tingsliggørelse). Wengers eget eksempel er en grundlov. Grundloven som tekst kan ses som en reificering af medborgerskab, mens borgernes konkrete deltagelse i samfundet er den komplementære kraft, som giver grundloven mening (Wenger, 2004). Et tydeligere eksempel på hvordan der bliver skabt og forhandlet betydning i et praksisfællesskab, ses i virtuelle verdener som Second Life. Her består reificeringen i konstruktionen af selve den virtuelle verdens geografi, og uden denne reificering ville enhver deltagelse være udelukket. I museumspraksisser, kan både museum, udstilling og opstilling ses som reificering, ligesom mange museumsoplevelser er centreret omkring forståelsen og fortolkningen af en historisk eller kulturel genstand som reificeringen knyttet til en bestemt deltagelse (Gundestrupkarrets sammenhæng med gudeofring, Thorvaldsens statuer som nyklassicisme).

Designed-Emergent-dualiteten beskriver spændingsfeltet mellem planlagte og emergente aktiviteter. Praksisfællesskaber er dynamiske, og det ses ofte, at der over tid opstår aktiviteter, som ikke var planlagte eller forudsete fra begyndelsen. Disse aktiviteter kan imødekommes gennem løbende omdesign af rammerne for fællesskabet, men det behøver ikke at være tilfældet. Emergente aktiviteter kan også modvirkes gennem et strengt design – som så igen kan give anledning til nye emergente aktiviteter. Der findes et utal af eksempler på denne dualitet, såsom tilblivelsen af machinima-teknikken (altså brugen af 3D-spil til at lave animationsfilm). Spilfirmaer som Blizzard Entertainment har taget denne emergente aktivitet til sig og sponsoreret mesterskaber i machinima. Både Microsoft and Blizzard har senere skrevet licensaftaler, hvor de tillader ikke-kommerciel machinima (Hayes, 2008). Denne udmøntning af en accept i en skriftlig aftale er samtidig et eksempel på participation-reification.

Identification-Negotiability-dualiteten beskriver magtforholdet mellem et praksisfællesskabs udformning og deltageres mulighed for at definere, tilpasse eller fortolke denne. Måden hvorpå et praksisfællesskab giver mulighed for at forhandle på dette punkt, påvirker, hvordan individer skaber deres identitet i fællesskabet. I mange tilfælde har det at gøre med oplevelsen af ejerskab og åbenhed, og forskellige konstruktioner vil give forskellige muligheder for identifikation. I de tilfælde, hvor der ikke opleves nogen form for ejerskab, åbenhed eller fortolkningspotentialer, kan det ligefrem medføre non-identifikation.

Dualiteten kan f.eks. ses udfoldet i måden, hvor man som bruger af Wikipedia kan identificere sig i roller som eksempelvis læser, debattør, skribent eller bidragsyder, mens man som bruger af et trykt leksikon primært kan identificere sig som forskellige former for læser eller kunde.

Local-Global-dualiteten beskriver hvordan et praksisfællesskab altid eksisterer i relation til andre praksisfællesskaber. Spændingsfeltet mellem lokal og global er

komplekst, og lokale strukturer kan smitte af på globale og vice versa. En typisk udfordring er at organisere og dele viden lokalt på en måde, som også kan være relevant for udefrakommende. Et individ orienterer både sin identitet i forhold til lokale og globale praksisfællesskaber, og som med de andre dualiteter drejer det sig ikke om modsætninger men om komplementære kræfter, der eksisterer i sammenhæng med hinanden. Et eksempel på dualiteten kan ses i måden hvorpå nogle egns museer prøver at finde formidlingsvinkler, som kan gøre lokalhistorie relevant for udenlandske brugere. Ofte bruges det, som inden for sociologien kaldet et *boundary object* – altså en abstrakt eller konkret genstand, som relaterer sig til flere forskellige kontekster.

Samlet set beskriver Wenger disse fire dualiteter som drivkraften bag kreativitet og forandring i praksisfællesskaber men udelukker samtidig ikke, at der kan identificeres flere. Et eksempel på en mulig femte dualitet kunne være idé-feedback, som kunne beskrive de kræfter, hvor nye idéer eksplicit eller implicit introduceres og modtager feedback. En sådan dualitet kunne eksempelvis beskrive mekanismer, hvor bestemte former for feedback kan fordre eller hæmme nye idéer. Som udgangspunkt tager jeg dog teoretisk afsæt i Wengers fire dualiteter.

Deltagelse

Begrebet *deltagelse* kan bruges i mange forskellige betydninger, men i nærværende tekst skal det forstås i forhold til praksisfællesskaber. Et individ kan *deltage* i forskellige praksisfællesskaber, og praksisfællesskaber fordrer deltagelse på forskellige måder.

Som nævnt opererer Wenger med dualiteten *deltagelse-tingsliggørelse*. Her beskrives deltagelse som ”den sociale oplevelse af at leve i verden som medlemskab i sociale fællesskaber og aktivt engagement i sociale foretagender. Deltagelse er i den forstand både personlig og social. Det er en kompleks proces, der kombinerer handling, samtale, tænkning, følelse og tilhørsforhold” (Wenger, 2004, s. 70).

Reifikation beskrives bl.a. som at vi ”projicerer vores meninger ud i verden, og derpå opfatter vi dem som noget, der eksisterer i verden, noget, der har en virkelighed i sig selv” (Wenger, 2004, s. 73)

Dette er et udmærket udgangspunkt til at beskrive meningsforhandlingens dynamik i et praksisfællesskab på et generelt niveau. Men hvad angår deltagelse på et mere specifikt niveau, er der nogle problemer i Wengers begrebsanvendelse. Wenger kalder det reifikation, blot mennesker sætter spor, og han bruger som eksempel tilstedeværelsen af et fingeraftryk på et gerningssted (Wenger, 2004). Men det er uklart, om Wenger ser tilblivelsen af sådanne spor som reifikation, eller om reifikationen først finder sted, når andre senere tillægger sporene bestemte betydninger – altså læser dem som indeksikalske tegn. Dette problem vedrører intentioner i forbindelse med skabelsesprocesser, og Wengers kategorier mangler

klarhed og forklaringskraft på dette punkt. Man kan nemlig godt forestille sig processer, hvor reifikation ikke hænger sammen med deltagelse i forstanden "medlemskab i sociale fællesskaber og aktivt engagement i sociale foretagender" (Wenger, 2004, s. 70). Og her kommer dualiteten således til at virke splittet.

For at skabe klarhed omkring denne problematik, skelner jeg imellem to former for deltagelse: Oplevet deltagelse og konkret deltagelse.

Oplevet deltagelse handler om identifikation og medfører ikke nødvendigvis nogen form for reifikation. Denne form for deltagelse betinges udelukkende af, at et individ oplever sig som del af et praksisfællesskab hvad enten det drejer sig om krimilæsere, musikelskere eller museumsgængere.

Konkret deltagelse handler derimod om reifikation men indebærer ikke nødvendigvis identifikation. Denne form for deltagelse betinges udelukkende af, at et individ skaber et udtryk inden for praksisfællesskabets rammer hvad enten det sker i kraft af samtale, tekst eller en hvilken som helst anden konkret projicering af betydning.

Oplevet deltagelse kan føre til konkret deltagelse, ligesom konkret deltagelse kan føre til oplevet deltagelse, men det er ikke nødvendigt. Grunden til, at jeg betragter det som to forskellige former for deltagelse, frem for som participation-reifikation-dualiteten, er netop, at de kan eksistere adskilte.

Et eksempel på oplevet deltagelse uden konkret deltagelse er *lurking*. Blair Nonnecke og Jenny Preece (2003) er blandt de få forskere, som har forsket i fænomenet *lurking* i onlinefællesskaber, og de udfordrer den gængse definition af lurkere, altså "anyone who reads but seldom if ever publicly contributes to an online group" (Nonnecke & Preece, 2003, s. 110). I stedet argumenterer de for at betragte denne type brugere som *silent participants* eller *non-public participants*. Nonnecke & Preece's forskning viser meget klart, at mange lurkers i onlinefællesskaber identificerer sig med det pågældende fællesskab, samt at lurkers kan være meget aktive og bevidste forbrugere af information. Samtidig konkluderes det, at "It is unclear how lurkers contribute to the collective goods of the community" (Nonnecke & Preece, 2003, s. 129). Dette skal ikke opfattes negativt, idet de fleste onlinefællesskaber er interesseret i trafik, men det er et eksempel på, hvordan oplevet deltagelse ikke nødvendigvis hænger sammen med konkret deltagelse.

Omvendt findes der også eksempler på konkret deltagelse uden oplevet deltagelse. Et eksempel fra sociale medier er *trolling*. Fænomenet beskriver en adfærd, hvor brugere (trolls) bidrager med bevidst upassende og usande ytringer alene med det formål at fremprovokere en reaktion fra fællesskabets medlemmer. Ofte narres medlemmerne lidt ad gangen, indtil de til sidst indser, at de er udsat for en troll. I en af de første akademiske artikler om fænomenet, beskriver Internetforskeren Judith Donath *trolling* som en ondsindet leg med identitet:

”Trolling is a game about identity deception, albeit one that is played without the consent of most of the players. The troll attempts to pass as a legitimate participant, sharing the group’s common interests and concerns; the newsgroups members, if they are cognizant of trolls and other identity deceptions, attempt to both distinguish real from trolling postings, and upon judging a poster a troll, make the offending poster leave the group” (Donath, 1999, s. 43)

Donath forklarer også, hvordan trolling kan have konsekvenser for fællesskabet i form af eksempelvis misinformation og skabelse af mistillid. Det drejer sig altså om en form for deltagelse, hvor et individ skaber nogle udtryk, som påvirker fællesskabet på den ene eller anden måde. Samtidig oplever vedkommende ikke sig selv som del af fællesskabet (hvilket også gør løjerne omkostningsfri for en troll). Så set i forhold til lurking, er trolling et eksempel på det diametralt modsatte fænomen, nemlig konkret deltagelse uden tilstedeværelsen af oplevet deltagelse.

Oftest, når individer deltager i praksisfællesskaber, er der dog tale om både konkret og oplevet deltagelse: Man opfatter sig selv som en del af fællesskabet, og man bidrager konkret i til at forme fællesskabets fremtid. I nogle tilfælde ydes der et lille bidrag i et stort fællesskab, såsom når borgere stemmer til folketingsvalg. I andre tilfælde ydes der store bidrag i små fællesskaber, såsom når små interessegrupper engagerer sig gennem foreningsarbejde.

Når jeg bruger begrebet *deltagelse*, hvor det ikke er i forbindelse med Wengers dualitet, dækker det over netop denne kombination, hvor et individ både oplever sig selv som en deltager og deltager med konkrete bidrag. Det rummer således ikke aktiviteter som lurking og trolling.

Deltagelseskultur

Henry Jenkins et al. beskriver indledningsvist en *participatory culture* som en kultur med:

1. relatively low barriers to artistic expression and civic engagement,
2. strong support for creating and sharing creations with others,
3. some type of informal mentorship whereby what is known by the most experienced is passed along to novices,
4. members who believe that their contributions matter, and
5. members who feel some degree of social connection with one another (at the least, they care what other people think about what they have created).

(Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton, & Robison, 2009, s. 5-6)

Dette beskriver i mine øjne en velfungerende deltagelseskultur, og beskrivelsen harmonerer med beskrivelsen af deltagelse som både det at opleve sig selv som medlem af et fællesskab og at bidrage til dette fællesskab. Jenkins et al. fortsætter med at skrive: ”Not every member must contribute, but all must believe they are free

to contribute and that what they contribute will be appropriately valued” (Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton, & Robison, 2009, s. 6).

Med udgangspunkt i dette, bruger jeg ordet *deltagelseskultur* om kulturer, der tillader og opfordrer til deltagelse. Dette må nødvendigvis stå i kontrast til andre kulturer – altså kulturer, som *ikke* tillader og opfordrer til deltagelse. Sådanne kulturer kalder jeg *modtagelseskulturer*.

Dette svarer til Lawrence Lessigs beskrivelse af hhv. *Read-Write-kultur* og *Read-Only-kultur* (Lessig, 2008). Lessig anvender en metafor fra filsystemer, hvor brugere kan have forskellige rettigheder: I nogle tilfælde har brugerne kun adgang til at læse data, mens de i andre tilfælde også har ret til at generere data.

I en museums kontekst kan man også dyrke deltagelseskultur eller modtagelseskultur i større eller mindre grad. Den amerikanske museumsdesigner og -forsker Nina Simon beskriver i sin bog *The Participatory Museum* forskellige måder hvorpå museer kan understøtte og drage nytte af deltagelseskultur (Simon, 2010). Simon opererer med fire kategorier af museumsprojekter, som inviterer til deltagelse: *Contributory*, *collaborative*, *co-creative* og *hosted*.

Projekter, som er *contributory* lader brugerne bidrage meget specifikt med handlinger eller objekter inden for en ramme, der er opstillet af museet. Projekter, som er *collaborative* lader brugerne bidrage til selve udviklingen af projektet. Projekter, som er *co-creative* lader ikke alene brugerne bidrage til udviklingen af projektet, men også til målsætningen for projektet. Endelig lader projekter, som er *hosted* brugerne anvende en del af museets ressourcer til brugernes egne projekter.

Disse forskellige måder at invitere brugerne til deltagelse udelukker ikke hinanden og kan bruges i større eller mindre grad.

RX

Lessigs filsystem-metafor kan med fordel udvides. I filsystemer findes der ikke blot rettigheder til at læse (Read) og til at skrive (Write) men også til at afvikle kode (eXecute). Denne tredje rettighed omtaler Lessig ikke i sin model. Der er logisk set en forskel på at læse og på at afvikle kode, idet koden aktivt genererer et resultat på baggrund af brugerens forespørgsel. Det svarer til forskellen på at afspille en videofil og på at spille et spil. Jeg vil hævde, at man kan se en lignende forskel i kulturelle sammenhænge. Det verdensberømte science center *Exploratorium* i San Francisco er et eksempel på en kulturinstitution, hvor brugernes tilladte adfærd ikke kan beskrives med en RO- eller en RW-metafor. Da Exploratorium blev grundlagt i 1969, var idéen, at det skulle være et sted, hvor brugerne kunne afprøve og eksperimentere med naturvidenskab, og midlet var interaktive opstillinger. I Danmark er Experimentarium og Danfoss Universe gode eksempler på kulturinstitutioner, som er inspireret af Exploratoriums formidlingsform, men også mange kulturhistoriske

museer og kunstmuseer kan være "hands-on", som det ofte bliver kaldt, når museumsoplevelsen involverer mere end brugernes øjne og ører.

Interaktivitet er mere end blot at læse (RO), men det tillader ikke nødvendigvis transfer eller lagring af et produkt (RW). Så en kultur der tillader og opfordrer til afvikling af interaktive ressourcer, dækkes hverken af RO- eller RW-metaforen, men bør snarere beskrives som en RX-kultur.

Kontrolmekanismer

Anvendelsen af metaforerne fra filsystemer viser, at normer og regler i en kultur kan ses som *tilladelser*.

Ligesom et filsystem kan regulere brugernes adgang til filer via tilladelser, kan en kultur via tilladelser regulere brugernes adgang til kulturelle objekter. Der er dog forskel på, hvordan og i hvor høj grad tilladelserne kan administreres. Lessig (2006) skelner mellem *kode* og *lov*. Lov er sociale regler, og det er praktisk muligt at bryde disse og handle på måder, som ikke er tilladt. Kode er derimod data, og i alle praktiske henseender kan kode forhindre uønskede brugsmåder: Hvis et filsystem nægter en bruger adgang til filerne, kan brugeren ikke stille noget op, indtil den rette tilladelse gives.

Mekanismerne svarer i høj grad til *constraints* inden for interaktionsdesign. Constraints er mekanismer, som skal regulere brugen af en ressource, således at uønskede brugsmåder undgås. De centrale forskere i interaktionsdesign Preece, Rogers & Sharp (2002) opererer med Normans tre kategorier af constraints: Fysiske, logiske og kulturelle. *Fysiske constraints* regulerer brug via fysiske barrierer, såsom et stik hvis udformning forhindrer, at det sættes i en forkert port. *Logiske constraints* regulerer brug via logiske barrierer. Med logiske constraints er der fysisk set mulighed for uønskede brugsmåder, men de vil ikke give logisk mening. Et eksempel er farvekoderne på stik, hvor det grønne hovedtelefonstik sættes i den grønne port, mens det lyserøde mikrofonstik sættes i den lyserøde port. Uanset om en bruger er bekendt med disse farvekoder eller ej, giver det ikke logisk mening at placere stikkene omvendt. *Kulturelle constraints* er derimod betinget af kendskab til kulturspecifikke normer og tegn frem for rent logiske sammenhænge. Et eksempel på en kulturel constraint er, når et rødt udråbstegn anvendes i betydningen "advarsel".

I en museums kontekst kan man observere tydelige kontrolmekanismer, som regulerer hvordan udstillinger bruges. Monterne er fysiske constraints, som sikrer at genstande ikke berøres. Kort, guides og trails (Walker, 2008) er logiske constraints, som sikrer at elementer i en udstilling opleves i en meningsfuld rækkefølge. Snore er kulturelle constraints, som viser hvortil det er tilladt at gå, mens skilte viser alt lige fra forbud mod rygning og mobiltelefoni til at visse døre kun må anvendes i tilfælde af brand.

Sammenlignet med Lessigs *kode* og *lov*, kan man betragte fysiske constraints som *kode* og kulturelle constraints som *lov*. Logiske constraints placerer sig i midten, hvor nogle constraints hælder mod kodens fysisk-arkitektoniske logik, mens andre hælder mere mod lovens sociokulturelle logik.

Motivation og brugertypologier

I en undersøgelse af museumsbrug synes det relevant at stille spørgsmål om *hvem* der går på museum og *hvorfor*. Disse spørgsmål kan besvares med beskrivelser af brugernes demografiske sammensætning og redegørelser for i hvilken sammenhæng, museet besøges. Men spørgsmålene giver dog anledning til en række nye spørgsmål om identitet og motivation.

For at besvare spørgsmål om motivation, trækker jeg på *selvbestemmelsesteori*. I selvbestemmelsesteorien forstås motivation i relation til grundlæggende menneskelige behov for oplevet *kompetence*, *autonomi* og *tilknytning* (Deci & Ryan, 2000).

Motivation kan gå fra *amotivation* til *ydre motivation* med forskellige grader af integration til *indre motivation*. Der hersker bred videnskabelig enighed om, at indre motivation og integration af ydre motivation er forbundet med velbehag og gode læringsresultater, mens amotivation og eksternt reguleret ydre motivation er forbundet med det modsatte. Deci & Ryan (2000) har også påvist, at omstændigheder, der støtter oplevelsen af kompetence, autonomi og tilknytning virker fremmende for indre motivation samt integration af ydre motivation.

Spørgsmålet om *hvorfor* brugerne benytter museets tilbud bliver således ikke kun et spørgsmål om i hvilken sammenhæng, brugerne besøger museet, men også i hvor høj grad motivationen for brugernes aktiviteter er reguleret af indre eller ydre faktorer.

For at besvare spørgsmål om identitet, trækker jeg på den amerikanske museumsforsker John Falks teori om museumsbrugeres skiftende identiteter (Falk, 2009). Falk opererer med det han kalder *lille-i-identiteter*, og beskriver dem som "identities that respond to the needs and realities of the specific moment and situation. This kind of identity can be thought of as truly 'situated' identities" (Falk, 2009, s. 73).

Det drejer sig altså om et andet beskrivelsesniveau end det rent demografiske, og tanken er, at mennesker påtager sig forskellige og skiftende identiteter alt efter omstændighederne. Det ene øjeblik kan man være hjælper og facilitator for andres forståelse, og det næste øjeblik kan man selv være på opdagelse efter ny viden.

Falk kobler identitet sammen med motivation og benævner det ligefrem *identitetsrelaterede motivationer*. Spørgsmålet bliver således omformuleret fra *hvem* der bruger museet og *hvorfor* til *hvordan* man kan være museumsbruger. Falks svar på dette spørgsmål er en typologi for museumsbrugere.

Typologien består af fem identitetsrelaterede motivationskategorier: Explorer, facilitator, experience seeker, professional/hobbyist og recharger. Kategorierne er opstået gennem et stort empirisk arbejde med brugerdata fra ti zoologiske haver og akvarier i USA og er siden hen valideret på en række museer og science centre i USA og Canada (Falk, 2009).

Explorer-identiteten er motiveret af nysgerrighed og ønsket om at lære nyt. *Facilitator-identiteten* er derimod motiveret af andres behov. Et typisk eksempel er forældre, der ser museumsbesøget som noget positivt for deres børn. *Experience seeker-identiteten* er motiveret af at "samle" oplevelser. Ofte er de turister, som gerne vil kunne krydse en bestemt seværdighed af på deres liste. *Professional/hobbyist-identiteten* er motiveret af en meget specifik faginteresse, og nogle er ligefrem professionelle inden for museets felt. *Recharger-identiteten* er derimod motiveret af en opfattelse af museet som et sted, hvor man kan slappe af og koble fra.

Som det fremgår, udelukker typologien ikke, at demografiske variable kan spille en rolle i forhold til motivationen. Tværtimod. Forældre vil formentlig hyppigere end deres børn tage rollen som facilitator. Men det modsatte kan også forekomme.

Falk analyserer ikke motivationernes type og regulering, men man kan konstatere at facilitator-identiteten per definition må være ydre motiveret. Det samme gør sig gældende for experience-seeker identiteten, idet det handler om at "samle" oplevelser og ikke om oplevelserne som mål i sig selv. Explorer-, professional/hobbyist- og recharger-identiteten kan dog både være ydre og indre motiveret, idet motivationen ikke nødvendigvis er instrumentel som i de to førnævnte identiteter.

Falks typologi er et nyttigt værktøj til at beskrive på hvilke måder, man kan være museumsbruger, og den vil være det teoretiske udgangspunkt for min kategorisering af brugere. Der er dog langt fra den eneste måde, hvorpå man kan kategorisere museumsbrugere.

Kulturarvsstyrelsens landsdækkende undersøgelse af webbrugere fra 2010 kategoriserer brugerne ud fra TNS Gallups meget anvendte *GallupKompas* (Moos & Lundgaard, 2010). Den bagvedliggende statistiske konstruktion er faktoranalyse, og ud fra denne analyseteknik er der etableret to hoveddimensioner "traditionel – moderne" og "individorienteret – fællesskabsorienteret". Dette udmøntes i 8 segmenter og et centersegment.

I forhold til nærværende projekt er en typologi som GallupKompas meget lidt anvendelig. Først og fremmest er den generelt værdiorienteret og udspringer af segmenternes forskellige holdninger til en række samfundsforhold. Herfra ved vi, at det fællesskabsorienterede segment er storforbrugere af kulturtilbud som museer, mens det individorienterede segment rummer mange ikke-brugere. Dette kan være nyttig viden, hvis man skal lave målrettede museumstilbud, men i forbindelse med spørgsmålet om *hvordan* man kan være museumsbruger, hjælper det ikke meget. En

anden svaghed er, at mange unge vil befinde sig i det moderne segment og i det meget diffuse centersegment. På den anden side er typologien dog så gennemprøvet, at der findes et væld af data om bl.a. segmenternes medievaner, hvilket kunne være relevant.

Den styrke kan dog også findes i DREAM's landsdækkende brugerundersøgelse fra 2011, som samtidig netop fokuserer på unge i alderen 13-23 år. Ud fra en omfattende national stikprøve (N=2223) er der indsamlet et bredt datamateriale om unges medie- og museumsbrug. Svarene har bl.a. dannet grundlag for en klyngeanalyse, som har resulteret i en model med fire typer af unge museumsbrugere: Turister, flinkeskolen, fodslæberne og entusiasterne (Kobbernagel, Schrøder, & Drotner, 2011).

Den største gruppe er *fodslæberne*. Det kendetegnende for denne type er, at de kun modvilligt kommer på museer. Halvdelen af dem har aldrig været på kunst- eller naturhistorisk museum. Typen *turister* omfatter unge, som inden for det sidste halve år har været på museum i udlandet, men som i øvrigt ikke er hyppige museumsbrugere. *Flinkeskolen* rummer brugere, som er hyppigere museumsbrugere og oftest i skolesammenhæng. Den mindste gruppe udgøres af *entusiasterne*, som er entusiastiske museumsbrugere og ofte kommer på museer, især med deres familie.

Der er nogle mulige sammenhænge mellem DREAM-typologien og Falks typologi. Turisterne må formodes at have tendenser i retning af *experience-seekers* idet der hos dem primært er tale om en ydre motivation i form af besøge en seværdighed i udlandet. Omvendt kan en gruppe som entusiasterne agere som hver af Falks fem identiteter. DREAM-typologien peger dog på en mangel i Falks typologi: Mange unge museumsbrugere er forholdsvist modvillige brugere. Der mangler således et modstykke til facilitator-identiteten i de tilfælde, hvor en brugers motivation udelukkende er reguleret af en facilitators eksterne krav. Her taler vi om brugere, som trods facilitatorens gode intentioner ikke kan se meningen med museumsbesøget. Jeg opererer her med en sjette identitetsrelateret motivationskategori, som jeg kalder en *modvillig museumsbruger*. Hos den modvillige museumsbruger er der tale om eksternt reguleret ydre motivation eller decideret amotivation.

Det er klart, at mange brugere, som har en eksternt reguleret motivation gennem en facilitator i det faktiske besøg vil falde ind i én af de fem identiteter. Måske kan brugeren alligevel blive nysgerrig og påtage sig en *explorer-identitet*. Eller også kan brugeren i det mindste se museet som et rart sted at koble af og derved blive en *recharger*.

Man kunne spørge, om ikke selv den mest modvillige museumsbruger kan ses som en *recharger*, men det mener jeg, at fodslæberne i DREAM-typologien taler imod. Om fodslæberne noteres det i DREAM-rapporten, at de ikke alene har vægtet socialt samvær som det mest betydningsfulde ved et museumsbesøg, men også "at fodslæbertypen generelt har givet få svar i forhold til de øvrige typer, givet de lave

andele på alle fem svarkategorier. Det kunne pege på, at museumsoplevelsen ikke er betydningsfuld overhovedet i denne type” (Kobbernagel, Schrøder, & Drotner, 2011, s. 78).

Så selv om nogle fodslæbere (24%) trods alt mener, at det sociale samvær havde en betydning for deres museumsbesøg, vil jeg hævde, at man ikke kan betragte en bruger som recharger, hvis det er vedkommende underordnet om det sociale samvær foregår på et museum eller andetsteds. En sådan bruger beskrives bedre som en modvillig museumsbruger, og den identitet kan man bl.a. finde blandt fodslæberne. En fodslæber fra DREAM-undersøgelsen udtaler: ”Besøget var, som jeg svagt har antydnet, tvungent og utroligt langt uden for mine ellers adskillige interessefelter” (Kobbernagel, Schrøder, & Drotner, 2011, s. 77). Uden at vide hvad denne bruger konkret foretog sig, tyder især brugen af begrebet ”tvang” på, at brugeren i hvert fald under en del af museumsbesøget faldt uden for Falks fem identitetsrelaterede motivationer og snarere bør betragtes som modvillig museumsbruger.

Jeg vil i det følgende tage udgangspunkt i Falks typologi med tilføjelsen af *modvillige museumsbrugere*. Løbende vil jeg sammenligne og navigere i forhold til DREAM-typologien og det meget store datamateriale, den er baseret på.

Kreativitet

Kreativitet er et begreb, som mange synes at være forholdsvis enige om betydningen af, selvom de færreste dog leverer en klar definition på begrebet. Den amerikanske kreativitetsforsker Teresa Amabile erkender denne mangel, men opfordrer til, at man fortsætter med at forske i kreativitet, selv om definitionen endnu ikke ligger helt fast (Amabile, 1996, s. 19).

Professor i filosofi Søren Harnow Klausen, som i sit arbejde med især viden og læring har bidraget med mange grundige begrebsanalyser, vurderer i sin analyse af begrebet ligesom Amabile, at mangelfulde definitioner på kreativitet ikke er ødelæggende for kreativitetsforskningen (Klausen, 2010). Dog er man blandt psykologer og kreativitetsforskere imod årtusindskiftet nået til en overordnet forståelse for at kreativitet omfatter produktionen af nyskabende, nyttige produkter (Mumford, 2003).

Klausen tager udgangspunkt i denne gængse forståelse af kreativitet men argumenterer for, at det nyskabende og det nyttige ikke bør ses som to adskilte egenskaber:

A creative product must be useful in a particularly novel way, and novel in a useful or appropriate way” (Klausen 2010, p. 356).

Denne forståelse af kreativitet, som produktionen af noget nyttigt på en nyskabende måde eller noget nyskabende på en nyttig måde er også mit udgangspunkt. Grundet udbredte misforståelser, vil jeg dog også nævne, hvad kreativitet ikke er:

Kreativitet er ikke produktivitet. Selv om kreativitet har at gøre med at skabe, handler det ikke om at skabe meget. I dagligsprog omtales personer, som strikker eller bager en masse småkager til jul, som værende enormt kreative. Dette er prisværdigt, men kreativt er det kun, hvis der strikkes og bages på en kreativ måde. (hvilket bl.a. indebærer at det gøres på en nyskabende måde jævnfør standard-definitionen).

Kreativitet er heller ikke innovation. Innovation involverer praktiske ændringer i systemer, det være sig organisationer eller samfund. Innovation sker typisk ved at implementere en kreativ idé på en strategisk og profitabel måde, men kreativitet er et selvstændigt fænomen, som på ingen måde behøver at medføre innovation.

Kreativitet er heller ikke kunst. Det synes at være en udbredt opfattelse, at enhver kunstudøvelse er et udtryk for kreativitet. Men man kan sagtens være en talentfuld musiker eller tegner uden at gøre noget specielt kreativt. Verdensberømte kunstnere er formentlig meget kreative, men det gælder også for verdensberømte kemikere eller dataloger. Samme opfattelse ses i debatter om skolen, hvor man gerne taler om "de kreative fag". Med disse mener man f.eks. musik og billedkunst. Her kunne man godt ønske et øget fokus på kreativiteten i andre fag, da musik ikke nødvendigvis har mere at gøre med kreativitet end matematik.

Man kan hurtigt overbevise sig selv om, at kreativitet skal være "novel", altså nyskabende. En produktionspraksis, som er klart rutinepræget, kan ikke kaldes kreativ, hvis begrebet skal have nogen anvendelighed. En sådan produktionspraksis svarer til Amabiles beskrivelse af en algoritmisk opgave, altså en opgave som kan løses gennem en række standardiserede trin. Det modsatte er en heuristiske opgave, og denne opgavetype er hos Amabile et krav for at der overhovedet kan være tale om kreativitet. (Amabile 1996 p. 35). Jeg mener ikke, at det kan stilles så skarpt op som en skelnen mellem heuristiske og algoritmiske opgaver, for algoritmiske opgaver kan også løses på kreative måder (ved f.eks. at udvikle en ny algoritme eller helt omformulere opgaven). Men det ligger naturligvis fast, at standardisering og rutinetænkning er det modsatte end nytænkning.

Kravet om nyskabelse kan således også relateres til begrebet divergent tænkning. Guilford (1967) var en af de første til at skelne mellem *konvergent produktion* og *divergent produktion* af løsninger på et problem. Hvor et konvergent svar på spørgsmålet "hvad er det modsatte af hvid?" ville være "sort", kunne et muligt divergent svar være "rød" (i forbindelse med vin). Her introducerer man et urelateret domæne (mad og drikke) i løsningen af problemet, hvilket er en af de typiske mekanismer i kreative processer. Udover et krav om nyskabelse, skal produktet også have en vis nytteværdi. Uden dette krav, ville det være kreativt at blande tilfældige

madvarer, uanset om det resulterede i noget spiseligt eller ej. Klausen (2010 p. 355) citerer G.J.W. Smith, som taler *imod* at inkludere nytteværdi i definitionen af kreativitet. Smiths begrundelse er, at det, som ikke er nyttigt nu, kan blive det engang i fremtiden. Argumentet er forståeligt, og man kan nævne mange kreative kunstnere og videnskabsmænd, hvis kreative produktion først blev anerkendt som nyttige længe efter deres død. Men som Klausen skriver med reference til Smith: "[P]eople want to be able to distinguish creativity from sheer craziness" (Klausen 2010 p. 355). Hvad som helst er ikke kreativt, alene fordi det er nyskabende.

Klausen fremsætter derfor sin betragtning af sammenhængen mellem nyskabelse og nytteværdi, hvor kreativitet ses som noget nyttigt på en nyskabende måde eller noget nyskabende på en nyttig måde. Dette er meget lig en populære beskrivelser af kreativitet som "at beskrive hvad der er udenfor boksen inde fra boksen" eller at "gøre det velkendte fremmed og det fremmede velkendt"². Der er noget paradoksalt ved disse fremstillinger, som på en gang taler om at bryde normer og samtidig gøre noget nyttigt og passende. Klausen sammenligner det med Platons læringsparadoks: Man kan ikke søge efter det, man ved, for det har man allerede. Men man kan heller ikke søge efter det, man ikke ved, for så aner man ikke, hvad man søger efter.

Nye literacies

Jeg har tidligere beskrevet min praksisorienterede tilgang til literacies, hvor literacies er en paraplybetegnelse for konkrete sociokulturelle praksisser, hvor der gennem et medie kommunikeres, forhandles mening eller skabes meningsfuldt indhold. Dette er i overensstemmelse med literacy-forskerne Lankshear og Knobels definition af literacies som "socially recognized ways of generating, communicating and negotiating meaningful content through the medium of encoded texts within contexts of participation in Discourses (or, as members of Discourses)" (Lankshear & Knobel, 2006a, s. 64)

Discourses (med stort D) stammer fra James Paul Gee's teori, hvor han definerer Diskurser som "ways of combining and integrating language, actions, interactions, ways of thinking, believing, valuing and using various symbols, tools, and objects to enact a particular sort of socially recognizable identity" (Gee, 2011, s. 29). Set i forhold til mit udgangspunkt i social læringsteori rummer Gee's Diskursbegreb således en række begreber, som hos mig primært har at gøre med identitet. Dette er et omfattende emne, men væsentligst er, at identitet skal forstås i relation til læring, og at identitetsarbejdet er situeret. Wenger skriver om læring som identitet: "Vi har altid at gøre med specifikke situationer samtidig med, at vi deltager i bestemte praksissers historie og er involveret i at blive bestemte personer" (Wenger, 2004, s.

² Sidstnævnte citat tilskrives maleren Paul Klee, som hans beskrivelse af skabelsen af kunst. Men lignende formuleringer kendes fra romantiske digtere som Novalis, og med tiden synes det at være blevet en populær beskrivelse af kreativitet i det hele taget.

180-181). Ifølge Wengers teori befunder læringsforløb sig på "baner", som kan føre forskellige steder hen. Nogle baner fører til deltagelse i fællesskaber, mens andre baner fører væk fra et fællesskab. I de tilfælde hvor banerne fører nærmere deltagelse i "socially recognized ways of generating, communicating and negotiating meaningful content through the medium of encoded texts" kan man tale om tilegnelse af literacies.

Med udgangspunkt i Lankshear og Knobels teori om literacies finder jeg det meningsfuldt at fremhæve en bestemt gruppe af literacies som "nye" literacies. At disse literacies er "nye" skal forstås historisk og ikke temporalt: "As soon as Instant Messaging appears, email seems like an 'old' literacy. There is no future in hitching a research agenda to anything as fleeting as that" (Lankshear & Knobel, 2006b, s. 4).

De nye literacies opstod historisk set i takt med udbredelsen af digitale medier, og de er særligt fremtrædende i forhold til sociale medier. Det ligger uden for rammerne af denne afhandling at diskutere den nærmere kronologi – det væsentlige er at slå fast, at der ude fra denne tilgang til literacies er opstået nogle literacies, som adskiller sig fra de tidligere. De adskiller sig ved, at de involverer fænomener dels vedrørende nye teknologier, dels vedrørende nye måder at tænke på. Lankshear og Knobel (2006a) beskriver dette som "new technical stuff" og "new ethos stuff".

Jeg mener, at det er vigtigt at betragte "new technical stuff" ikke som konkrete teknologier men snarere som bestemte grundlæggende træk ved digitale teknologier. Her mener jeg, at Lev Manovich' fem egenskaber for nye medier er forholdsvis dækkende: Numerisk repræsentation, modularitet, automatisering, variabilitet og transkodning (Manovich, 2001).

"New ethos stuff" rummer nye måder at tænke på, hvor nye literacies, jævnfør Lankshear & Knobel (2006a), er mere "participatory", "collaborative" og "distributed" end konventionelle literacies, der til sammenligning er mere "published", "individuated" og "author-centric". Knobel og Lankshear skelner imellem to grundlæggende tankesæt: Et fysisk-industrielt (physical industrial) tankesæt og et cyberspace-postindustrielt (cyberspatial-postindustrial) tankesæt. Hvis man betragter det andet tankesæt som en ny etos, er det denne etos som bliver reflekteret af det "new ethos stuff", som rummes af nye literacies.

Begge tankesæt kan ses repræsenteret i dag, og jeg vil argumentere for, at begge tankesæt også kan ses repræsenteret i museers formidling. Det ene tankesæt er ikke mere rigtigt end det andet, men det er to væsentligt forskellige måder at tillægge indhold, teknologier og vores verden betydning og værdi.

Det første "industrielle" tankesæt går ud fra, at verden grundlæggende er stort set den samme som for en generation siden, blot med nye teknologier, som kan gøre os i stand til at løse opgaver på nye måder. Det andet "postindustrielle" tankesæt går derimod ud fra, at verden er grundlæggende ændret, samt at mange af disse ændringer har at gøre med at digitale medier tilbyder nye måder at være og tænke

på, frem for blot at tilbyde nye måder at gøre det vi gjorde, før vi havde digitale medier.

Hvis det er sandt, at der findes nye literacies, som adskiller sig væsentligt fra tidligere literacies, så bør det ikke blot, som Lankshear og Knobel (2006a) påpeger, ændre måden, hvorpå der undervises i skolen, men også måden hvorpå museer formidler. Mange museer anvender allerede digitale medier i deres formidling, men dette er ikke ensbetydende med, at der tages udgangspunkt i nye måder at tænke på og nye måder at være på. Digitale medier anvendes ofte uden særlig hensyntagen til de tidligere nævnte teknologiske træk. Ud fra den antagelse, at det er frugtbart at operere med nye literacies som et teoretisk særskilt fænomen, vil jeg i det følgende give mit bud på, hvilke konsekvenser, nye literacies har for museer, både med hensyn til anvendelsen af ny teknologi og med hensyn til anvendelsen af en ny "postindustriel" etos.

Ny teknologi og museer

Den britiske museumsforsker og designer Loïc Tallon (2008) fortæller om den første kendte brugerstyrede elektroniske formidlingsteknologi på et museum, nemlig Stedelijk Museums (Amsterdam) kortbølgeradiosystem fra 1952. Via en håndholdt modtager på størrelse med en iPod, kunne brugerne i en tilsluttet hovedtelefon høre en indtalt gennemgang af de udstillede værker. Gennemgangen var dog ikke mere brugerstyret, end at værkerne blev præsenteret et ad gangen, og brugerne kunne så vælge at lytte med eller lade være, hvilket betød, som Tallon forklarer, at systemets brugere nødvendigvis må have bevæget sig synkront gennem udstillingen i flok.

Dette er et godt eksempel på brug af ny teknologi til at gøre det, man gjorde i forvejen, på mere avancerede måder. Stedelijk Museums system var en radiobaseret omvisning, og man kan forestille sig, at brugerne oplevede både muligheder og begrænsninger ved at blive guidet af en radio frem for af et menneske: På den ene side kunne brugerne frit tænde og slukke og gå til og fra lydsporet. De kunne også placere sig, hvor de ville, og lyden ville altid nå klart frem til deres øre. På den anden side var brugerne bundet af udsendelsens synkronisering, og flere grupper kunne ikke være i gang på én gang. Der var heller ikke mulighed for at gøre ophold eller stille spørgsmål undervejs: Omvisningens dialogiske karakter var erstattet med en radiobaseret monolog.

At gøre, hvad man gjorde i forvejen, ved hjælp af en ny teknologi er altså ikke ensbetydende med, at oplevelsen forbliver den samme. Teknologien ændrer oplevelsen. En audioguide, som man ville kalde Stedelijk Museums system i dag, opleves ikke på samme måde som en omvisning.

Marshall McLuhan (1964) kategoriserer overordnet medier som enten "hot" eller "cool". Medier, som er hot, udvider en enkelt sans i høj "opløsning" og leverer her et væld af data, mens cool medier har en lavere "opløsning", dvs. de er mindre mættede

med data. Cool medier kræver på grund af den lavere opløsning større grad af deltagelse af brugerne, mens hotte medier grundet den høje opløsning har færre tomme pladser, som skal udfyldes af brugerne, og fordrer derved mindre grad af deltagelse.

McLuhan betragter radio som et hot medie, mens telefon og samtale er cool. Der er næppe heller nogen tvivl om, at Stedelijk Museums radiobaserede audioguide var mindre dialogisk end en omvisning eller en samtale. Uden at gå i detaljer med, hvad der blev sagt i den radiobaserede omvisning, kan den trygt kategoriseres som hot, altså mættet med informationer, specialiseret og målrettet.

Siden Stedelijk Museums radiobaserede audioguide er der på nogle punkter sket meget og på andre punkter næsten ingenting med hensyn til museers anvendelse af brugerstyrede formidlingsteknologier. På nogle museer kan man i dag finde audioguides, som ikke er væsensforskellige fra Stedelijk Museums, selv om de er digitalt baserede og ikke radiobaserede. Den største forskel er, at de har fået tilføjet kontroller til at starte og stoppe afspilningen. Andre digitale formidlingsteknologier (f.eks. dem i MedieMixeren) er, som jeg vil vise, grundlæggende anderledes.

Med McLuhans temperaturskala kan digitale medier anvendes lige fra hot til cool: Digitale audioguides, 3D-modeller og mange informationsskærme vil typisk have de specialiserede og informationsmættede træk, som kendetegner et hot medie. Facebook-sider, mobilspil og simulationer vil typisk have de brede og ufuldendte træk, som kendetegner et cool medie.

Baseret på en empirisk undersøgelse af danske museers syn på og anvendelse af digitale medier skriver de danske museumsforskere Holdgaard og Simonsen:

”Digital media are often regarded as new and fast media that demand less resources and skills compared to older and more traditional museum media such as text labels, wall posters, catalogues, pamphlets etc. This suggests an understanding of digital media as superficial, simple, coarse and lacking refinement” (Holdgaard & Simonsen, 2011, s. 111)

At museerne betragter digitale medier som hurtige medier, som ikke kræver samme grad af ressourcer og færdigheder at designe som f.eks. skilte og plancher lyder umiddelbart besynderligt, men der er en mulig forklaring. Det bør nævnes, at denne del af Holdgaard og Simonsens undersøgelse er baseret på fire ekspertinterviews med afdelingsledere på danske museer, og jeg mener, at der kan stilles spørgsmålstegn ved generaliserbarheden af resultaterne. Dog er det stadig interessant at overveje, hvorfor nogle museumsledere kunne mene sådan. Informanterne er blevet spurgt om digital formidling og kommunikation, som i artiklen refererer meget bredt til ”digital mobile and handheld devices, videos and games, kiosks, websites etc., online as well as on-site” (Holdgaard & Simonsen, 2011, s. 101).

Mit bud er, at hvis Holdgaard og Simonsens tolkning af resultatet som "an understanding of digital media as superficial, simple, coarse and lacking refinement" er korrekt, så beskriver det i virkeligheden egenskaberne ved cool medier, blot i en negativ tone, mens et typisk hot medie som f.eks. et skilt eller en museumsplanche ophøjes som noget, der kræver flere ressourcer og færdigheder at producere. Dette peger på to forhold. For det første tyder det på, at ressourcekrævende digitale formidlingstilbud som er hot, såsom avancerede 3D-modeller, enten er ude af museernes overvejelser eller ikke betragtes som digital formidling. Det er i hvert fald vanskeligt at forstille sig et museums personale, som skulle mene, at det er lettere og mindre ressource- og færdighedskrævende at lave et skilt end at lave en avanceret 3D-model. For det andet tyder det på, at museerne grundlæggende agter cool medier lavere end hotte medier.

Hvis det sidstnævnte er sandt, er det problematisk i forbindelse med nye literacies. Det nye "technical stuff", som sammen med en ny postindustrielt etos er definerende for nye literacies, har i overvejende grad at gøre med cool medier og ikke med hot medier, det være sig skilte eller informations-skærme. Lankshear og Knobel (2006a) beskriver det nye "technical stuff" som en jonglering med data, hvor brugerne med simple midler kan skabe multimodale tekster, remixe, redigere og publicere til en person, en gruppe eller til hele verden. Det kendetegnende ved de nye teknologier er ikke blot, at de er digitale. Det kendetegnende er, at de udnytter det digitale på nye måder. De første email-systemer sendte tekst, de første mp3-afspillere afspillede mp3-filer, og de første digitalkameraer tog digitale billeder. De første generationer af digitale medier var specialiserede, og de fleste var hot. Det har ændret sig: Kameraer kan nu optage lyd og levende billeder, ligesom de kan vise slideshows eller anvendes som lagermedier for enhver type af fil. Teknologier kan kobles sammen via Internet eller lokalt via standarder som USB og Bluetooth. Indhold kan kopieres fra ét program og indsættes i et andet, hvis indholdet ikke ligefrem befinder sig i en sky, hvorfra det er tilgængeligt for multiple programmer, maskiner og brugere. De færreste nye digitale medier er specialiserede ligesom de første generationer.

Dette forhindrer imidlertid ikke brugere i at anvende laptops som skrivemaskiner og smartphones som telefoner, men medierne kræver det ikke. Medierne er for de flestes vedkommende blevet cool, og de nye literacies handler om at navigere i denne kompleksitet, hvor enhver bruger med få klik kan få adgang til mere data, end noget menneske kan overskue. Selv om datamængden teknisk set er høj, er der med McLuhans begreber tale om "low definition" og bred støjfyldthed, som fordrer brugernes aktive deltagelse. De nye literacies handler således ikke om digitale medier. De handler om det enorme potentiale for – eller nogle gange krav om – cool deltagelse, som vi ser udfoldet i de seneste generationer af digitale medier.

At de nye digitale medier har et stort cool potentiale betyder ikke, at digitale medier automatisk hælder mere mod cool end mod hot. Den binære kode i sig selv er det hotteste medie, man kan forestille sig. Der er ingen støj eller tvetydighed i rækker af 0 og 1. Som medie kan intet være mere specialiseret og intenst end den binære kode,

og den tilbyder ingen dialog eller tomme pladser, som en bruger kan fylde ud. Heller ikke fra maskinens side er der nogen tvetydighed. Maskinen læser blot koden og omsætter den ud fra strengt fastsatte regler til alt lige fra en cool Facebook-side til en hot audioguide.

Omstændighederne afgør, om et cool eller hot medie er at foretrække. Med digitale medier kan museer levere en hot, målrettet, specialiseret oplevelse i høj opløsning såvel som en cool, bred oplevelse i lav opløsning. I første tilfælde kan brugerne lade sig overvælde, nyde og indoptage den specialiserede oplevelse. De kan også passivt lade den lulle dem i søvn. I det andet tilfælde er brugerne nødt til at deltage og på egen hånd tilføje, filtrere og sortere. De kan dog også afvise at deltage eller have svært ved at forstå, hvad de skal bidrage med og hvorfor.

Ønsker museer at stimulere, udnytte eller udforske nye literacies hos brugerne, bør de tilbyde digitale produkter, som er cool. Ønsker museer at prøve digitale alternativer til eksempelvis skilte og plancher, bør de tilbyde digitale produkter som er hot. Det er to forskellige typer af produkter, men anvendelsen af det ene udelukker på ingen måde anvendelsen af det andet.

Ny etos og museer

Nye literacies har ikke alene at gøre med forhold vedrørende nye digitale medier. Lankshear og Knobel (2006a) argumenterer for, at nye literacies også involverer "new ethos stuff". Som tidligere nævnt skelnes der mellem to tankesæt, hvor det ene er "physical industrial" og det andet "cyberspatial-postindustrial".

Jeg betegner det kortfattet som henholdsvis et industrielt og et postindustrielt tankesæt, og frem for at tale om "ethos stuff", kalder jeg det kort og godt en etos. Med etos mener jeg en kulturs fundamentale karaktertræk, værdier og normer.

At skelne mellem en industriel etos og en postindustriel etos er naturligvis en abstraktion, og jeg mener ikke, at noget menneskes eller nogen institutions sæt af holdninger og værdier kan rummes inden for den ene eller anden kategori. Når jeg alligevel finder det nyttigt at operere teoretisk med denne dikotomi, skyldes det, at den er nyttig til at analysere bestanddele: Literacies kan involvere den ene etos mere end den anden, og det kan andre praksisser også. Jeg vil også demonstrere, at museumsopstillinger og -udstillinger kan være forankret i den ene eller den anden etos, samt at det er muligt at skabe en hybrid museumskultur, hvor en industriel etos trives side om side med en postindustriel etos og i bedste fald supplerer og beriger hinanden.

Lankshear & Knobel opsummerer hovedtrækkene af det, de betragter som to forskellige tankesæt, svarende til det, jeg betragter som hhv. en industriel etos og en postindustriel etos, i følgende skema:

Mindset 1	Mindset 2
The world basically operates on physical/material and industrial principles and logics. The world is “centered” and hierarchical.	The world increasingly operates on non-material (e.g., cyberspatial) and post-industrial principles and logics. The world is “decentered” and “flat.”
<ul style="list-style-type: none"> • Value is a function of scarcity • Production is based on an “industrial” model <ul style="list-style-type: none"> ○ Products are material artefacts and commodities ○ Production is based on infrastructure and production units and centers (e.g., a firm or company) ○ Tools are mainly production tools • The individual person is the unit of production, competence, intelligence • Expertise and authority are “located” in individuals and institutions • Space is enclosed and purpose specific • Social relations of “bookspace” prevail; a stable “textual order” 	<ul style="list-style-type: none"> • Value is a function of dispersion • A “post-industrial” view of production <ul style="list-style-type: none"> ○ Products as enabling services. ○ A focus on leverage and non finite participation ○ Tools are increasingly tools of mediation and relationship technologies • The focus is increasingly on “collectives” as the unit of production, competence, intelligence • Expertise and authority are distributed and collective; hybrid experts • Space is open, continuous and fluid • Social relations of emerging “digital media space” are increasingly visible; texts in change

(Lankshear & Knobel, 2006a, s. 38)

Det første tankesæt (en industriel etos) lægger altså vægt på det unikke, det fysiske og det individuelle. Det sjældne tillægges stor værdi, og personer eller institutioner betragtes som de primære autoriteter. Med McLuhans begreber kan det betragtes som en etos, der lægger vægt på det, der er hot.

Jeg vil hævde, at dette tankesæt svarer meget præcist til det tankesæt, med hvilket museerne oprindeligt blev skabt. Her handler det om at fremvise det sjældne, det unikke eller det eksotiske, og genstandene, hvad enten de er kulturelle klenodier, forvitrede spor fra fjerne tider eller store kunstværker, er nøje udvalgt og i centrum for begivenhederne. Museet, personificeret i museumsinspektøren, er den autoritet, som nøje udvælger og sammensætter de bedste og mest unikke genstande fra museets samling. De udstilles, så de kommer til deres ret, og særligt fine eksemplarer får centrale placeringer på museet. Som bygning er museet et imponerende monument for de skatte, det rummer og beskytter.

Det andet tankesæt (en postindustrielt etos) lægger derimod vægt på det almene, det virtuelle og det fælles. Det udbredte tillægges stor værdi, og autoritet betragtes mere som et fælles projekt, hvor der kan findes værdi i et væld af meninger. Med McLuhans begreber kan det betragtes som en etos, der lægger vægt på det, der er cool.

Jeg vil hævde, at dette tankesæt svarer til mange museers forsøg på at forny sig siden årtusindskiftet. Her handler det i høj grad om brugerinddragelse, outreach og nye formidlingsformer, men det handler også i nogen grad om, at nogle museer, og særligt nogle museologer, forsøger at omtænke museet som helhed. Holdgaard og Simonsen (2011) nævner nogle af eksemplerne på prædikaterne for denne nye museumsform i litteraturen: Responsive museum (Lang, Reeve, & Woollard, 2006), reinvented museum (Anderson, 2004), engaging museum (Black, 2005), constructed museum (Hein, 2005), post-museum (Hooper-Greenhill, 2000) og participatory museum (Simon, 2010). Til denne liste kan man tilføje: Interaktivt museum (Drotner, Weber, Larsen, & Løssing, 2011), total museum (Šola, 2010), dialogic museum (Tchen & Ševčenko, 2011), transformative museum (Drotner, 2010, 25/11) og formentlig flere. Der er tale om en ny museumstradition, og feltet ligger ikke fuldstændig fast endnu.

Jeg mener, at både den industrielle og den postindustrielle etos er at finde på museer i dag, og jeg mener, modsat mange andre, at begge har en berettigelse. Eileen Hooper-Greenhill skriver: "Until recently, museums could be described as repressive and authoritarian symbols of unchanging solid modernity and indeed there are still some museums that cling to this out-dated identity, but across the cultural field many others have moved with nimble flexibility and creative fluidity to respond to the conditions of post-modernity" (Hooper-Greenhill, 2007, s. 1). Hooper-Greenhill er inspireret af Zygmunt Baumanns analyser af det moderne over for det postmoderne, men det ses, at hendes skelnen svarer til min skelnen mellem en industriel og en postindustrielt etos. Forskellen på Hooper-Greenhills og min beskrivelse er imidlertid, at Hooper-Greenhill betragter den nye etos som noget, der bør erstatte den tidligere, der ses som "repressive", "authoritarian" og "out-dated". Jeg mener, at den postindustrielle etos er en ny etos, men jeg mener ikke, at den er ny og bedre, ligesom jeg eksempelvis heller ikke mener, at computerspil er bedre end film. Det er

to forskellige tankesæt, og de beskriver forskellige måder at forholde sig til verden, hvor den ene er overvejende hot, mens den anden er overvejende cool.

Meget peger dog på, at der er et reelt behov for, at museer i større eller mindre grad indoptager en postindustrielt etos. Den amerikanske udstillingsdesigner og museumsforsker Nina Simon (2010) peger på fem udbredte negative opfattelser hos museumsbrugere: At museer synes irrelevante, at museer opleves som uforanderlige, at museets autoritative stemme ikke giver plads til brugernes forskellige synspunkter, at museer ikke giver mulighed for kreative brugerbidrag, samt at museer ikke er et rart sted at drøfte ideer med bekendte såvel som med fremmede. Disse negative opfattelser relaterer sig i høj grad til en industriel etos, og Simon ser dem som "reasons to pursue participation, whether on the scale of a single educational program or the entire visitor experience" (Simon, 2010, s. iv). Simon udelukker altså ikke, at udfordringerne kan adresseres i større eller mindre skala, og hun er således mere på linje med mig mht. at en kollaborativ postindustrielt etos ikke behøver at overtrumfe eller erstatte en mere individorienteret industriel etos.

Som et teoretisk redskab har jeg, med udgangspunkt i Lankshear og Knobels (2006a) oversigt over de to forskellige tankesæt, udarbejdet en lignende oversigt, som fokuserer særligt på museer. Her stilles en industriel etos over for en postindustrielt etos, og jeg har forsøgt at inkorporere de væsentligste modsætninger beskrevet i den nyere museologiske litteratur såsom Simon (2010) og Hooper-Greenhill (2007):

Industrielt etos	Postindustrielt etos
Museets verden er centreret omkring museumsbygningen. Gæster kommer til museet for at se de unikke genstande, museet rummer	Museets verden er flad og decentral. Museet vender sig ud mod samfundet, og gæster kommer til museet af talrige forskellige årsager
<ul style="list-style-type: none"> • Det sjældne og eksklusive har værdi. Museet er intet uden dets samling • Gæster er "visitors" • Udstilling er baseret på en "industrielt" model <ul style="list-style-type: none"> ○ Museet tilbyder genstande, information og fortolkninger ○ Museet producerer udstillinger til brugerne ○ Udstillinger er færdige produkter 	<ul style="list-style-type: none"> • Det almene og det inklusive har værdi. Museet er intet uden dets gæster • Gæster er "users" • Udstilling er baseret på en "postindustrielt" model <ul style="list-style-type: none"> ○ Museet tilbyder services, værktøjer og faciliteter ○ Brugere bidrager til udstillinger ○ Udstillinger er foranderlige

- Museet som institution og museumsinspektøren som person er de vigtigste autoriteter
 - Didaktisk syn på formidling
 - Opstillinger er hot og fyldt med målrettet information
 - Indhold er unikt
 - Museet er et sted for oplevelse og indlevelse
 - Museet forbinder genstande og skaber samlinger
 - Institutionelle meningsøkonomier er vigtige
 - Museet befinder sig i museumsbygningen
 - Autoritet er distribueret, og gæsterne spiller en vigtig rolle i både udvælgelse og fortolkning
 - Dialektisk syn på formidling
 - Opstillinger er cool og rummer tomme pladser, som skal udfyldes af gæsterne
 - Indhold er delbart
 - Museet er et sted for dialog og kreativitet
 - Museet forbinder gæster og skaber netværk
 - Brugergenererede meningsøkonomier er vigtige
 - Museet befinder sig i samfundet, herunder online
-

Modellen er naturligvis en simpel abstraktion, men den kan bruges som et udgangspunkt til at analysere hvilke fundamentale karaktertræk, værdier og normer der ligger bag et museum, en udstilling eller en opstilling.

Nye literacies relaterer sig til en postindustrial etos, og museer, som ønsker at udnytte, udforske eller udfordre nye literacies, er nødt til at tingsliggøre nogle af den postindustrielle etos' karaktertræk, værdier og normer i design forstået som "systematisk, planlagt og gennemtænkt kolonisering af tid og rum i et foretagendes tjeneste" (Wenger, 2004, s. 258). Literacies, forstået sociokulturelt, er noget, brugerne udøver, og hvis sådan udøvelse skal ske i forbindelse med museer, er man nødt til, gennem design, at opstille en ramme for den.

Det hybride museum

Der kan være mange årsager til, at et museum ønsker at inddrage nye literacies i sin formidlingsstrategi: Ønsket om at nå nye målgrupper, ønsket om at stimulere brugernes udvikling eller blot ønsket om at være tidssvarende og reflektere de socialt anerkendte kommunikationspraksisser, som er "derude". Der kan også være mange årsager til, at et museum ønsker at holde fast i klassiske formidlingsstrategier: Ønsket om at tilfredsstille en specifik målgruppe, ønsket om at tilbyde en ren og

mættet oplevelse, eller blot ønsket om at holde fast i praksisser, som er udviklet gennem mange års erfaringer.

Begge dele er forståeligt. Når jeg mener, at museer med fordel kan inddrage nye literacies i formidlingen, uden at museets erfaringer og ekspertiser behøver at blive kasseret, har det dog at gøre med meningsøkonomier.

Wenger (2004) definerer negotiabilitet (meningsforhandling) ud fra meningsøkonomier og meningsejerskab: Meningsøkonomier beskriver de måder, hvorpå meninger eksisterer, handles og forhandles i fællesskaber, mens meningsejerskab beskriver, hvordan nogle meninger koncentrerer lokalt i en meningsøkonomi, samt hvordan meninger og evnen til at forhandle dem bliver en del af, hvem vi er.

Museer rummer i høj grad meningsøkonomier, altså økonomier hvori "forskellige meninger skabes forskellige steder og konkurrerer om definitionen af bestemte begivenheder, handlinger eller artefakter" (Wenger, 2004, s. 229). Historikere, arkæologer, konservatorer og andre museumsmedarbejdere, som har med genstande at gøre, forhandler mening i forskellige meningsøkonomier, når de daterer, fortolker og kategoriserer. Formidlere, som har med skolebørn at gøre, træder ind i børnenes noget anderledes meningsøkonomi eller forsøger at bygge bro mellem denne og museets professionelle meningsøkonomier.

Når brugere besøger museer, møder de, hvad jeg kalder en institutionel meningsøkonomi. Denne meningsøkonomi er det konglomerat af meningsøkonomier, som kommer til udtryk i udstillingers og formidlingstilbuds design. Brugere kan forholde sig til denne meningsøkonomi, men de har kun perifer del i den og har intet meningsejerskab. Brugernes meningsejerskab ligger i de fællesskaber, de selv er del af, og hvis de vil tage ejerskab over meninger i forbindelse med museets udstillinger, må de importere meningene i deres egne fællesskaber.

Der er imidlertid den mulighed, at museer kan facilitere en brugergenereret meningsøkonomi, hvor alle brugere får tilbudt meningsejerskab. Platformen for en sådan meningsøkonomi kan spænde lige fra muligheden for at give "thumbs up" i en opstilling til at gennemføre, hvad Simon (2010) kalder et "hosted" projekt, altså et værtsprojekt, hvor museet overdrager eller udlåner en del af sine faciliteter til brugerne, som derefter på egen hånd organiserer et projekt, f.eks. en udstilling.

En ren brugergenereret meningsøkonomi relaterer sig til en postindustrielt etos, mens en ren institutionel meningsøkonomi relaterer sig til en industrielt etos. Et museum, en udstilling eller en opstilling kan give mere eller mindre plads til hhv. en brugergenereret meningsøkonomi og en institutionel meningsøkonomi. I de tilfælde, hvor et museum, en udstilling eller en opstilling rummer begge typer af meningsøkonomi, kalder jeg det en hybrid meningsøkonomi. Begrebet er inspireret af Lessigs (2008) analyse af kommercielle økonomier og deleøkonomier, som, når de sameksisterer, udgør en hybrid økonomi.

I det tilfælde, hvor et museum opnår balance og synergi mellem en institutionel meningsøkonomi og en brugergenereret meningsøkonomi, opnås den type museum, jeg kalder *det hybride museum*.

Dette kan umiddelbart virke som blot endnu et ord i rækken af de mange prædikater (responsive museum, reinvented museum, post-museum etc.). Jeg mener imidlertid, at der er den vigtige pointe med ordet, at det peger på, at der er tale om to sameksisterende dele, en brugergenereret og en institutionel. Ordet siger intet om, hvordan vægten mellem disse skal fordeles, ligesom det heller ikke siger noget om, at museer skal omtænkes fuldstændigt. Ordet er på den måde neutralt.

Hybride meningsøkonomier

Der kan ikke gives et endeligt svar på, hvordan synergien mellem en brugergenereret meningsøkonomi og en institutionel meningsøkonomi opretholdes og næres. Alle meningsøkonomier er forskellige, og der kan være stor forskel fra museum til museum på, med hvilket meningsejerskab hhv. brugerne og institutionen forhandler mening. En økonomi indebærer, at ikke alt er lige værdifuldt. Wenger beskriver bl.a. meningsøkonomier som sociale systemer af relative værdier og uddyber: "Begrebet meningsøkonomi er ikke relativistisk i den simple forstand, at det indebærer, at alle meninger skulle have samme værdi. Tværtimod, en meningsøkonomi foreslår netop, at nogle meninger faktisk får en særlig status" (Wenger, 2004, s. 229).

I en museumsverden, som historisk set bygger på en industriel etos med rodfæstede tanker om autenticitet og autoritet, kan det være vanskeligt at se, hvordan en hybrid meningsøkonomi overhovedet er realistisk. I forordet til en antologi om autenticitet i brugergenererede museumsressourcer skriver de amerikanske museumsforskere Adair, Filene og Koloski "even at places where the move to introduce new voices began with considerable support [...] the efforts frequently butted against institutional expectations about interpretation, audience and professional polish" (Adair, Filene, & Koloski, 2011, s. 14).

Her er altså tale om sammenstød mellem en industriel etos og en postindustriel etos, som overordnet skyldes skuffelse, baseret på sammenblanding af professionel autoritet og kollektiv, distribueret autoritet. Ét er at gøre plads til en brugergenereret meningsøkonomi – noget andet er at få den til at indgå i en levedygtig hybrid meningsøkonomi. Adair, Filene og Koloski noterer, at "translating good intentions and idealism into sustaining practice is an institutional challenge that museums are just beginning to address" (Adair, Filene, & Koloski, 2011, s. 14).

Jeg mener imidlertid, at analogien med hybride økonomier giver nogle bud på, hvordan koblingen mellem det brugergenerede og det institutionelle opretholdes. Om denne kobling skriver Lessig: "That link is sustained, however, only if the distinction between the two economies is preserved. [...] Maintaining a conceptual

separation is a key to sustaining the value of the hybrid. But how that separation is maintained cannot be answered in the abstract" (Lessig, 2008, s. 177-178).

Lessigs pointe er, at en konceptuel adskillelse mellem deleøkonomi og kommerciel økonomi er nødvendig for at ingen af de involverede parter føler sig løbet over ende af den anden part. I økonomier, som involverer penge, drejer det sig eksempelvis om, at brugere ikke må opleve, at de bliver brugt som simple værktøjer til at genere profit, mens den kommercielle økonomi ikke må begynde at betragte sig selv som en deleøkonomi og derved miste fokus på forretningen. I meningsøkonomier drejer det sig om, at brugerne aldrig må opleve, at institutionen ikke også bidrager med mening, mens institutionen ikke må opleve, at den giver afkald på sin grundlæggende professionalitet. Det sidste svarer til Adair, Filene og Koloskis forklaring af, hvad de mener med museers "letting go": "What the museum 'lets go' of is not expertise but the assumption that the museum has the last word on historical interpretation" (Adair, Filene, & Koloski, 2011, s. 13).

Brugernes aktive fortolkning og genfortolkning af indhold i en brugergenereret deleøkonomi kan ses som en Read/Write-praksis modsat de Read/Only-praksisser, som er forbundet med museets institutionelle meningsøkonomi. I udstillinger, som er baseret på en RO-logik står det principielt set brugerne frit for at fortolke, så længe indholdet ikke anvendes i tingsliggørelser af disse fortolkninger. I udstillinger, som er baseret på en RW-logik understøtter museet derimod brugernes tingsliggørelse af fortolkninger samt deling af disse. Det hybride museum kan således også beskrives som et museum, hvor RO-praksisser eksisterer side om side med RW-praksisser. Opgaven for det hybride museum er at tilrettelægge formidlingen, så disse praksisser skaber synergi mellem den brugergenererede meningsøkonomi og den institutionelle meningsøkonomi, hvilket kræver en klar konceptuel bevidsthed om, hvad der er hvad, både hos brugerne og hos museet selv.

Den engelske medieentreprenør Andrew Keen har skrevet et ofte citeret værk, hvori han leverer en hård og dystopisk kritik af unges internetkultur, sociale medier og anvendelsen af brugergenereret indhold (Keen, 2008). Keens kritik rammer lige fra Wikipedia til YouTube, og han udtrykker bekymringer såsom "the free, user-generated content spawned and extolled by the Web 2.0 revolution is decimating the ranks of our cultural gatekeeper, as professional critics, journalists, editors, musicians, moviemakers, and other purveyors of expert information are being replaced [...] by amateur bloggers, hack reviewers, homespun moviemakers, and attic recording artists." (Keen, 2008, s. 16). Jeg er meget uenig med Keens pessimistiske mediediskurs, hvor han hævder, at brugergenereret indhold dræber vores kultur, og jeg mener, at han tager fejl, når han skriver, at "In the Web 2.0 the crowd has become the authority on what is true and what is not" (Keen, 2008, s. 92). Jeg mener imidlertid, at det er vigtigt at tage kritikken alvorligt og at undgå ubegrundet optimisme. Langt størstedelen af Keens bekymringer kan dog adresseres gennem en klar konceptuel adskillelse mellem meningsøkonomier. Keens argument er essentielt, at brugergenererede meningsøkonomier undertrykker institutionelle

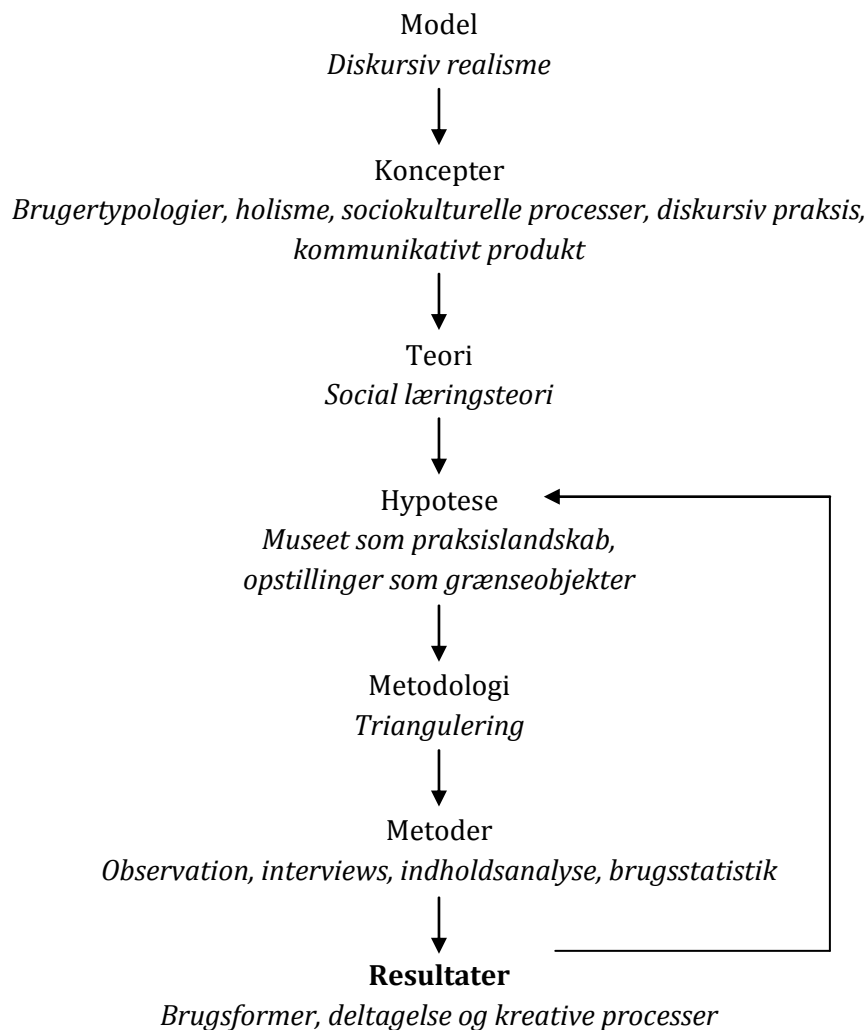
meningsøkonomier, selv om han ikke artikulerer det på den måde, men ved at søge en hybrid model søger man ikke undertrykkelse men derimod synergi mellem de to meningsøkonomier. Understøttelsen af brugergenererede meningsøkonomier medfører ikke et fravalg af institutionelle meningsøkonomier.

Metode

Metodevalg

Ethvert forskningsprojekts konkrete metodevalg bør afhænge af en lang række faktorer spændende lige fra projektets bagvedliggende syn på virkeligheden til de praktiske muligheder for indsamling af data. David Silverman (2010) har forsøgt at organisere de væsentligste forskningsperspektiver i et skema, som kan være en hjælp til at danne overblik over et givet projekt.

Herunder ses en indledende skitse over nærværende forskningsprojekt indpasset i Silvermans skema (Silverman, 2010, s. 11). Skemaet er på ingen måde udtømmende, men det giver et overordnet overblik som et nyttigt udgangspunkt for at forstå projektets forskningsdesign.



Modellen er projektets bagvedliggende syn på virkeligheden, eksempelvis i form af et paradigme eller en ontologi og en epistemologi.

Nærværende projekt befinder sig inden for rammerne af diskursiv realisme som beskrevet af Schrøder et al. (2003). Dette forskningsparadigme indebærer ontologisk realisme og en diskursiv epistemologi forstået som "the belief that there is a social reality that exists independent of language, but our only access to knowledge about this reality goes through language and other sign systems" (Schrøder et al., 2003, s. 45). At adgangen til viden om den sociale virkelighed sker gennem tegnsystemer indebærer, at det ses som umuligt at skabe en eksakt afbildning af virkeligheden. Målet for den sociale forskning bliver således at generere beskrivelser af den sociale virkelighed, som er "truthlike", altså i så god overensstemmelse med virkeligheden som muligt. Disse beskrivelser er i sig selv diskursive og kan forbedres og raffineres, hvorved vores viden om den sociale virkelighed øges.

Som forskningsmodel finder jeg den diskursive realisme kompatibel med John Searles teori for konstruktionen af social virkelighed (Searle, 1995). Her er en af tankerne, at man må skelne mellem hårde facts ("brute facts") og mentale facts ("mental facts"). Begge dele er epistemisk objektive, men mens hårde facts er ontologisk objektive, er mentale facts ontologisk subjektive. Mentale facts kan imidlertid få en objektiv eksistens, hvis der hersker kollektiv intentionalitet dem. Sådanne facts benævner Searle sociale facts ("social facts") (Searle, 1995). En forskers opgave er således at gøre sig indsigter (mentale facts) og at tingsliggøre disse på måder, som man i forskningskredse eller bredere kredse kan være fælles om (sociale facts). Denne tingsliggørelse af indsigter er en diskursiv opgave, og for at tingsliggørelsen kan få en objektiv eksistens, skal den være "truthlike".

Koncepter er overordnede idéer, som udspringer af modellen. Det er klart, at nogle koncepter vil være stærkere forbundet til modellen end andre, samt at nogle af modellens koncepter vil være irrelevante i et givet projekt. I det nærværende projekt tages der udgangspunkt i den diskursive realismes indbyggede affinitet for typologier som beskrivelser af den sociale virkelighed. Brugertypologier ses som et middel til at beskrive måderne hvorpå, man kan være museumsbruger, og såfremt typologierne er baseret på relevant data og der hersker kollektiv intentionalitet om disse, kan vi med rimelighed sige, at disse typer brugere *findes*. I så fald må typologierne nemlig betragtes som adækvate motiverede repræsentationer.

En anden overordnet idé, som udspringer af diskursiv realisme, er et holistisk syn på brugere. Selv om der fokuseres på brugernes konkrete aktiviteter ses disse i lyset af tre dialektisk forbundne dimensioner: Sociokulturelle processer, diskursive praksisser og kommunikative produkter (Schrøder et al., 2003). I nærværende projekt er de kommunikative produkter opstillingerne og brugernes produktioner på

museet. De diskursive praksisser er de måder, hvorpå brugerne konkret deltager og skaber indhold. Og de bagvedliggende sociokulturelle processer er mediekonvergens som beskrevet af Jenkins (Jenkins, 2006)

At koncepter udspringer af modellen medfører, at der ikke pludselig indføres arbitrære idéer. I nærværende projekt finder man eksempelvis ikke koncepter som stimulus-respons, som man ville kunne finde i mange projekter, der bygger på en behavioristisk model. De enkelte koncepter er dog tilpasset, så de giver mening i forhold til projektets konkrete fokus. Når Schrøder et al. skriver om "discursive practices linking producers/senders and audiences/receivers" (Schrøder et al., 2003, s. 49) er det i nærværende projekt erstattet af en undersøgelse af diskursive deltagelsespraksisser, hvor der ikke på samme måde skelnes mellem producent og publikum. Men koncepterne som overordnet idé er uændrede.

Teorier beskrives af Silverman (2010) som det, der binder koncepter sammen for at forklare et fænomen. En anden måde at forstå teorier på, er som en optik hvorigennem man betragter sit undersøgelsesobjekt. I mit projekt kombinerer jeg elementer fra en række af forskellige teorier lige fra kreativitetsteori til medieteorier. Jeg anvender ikke én overordnet teoretisk forklaringsramme for alt; tværtimod anvender jeg få udvalgte begreber fra flere teorier, samtidig med at jeg forsøger på ikke at dekontekstualisere begreberne for meget. Denne form for teorianvendelse er en balancegang, og man risikerer hurtigt at ende som det, Silverman (2010) kalder en *kitchen-sinker* eller en *grand theorist*. En kitchen-sinker forsøger at inkludere så mange aspekter, teorier og begreber som overhovedet muligt i håbet om at belyse sit undersøgelsesobjekt bredt og nuanceret. Jeg har fra valgt megen teori for ikke at falde i den grøft, for det ender hurtigt med overfladiske analyser og et usammenhængende teoretisk grundlag. Omvendt er der en risiko for at ende som grand theorist, altså en forsker, som forsøger at opbygge en stor samlet teori, der kan besvare alle spørgsmål. En sådan teorikonstruktion er umulig, og jeg sigter derfor efter at anvende teorier, som kan komplementere hinanden frem for teorier, som ligger i streng forlængelse af hinanden.

For at få en vis teoretisk sammenhængskraft, har jeg dog søgt at relatere de anvendte teorier til social læringsteori. Jeg anvender primært Wengers sociale læringsteori (Wenger, 2004) samt i mindre grad Lave & Wengers teori om situeret læring (Lave & Wenger, 1991). Om teoriens praktiske funktion skriver Wenger, at: "Et perspektiv er ikke en opskrift; det siger ikke noget om, hvad man præcis skal gøre. Det er snarere en vejledning i, hvad man skal lægge mærke til, hvilke vanskeligheder man kan forvente, og hvordan man skal gribe problemer an" (Wenger, 2004, s. 20). Når jeg undersøger unge museumsbrugere og deres involvering i konvergenskultur gennem deltagelse i form af produktion af medietekster, er dette således set i et perspektiv, hvor social læringsteori peger på, hvad der skal lægges særligt mærke til.

Hypoteser er udsagn, som kan testes, men som Silverman (2010) gør opmærksom på, har mange kvalitativt orienterede forskningsprojekter ikke en starthypotese. I stedet

genereres hypoteserne undervejs i projektet. Nærværende projekt baserer sig på den idé, at organiseringen af aktiviteterne i museumsrum som MedieMixeren kan betragtes som et praksislandskab, og spørgsmålet er, hvordan dette udfoldes set i lyset af social læringsteori og de førnævnte koncepter. For mange projekter er *hypotese* et misvisende ord, idet det som regel forbindes med noget, som enten er sandt eller falsk. I nærværende projekt stiller jeg således heller ikke et overordnet spørgsmål, som kan falsificeres. Derimod stiller jeg en række spørgsmål, som kan besvares med beskrivelser af sammenhænge, typer af brugere og aktiviteter m.m. Disse beskrivelser skal leve op til den diskursive realismes krav om *truthlikeness* og er således ikke hævet over kritik og modbeviser. Det svarer til, hvad Schrøder et al. beskriver som "the third way" mellem empiricisme og interpretativisme (Schrøder et al., 2003, s. 45). Hypoteserne – som jeg med Silvermans lidt upræcise ord kalder dem her – svarer altså hverken til empiricismens påstande om absolut sandhed eller interpretativismens relativistiske beskrivelser, hvor den ene kan være lige så rigtig som den anden. Svarene vil være diskursive af natur, men de kan bestemt modbevises, såfremt de er forkerte.

Metodologien beskriver de overordnede valg, der træffes, omkring hvad der skal undersøges og med hvilke metoder, der skal indsamles data. I nærværende projekt har jeg valgt en metodologi, hvor jeg bruger metodetriangulering for at belyse praksislandskabet omkring brugernes produktion af indhold fra forskellige vinkler. Med dette mener jeg ene og alene, at jeg anvender flere metoder, såsom når jeg kombinerer observation af en brugssituation med et interview om den samme brugssituation. Jeg ser metoder som værktøjer, og det er mig som forsker, der kontrollerer metoderne – ikke omvendt. Jeg er ikke optaget af, om en metode er kvalitativ eller kvantitativ, men udelukkende af, hvilke svar den kan hjælpe til at give. Ligesom både Silverman (2010) og Schrøder et al. (2003) vil jeg tillade mig at sætte spørgsmålstejn ved gyldigheden og relevansen af en skarp kvalitativ/kvantitativ dikotomi. Når jeg f.eks. er interesseret i, hvordan brugere producerer og håndterer medietekster på et museum, peger det på både kvalitative og kvantitative metoder. Spørgsmål omkring rækkefølgen og omfanget af produktion og deling besvares lettest via kvantitative metoder, mens spørgsmål om meningsforhandling og divergent tænkning lettest besvares kvalitativt. Men under andre praktiske omstændigheder ville det måske forholde sig anderledes. Metodologisk set er jeg således fuldkomment pragmatisk anlagt.

Metoder er de konkrete teknikker, man anvender til at indsamle og analysere data. Da mine undersøgelsesspørgsmål omhandler brugernes aktiviteter, spiller deltagerobservation i det fysiske museumsrum en væsentlig rolle i mit undersøgelsesdesign. Dette inkluderer både direkte og indirekte observation (videoobservation). For at belyse, hvordan brugerne selv italesætter aktiviteterne, har jeg valgt at udføre interviews med brugere efter deres besøg på museet. Som supplement til mine egne observationer har jeg valgt også at udføre interviews med museumsværterne, ligesom jeg også har udført interviews med museets projektleder

omkring den overordnede reception og tilfredshed med MedieMixeren. For at få øget indsigt i designaspektet af praksisfællesskabet, har jeg medvirket i projektgruppens udvikling af MedieMixeren og undervejs indsamlet data i form af referater, tekniske dokumenter med mere. Efter MedieMixerens åbning har jeg i forlængelse af dette indsamlet fejlrapporter og deltaget i fejlrettelsesprocessen. For at kunne lave en mere detaljeret undersøgelse af brugernes produktionsproces, har jeg indsamlet og analyseret brugerproduktioner, ligesom jeg har lavet statistiske analyser af produktioner, delinger med mere.

Som det ses, har jeg således valgt at anvende mange forskellige metoder, og i de følgende afsnit, vil motivationen for, og den konkrete applikation af, metoderne blive gennemgået.

Resultater er de svar, som den samlede anvendelse af metoderne afstedkommer. Som det ses på modellen i starten af dette afsnit, føres der en pil fra resultaterne tilbage på "hypotesen". I nærværende projekt siger resultaterne noget om de måder, praksislandskabet er organiseret på, når man betragter et museumsrum som MedieMixeren inden for rammerne af social læringsteori.

Undersøgellesdesign

Efter en lang række metodiske og praktiske overvejelser har jeg udarbejdet et undersøgelsesdesign, som jeg vil beskrive i det følgende. Overordnet set er dette undersøgelsesdesign baseret på et case study af MedieMixeren, som jeg analyserer som et socialt rum, hvori der udspiller sig en række gruppeaktiviteter centreret omkring produktionen af forskellige medietekster. Jeg vil senere argumentere for valget af case study og for valget af gruppen som analytisk enhed. I første omgang vil jeg dog give en konkret oversigt over mine udførte undersøgelsesaktiviteter og dataindsamling.

Opsat i et skema har min undersøgelse rummet følgende aktiviteter

Aktivitet	Periode	Metode / handling	Udbytte / data
Medudvikling af MedieMixeren	1/1 2009 – 20/8 2010	Deltagelse i projektgruppe på museet og workshops, studieture og lignende	Adgang. Designdokumenter. Forståelse for museets tankegang, vilkår og formålet med MedieMixeren.
Udvikling af Lydboxen	1/8 2009 – 20/8 2010 (derefter videreudvikling)	Konceptudvikling, design og programmering	En implementering af en social produktionsopstilling. Øget forståelse for formålet med opstillingerne og de

			tekniske vilkår.
Deltagerobservation	20/8 2010 – 20/8 2011	Deltagerobservation i MedieMixeren, spredt over perioden, i alt ca. 20 hele dage	Observationsnoter. ustrukturerede interviews. Fotos.
Interviews med brugere	20/8 2010 – 20/8 2011	6 semi-strukturerede interviews med brugere efter observation af deres produktionsproces	Lydoptagelser, feltnoter og enkelte videoptagelser.
Interviews med værter	20/8 2010 – 20/8 2011	2 semi-strukturerede interviews med museumsværter	Lydoptagelser
Interview med projektleder	20/10 2011 – 24/10 2011	1 email-interview med projektlederen	Skriftligt interview
Indsamling af fejlrapporter	20/10 – 1/4 2011	Indsamling af fejlrapporter fra det første halvår	Liste over fejl og problemer oplevet af museumsværterne
Indsamling af kvantitativt brugsdata	20/8 2010 – 20/8 2011	Udtræk af 1 års brugsdata om samtlige oprettede profiler og produktioner	Et datasæt, som efter rensning rummer 1190 brugere og 2374 produktioner
Indsamling af delte brugerproduktioner	20/8 2010 – 20/8 2011	Indsamling af samtlige delte brugerproduktioner i 1 år	245 delte produktioner fra brugere i alderen 13-23 år
Kvantitativ dataanalyse	20/8 2011 – slut	Analyse af datasættet for 1 års brug af MedieMixeren	Gennemsnit, hypotesetest og korrelationstest
Transskription, kodning og analyse af kvalitativt data	20/8 2011 – slut	Analyse af observationer, feltnoter interviews og produktioner	Transskriptioner og analyser

Som det ses, er der to gennemgående datoer, som skiller de forskellige aktiviteter: 20/8 2010 og 20/8 2011. Dette korresponderer med MedieMixerens åbning 20/8 2010 og samme dato året efter.

Åbningsdatoen lå ikke fast fra starten af mit projekt, og oprindeligt var det meningen, at MedieMixeren skulle være åbnet tidligere. Grundet samarbejdet med en museumspartner, som er afhængig af mandskab, underleverandør, bevillinger og meget andet, har jeg således måttet ændre og tilpasse min arbejdsplan løbende som MedieMixer-projektet skred frem. Det endelige undersøgelsesdesign som beskrevet i skemaet er derfor delvist baseret på de indledende overvejelser om metodevalg og delvist på de konkrete praktiske muligheder for at indsamle data på museet. Jeg mener, at designet for ethvert forskningsprojekt, hvor man samarbejder med en ekstern partner, nødvendigvis må blive et sådant kompromis, hvor man indretter visse dele af sin forskning efter de praktiske muligheder og begrænsninger.

Undersøgelsens første del løb fra 1/1 2009 til 20/8 2010 og fokuserede på udviklingen af MedieMixeren og på at forstå feltet.

Den anden del af undersøgelsen løb fra åbningen 20/8 2010 og ét år frem og fokuserede på indsamling og begyndende analyse af data vedrørende brugen af MedieMixeren.

Den tredje del af undersøgelsen løb fra 20/8 2010 til færdiggørelsen af nærværende afhandling og fokuserede på analyse af det indsamlede data og sammenfatning af undersøgelsens temaer.

At dataindsamlingen endte med at strække sig over ét år skyldes primært MedieMixerens åbning i forhold til undersøgelsens tidsramme 2009-2012. Hvis MedieMixeren havde været færdig tidligere, kunne jeg have indsamlet data over en længere periode, og hvis MedieMixeren var åbnet senere, måtte jeg have indsamlet data over en kortere periode. Jeg valgte at strække dataindsamling til præcis et år på trods af, at slutdatoen så ville falde sent i undersøgelsens forløb. Dette skyldtes dels, at et år er en meget håndgribelig tidsenhed, når man skal formidle sine resultater og dels, at brugen af museer varierer hen over et år. Eksempelvis er visse ferier (såsom efterårsferien) meget præget af børn og unge, mens andre perioder har andre brugsmønstre. Indsamlingen af data for et helt år, bevirker, at man kan se bort fra årstider og ferier og udtale sig mere generelt om brugen af det pågældende museum.

MedieMixeren som case study

I mit projekt har jeg taget udgangspunkt i organiseringen af MedieMixeren, ligesom mit indsamlede datamateriale stammer fra MedieMixeren. Der er således tale om en slags case study.

Samfundsforskeren Bent Flyvbjerg skriver om case studies, at de ikke er et metodologisk valg, men snarere en simpel afgrænsning af, hvad man undersøger (Flyvbjerg, 2011). I et case study undersøges en afgrænset enhed intensivt, mens måden hvorpå det gøres kan variere.

Ethvert case study giver anledning til spørgsmål om, hvorfor den pågældende case er valgt, samt om viden fra en case siger noget om andet end den specifikke case. Sagt med andre ord: Hvorfor har jeg valgt MedieMixeren som case, og er viden erhvervet fra MedieMixeren som case på nogen måde generaliserbar?

I mit tilfælde er MedieMixeren valgt af flere forskellige årsager. Først og fremmest er der nogle rent praktiske årsager, hvor Mediemuseet er med i DREAM-samarbejdet og således selv har ønsket at få tilknyttet et forskningsprojekt. Denne interesse fra museet har givet ekstraordinært gode mulighed for at få adgang til museet og til at indsamle data. Dette lyder måske banalt, men manglende eller begrænset adgang har stoppet mange forskningsprojekter (Silverman, 2010). Uanset, hvor vigtig en case måtte synes, så er den ubrugelig, hvis man som forsker ikke kan indsamle de data, man har brug for. Omvendt kan selv tilsyneladende trivielle cases give meget gode resultater, såfremt man har mulighed for grundig dataindsamling og -analyse. Den ekstraordinært gode adgang til indsamling af data er således en væsentlig styrke ved MedieMixeren som case.

Et alternativ til at bruge MedieMixeren som case kunne være at lave en landsdækkende undersøgelse af unges digitalt baserede aktiviteter på museer, hvorved man betoner bredden i stedet for dybden. Sådanne undersøgelser eksisterer dog allerede: Mit projekt er et delprojekt under det større forskningsprojekt *Learning2.0*, hvor den overordnede struktur rummer en række case studies samt en række tværgående projekter. Hvert case study fokuserer på et givet digitalt museumsprojekt på hhv. *Arken Museum for Moderne Kunst*, *Statens Museum for Kunst*, *Experimentarium*, *Moesgaard Museum*, *Danmarks Rockmuseum* og *Mediemuseet*. Disse case studies giver dybden i det overordnede forskningsprojekt. Hertil kommer et antal tværgående projekter, som på tværs af museerne indsamler data med fokus på gennemgående aspekter som læringspotentialer, organisatoriske udfordringer og innovationsmuligheder ved inddragelsen af digitale medier i museumsformidlingen. Disse projekter skaber sammen med den kvantitative undersøgelse *Unge Medier og Museumsbrug: Sammenhænge og perspektiver* (Kobbernagel, Schrøder, & Drotner, 2011) bredden i det overordnede forskningsprojekt.

Det er således klart, at to meget væsentlige mål med mit case study baseret på MedieMixeren er hhv. at informere Mediemuseet om museets egen praksis med

henblik på videreudvikling samt at informere de andre delprojekter i Learning2.0 med henblik på fælles teoribygning og identifikation af fællestræk på tværs af museumstyper.

Det tredje og væsentligste mål med mit case study er dog at bidrage med viden på mit forskningsområde, som også er anvendelig for en bredere gruppe af formidlere og forskere. Denne ambition afhænger af, at den erhvervede viden kan overføres til andre sammenhænge.

Generaliserbarhed og misforståelser

Silverman (2010) skelner mellem tre former for case studies: *Intrinsic, instrumental* og *collective* case studies.

I et intrinsic case study er interessen og målet med undersøgelsen iboende i den konkrete case. Hvis Mediemuseet og jeg selv udelukkende var nysgerrige efter at vide, hvordan MedieMixeren blev brugt, ville der være tale om et intrinsic case study.

I et instrumental case study betragter man derimod en case som et eksempel på noget generelt. Selv om den konkrete case kan være nøje udvalgt og vældig interessant i sig selv, er det primære fokus på noget andet, nemlig på de mere generelle fænomener som kan iagttages gennem det pågældende case study.

Man kan dog også udføre et collective case study, hvor man undersøger en række cases for at belyse et gennemgående fænomen.

Mit projekt er primært et instrumental case study, selv om det rummer elementer af de andre typer case studies. Projektet rummer et element af intrinsic case study idet Mediemuseet naturligvis ønsker at vide mere om MedieMixeren som unikt museumsrum, og idet der er planer om videreudvikling. Der er også et element af collective case study, idet mit case study komplementerer de andre case studies i Learning2.0-forskningsprojektet og i en vis udstrækning er i stand til at informere de tværgående projekter.

Men samtidig – og primært – betragter jeg mit projekt som et selvstændigt case study, som kan give indsigt i deltagelsespraksisser med fokus på kreativ medieproduktion i en museums kontekst.

I den forbindelse har Flyvbjerg (2011) identificeret fem almindelige misforståelser omkring case studies, og jeg vil gerne udrede disse misforståelser, så de ikke hersker omkring mit projekt.

Misforståelserne lyder:

Misunderstanding No. 1	General, theoretical knowledge is more valuable than concrete case knowledge.
Misunderstanding No. 2	One cannot generalize on the basis of an individual case; therefore, the case study cannot contribute to scientific development.
Misunderstanding No. 3	The case study is most useful for generating hypotheses; that is, in the first stage of a total research process, while other methods are more suitable for hypotheses testing and theory building.
Misunderstanding No. 4	The case study contains a bias toward verification, that is, a tendency to confirm the researcher's preconceived notions.
Misunderstanding No. 5	It is often difficult to summarize and develop general propositions and theories on the basis of specific case studies

(Flyvbjerg, 2011, s. 302)

Den første misforståelse handler groft sagt om at case studies i mange akademiske miljøer bliver nedvurderet. Med udgangspunkt i samfundsvidenskab kalder Flyvbjerg (2011) det et paradoks, at case studies er udbredte og har produceret mange kanoniske tekster, samtidig med at de nyder relativ lav agtelse.

En af årsagerne til misforståelsen synes at være en snæver opfattelse af case studies som *intrinsic* case studies. Både *collective* case studies og *intrinsic* case studies bidrager med viden om andet end den konkret studerede case. Som tidligere nævnt er nærværende projekt del af et større forskningsprojekt om digital museologi og kreative læreprocesser. Disse temaer belyses fra forskellige vinkler, hvor mit case study af MedieMixeren bidrager med den ene vinkel. Dette ses eksempelvis udmøntet i bogen *Det interaktive museum* (Drotner, Weber, Larsen, & Løssing, 2011), hvor jeg sammen med MedieMixerens projektleder har skrevet et kapitel baseret på et case study af MedieMixeren (Mortensen & Vestergaard, 2011). Dette står side om side med andre case studies og bindes sammen af teoretiske kapitler. Disse case studies er nødvendige. Flyvbjerg hævder ligefrem, at: "Social science has not succeeded in producing general, context-independent theory and has thus in the final instance nothing else to offer than concrete, context-dependent knowledge. And the case study is especially well suited to produce this knowledge" (Flyvbjerg, 2011, s. 303). Flyvbjerg siger altså, at viden fra case studies ikke alene er lige så værdifuld som bred teoretisk viden – den er simpelthen grundlaget for overordnet teorikonstruktion. Her betragter jeg bestemt ikke mit case study af MedieMixeren

som noget, der i sig selv kan danne makroteorier, men det kan bidrage til fundamentet for konstruktion af brede teorier på tværs af kontekster. Dette gøres bl.a. ved at konstruere mikroteorier og begreber, som gælder for MedieMixeren. Således kan man ikke på baggrund af undersøgelsens udformning som case study konkludere, at den tilvejebragte viden skulle være af ringe værdi.

Den anden misforståelse om case studies er meget udbredt. Denne misforståelse går på, at man ikke kan generalisere ud fra et case study. Umiddelbart synes det logisk, at mine opdagelser i MedieMixeren kan være så unikke, at man ikke kan finde tilsvarende fænomener andre steder. Der er dog nogle problemer med denne antagelse.

Først og fremmest viser videnskaberens historie, at man meget ofte *kan* generalisere ud fra en enkelt case (Flyvbjerg, 2011). Silverman (2010) fortæller eksempelvis om sociolingvisten Benjamin Whorf, som var i stand til at opbygge en grammatik for Navajo-indianernes sprog ud fra undersøgelse af én persons tale. Ligesom Whorfs informant i princippet kunne have haft en talefejl, kunne MedieMixeren også have en skævhed, der adskiller den væsentligt fra andre museale praksislandskaber. Men her giver teorien en rettesnor. Jeg betragter netop ikke MedieMixeren i et tomrum men derimod som et musealt praksislandskab hvor jeg trækker klare referencer til teorier om social læring, sociale medier, museologi osv. Disse teorier bygger hver og en på konkrete cases, og således kommer MedieMixeren til at stå i forhold til en række sammenlignelige fænomener og eksempler. Her er teorierne også et værktøj, som giver mulighed for at opdage, at den valgte case er enten ekstrem eller afvigende. Og såfremt noget i den konkrete case strider mod teorien, må nærmere undersøgelser afdække, om det er tilfældet.

En del af misforståelsen omkring mulighederne for at generalisere ud fra et case study mener jeg dog også skyldes, at selve ordet generalisering ofte forbindes med statistik. Schrøder et al. kalder ligefrem generalisering for "statistical power" (Schrøder et al., 2003, s. 30). Den finske samfundsforsker Pertti Alasuutari (1995) foreslår, at termen generaliserbarhed reserveres til statistik, mens ordet *ekstrapolering* bedre beskriver, hvordan en analyse rækker videre til andet end blot den konkrete case.

Jeg er enig med Alasuutari og mener, at ordet ekstrapolering meget godt indikerer, at der er tale om motiverede sammenhænge baseret på konkret viden, selv om der naturligvis ikke er tale om én-til-én afbildning fra case til analytisk model og vice versa. Dette synspunkt ligger i klar forlængelse projektets forskningsparadigme, altså *diskursiv realisme*. Hvor statistisk generaliserbarhed er et udtryk for den styrke, med hvilken man kan overføre forskningsresultater til andre cases, er ekstrapolering et udtryk for, i hvor høj grad generelle modeller af virkeligheden er *truthlike*.

For at forstå hvorfor jeg foretrækker at betragte mine resultater som noget, hvorfra der kan ekstrapoleres frem for noget, som er generaliserbart, er det nødvendigt at

forstå den bagvedliggende logik. Generaliserbarhed er et eksempel på induktion; altså at man formulerer et generelt udsagn på baggrund af et antal observationer. Som oftest er argumentet for sådan induktiv logik, at mængden af observationer har en størrelse og kvalitet, som tillader, at man kan generalisere. Det handler altså om at udtrække en repræsentativ stikprøve. Det omvendte, logisk deduktion, ses f.eks. i hypotesetests, hvor man på baggrund af en generel teori undersøger en observation. Dette er en top down-tilgang i modsætning til induktion, som er en bottom up-tilgang.

Der er imidlertid en tredje vej, som semiotikeren Charles Sanders Peirce's døbte *abduktion*. Abduktion er den vigtigste analytiske logik i diskursiv realisme (Schrøder et al., 2003), og således spiller abduktion også en stor rolle i nærværende projekt. Abduktion indebærer at man søger at nå frem til en forklarende hypotese, som er både motiveret og økonomisk. Det abduktive spring sker ikke ud fra repræsentative stikprøver, men ud fra et bredt kendskab til konteksten, som tillader, at man opstiller en motiveret hypotese, som er tilstrækkelig uden dog at være nødvendig. Schrøder et al. beskriver det som "a kind of empirically based quantum leap performed by the creative researcher who is capable, with an inspired insight, to reconceptualize a phenomenon in a new way" (Schrøder et al., 2003, s. 46).

Dette relaterer sig direkte til den tredje, fjerde og femte misforståelse om case studies, som Flyvbjerg (2011) har identificeret. Den tredje misforståelse lyder, at et case study er velegnet til at formulere indledende hypoteser men ikke særlig velegnet til at konstruere teori. Her er formålet med abduktionen netop at konstruere teori og ikke indledende hypoteser, og når jeg har anvendt mange forskellige metoder i undersøgelsen af MedieMixeren, er det bl.a. for at give mig den nødvendige viden om min case, som tillader mig at foreslå sammenhænge, som er motiverede, tilstrækkelige og økonomiske forklaringsrammer for deltagelse i en museums kontekst gennem produktion af medietekster. Dette harmonerer med Flyvbjerg (2011), som argumenterer for at case studies faktisk er særligt velegnede, når man skal konstruere teori. Den fjerde misforståelse om at case studies let fører til verifikation af forskerens forhåndsantagelser ligger i forlængelse af dette. Hvis modsætningen til case studies er brede undersøgelser, hvor der indsamles statistisk data fra en stor mængde datakilder, lider case studies ikke under en særlig risiko for bias i forhold til forhåndsantagelser. Brede kvantitative undersøgelser risikerer meget hurtigt at presse forhåndsantagelser ned over informanter og derved overse relevante kategorier og variable. I DREAM's nationale brugerundersøgelse (Kobbernagel, Schrøder, & Drotner, 2011) viste den forudgående pilotundersøgelse sig at være essentiel, da nogle respondenter savnede forskellige svarmuligheder. Dette gav anledning til nye kategorier og variable, som forskergruppen ikke havde overvejet på forhånd. Men det kan bestemt ikke afvises, at en sådan undersøgelse på trods af pilotundersøgelser stadig er præget af forskernes forhåndsantagelser og kategorier. Til sammenligning er det i case studies forholdsvis let at opdage oversete kategorier og variable. I og med at forskeren placerer sig dybt i den kontekst, han undersøger, vil aktørerne konstant tale tilbage til ham. Jeg kan i mine undersøgelser

af MedieMixeren konstatere, at jeg flere gange har måttet revidere, hvad jeg indledningsvis troede, jeg vidste og ville spørge om. Flyvbjerg beskriver forskningen som en læreproces: "With the point of departure in the learning process, we understand why the researcher who conducts a case study often ends up by casting off preconceived notions and theories. Such activity is quite simply a central element in learning and in the achievement of new insight. More simple forms of understanding must yield to more complex ones as one moves from beginner to expert" (Flyvbjerg, 2011, s. 310).

Forskning handler i udpræget grad om forskerens læring og højereordens tænkning, og jeg er enig med Flyvbjerg om, at "the case study produces the type of concrete, context-dependent knowledge that research on learning shows to be necessary to allow people to develop from rule-based beginners to virtuoso experts" (Flyvbjerg, 2011, s. 302).

Når jeg i nærværende afhandling formidler mine forskningsresultater, ser jeg det som et forsøg på i højere grad at formidle det jeg har lært, end de midtvejsprodukter, mine metoder har genereret. Men det er ikke helt uproblematisk, og det relaterer sig til den sidste misforståelse om case studies, nemlig, at det er meget svært at opsummere resultaterne af en specifik case study. Dette er delvist rigtigt, idet det abduktive spring er en kreativ proces, hvor forskeren kobler viden sammen på nye måder for at give mulige forklaringsrammer for det observerede. For at kunne bedømme, i hvilken grad sådanne forklaringsrammer er truthlike, er det nødvendigt at have en forholdsvis detaljeret viden om den konkrete case og de konkrete analyser. Det er dog muligt at formidle den erhvervede viden, men det stiller krav til både formidlingen og læsningen. Flyvbjerg formulerer det således: "It is correct that summarizing case studies is often difficult, especially as concerns case process. It is less correct as regards case outcomes. The problems in summarizing case studies, however, are due more often to the properties of the reality studied than to the case study as a research method. Often it is not desirable to summarize and generalize case studies. Good studies should be read as narratives in their entirety" (Flyvbjerg, 2011, s. 313).

Jeg har således forsøgt at beskrive alle de væsentligste forhold, som har fået mig til at fortolke MedieMixerens virkelighed på en bestemt måde. Men det er klart, at der er stor forskel på at befinde sig midt i en case study og at læse om det. Mange nuancer vil uvægerligt gå tabt i formidlingen.

Jeg betragter formidlingen af forskningsresultater som en – ofte underbelyst – del af ens metode. Dette gælder især i forskningsprojekter struktureret som en case study, hvilket stiller særligt store krav til læserens (eller lytterens) forholdsvis nuancerede forståelse for den præsenterede case. Mit udgangspunkt i diskursiv realisme indebærer en diskursiv epistemologi, hvor jeg mener, at den eneste adgang til viden om MedieMixerens sociale virkelighed eksisterer gennem sprog og andre tegnsystemer, i dette tilfælde tilbudt i form af nærværende afhandling.

Omfanget af afhandlingen ville blive enormt, hvis jeg narrativt skulle belyse min case study fra start til slut. Omvendt kan man, som Flyvbjerg beskriver, i mange tilfælde dårligt undgå en vis narrativitet grundet det felt, man undersøger. Jeg har således i de fleste afsnit tilstræbt en analytisk og tematisk tilgang suppleret med enkelte narrative passager undervejs: For at forstå MedieMixerens sociale virkelighed, er det ind imellem nødvendigt at vide, hvordan MedieMixeren er organiseret og hvad brugere, ansatte og jeg selv har gjort i forskellige situationer.

Gruppen som analytisk enhed / analyseobjekt

I mine undersøgelser af MedieMixeren har jeg foretaget dataindsamling og analyse på forskellige niveauer. Mit overordnede og gennemgående analyseobjekt er som nævnt MedieMixeren betragtet som praksislandskab. Som analytisk værktøj er praksisbegrebet en kategori på mellemniveau. Wenger forklarer om dette niveau, at: "Det er hverken en specifik, snævert defineret aktivitet eller interaktion eller en bredt defineret masse, der er abstrakt historisk og socialt" (Wenger, 2004, s. 148). På dette niveau analyserer jeg praksislandskabets grænser og delelementer, særligt som design for læring gennem de fire dualiteter deltagelse-reifikation, designet-emergent, identifikation-negotiabilitet og lokal-global (Wenger, 2004). Men det er klart, at jeg analyserer dualiteterne ved at undersøge konkret håndterbare data. Reifikation eller tingsliggørelse analyserer jeg bl.a. ved at undersøge brugernes produktioner, mens jeg bl.a. analyserer deltagelse gennem observationer og gennem brugernes egne italesættelser af denne. Da min tilgang samtidig er, at dualiteterne hænger sammen, forsøger jeg at sammenholde mine data i et samlet, men komplekst billede af brugernes udfoldelser.

Spørgsmålet er dog, hvordan man analytisk skal håndtere en på én gang meget entydig og mangefacetteret entitet som "en bruger". Brugere er jo repræsenteret på forskellige måder i MedieMixeren: De er repræsenteret gennem brugerprofiler, gennem en elektronisk billet, gennem fysisk tilstedeværelse, gennem handlinger såsom produktion og gennem produktionerne selv. Fælles for alle disse repræsentationer af brugere er imidlertid, at de er knyttet til *grupper*.

Der er ikke noget nyt i, at museumsbrugere færdes i grupper, og Falk skriver ligefrem, at: "The overwhelming majority of museum visitors arrive as part of a social group" (Falk, 2009, s. 99). Fra den nationale DREAM-undersøgelse fremgår det, at kun ca. 1% af unge museumsbrugere besøger museer alene (Kobbernagel, Schrøder, & Drotner, 2011). Men i hvor høj grad gruppen er den centrale enhed i brugen af MedieMixeren erfarede jeg først efter MedieMixerens åbning. I analysen vender jeg tilbage til gruppens betydning, men i metodisk sammenhæng er det tilstrækkeligt at konstatere, at stort set al brug af MedieMixeren foregår i grupper bestående af typisk to til fem personer. Selv når skoleklasser besøger MedieMixeren, deler eleverne sig op i sådanne grupper (dog nogle gange op til seks-syv personer). Denne indsigt

betoner vigtigheden af også metodisk set at anvende gruppen som en analytisk enhed.

Falk og Dierking (1992) betonedede allerede i deres interaktive oplevelsesmodel for læring på museer den sociale kontekst som én af de tre kontekster, som har betydning i et museumsbesøg – noget som siden er blevet udbygget i deres kontekstuelle læringsmodel (Falk & Dierking, 2000). Deres data for familiegrupper på tværs af museer viser, at den typiske gruppe bruger 15-20 % af tiden i udstillinger på intern interaktion i gruppen, og intet tyder på, at det skulle være mindre for andre grupper (Falk & Dierking, 1992). Nyere studier viser, at eksempelvis par gennemsnitligt bruger 20 % af tiden i udstillinger på interaktion med hinanden; primært på meningsforhandling og på at udpege ting i udstillingen (Packer & Ballantyne, 2005).

Grundtanken bag anvendelsen af gruppen som analytisk enhed er meget enkel: Hvis brugernes aktiviteter og meningsforhandlinger sker i grupper, så bør aktiviteterne og meningsforhandlingerne også undersøges i disse grupper.

Dette er dog langt fra en selvfølge. Som tidligere nævnt er projektet baseret på social læringsteori, og min primære erkendelsesinteresse er således brugernes situerede handlinger og læring. Men hvis projektet var baseret på eksempelvis kognitiv læringsteori kunne erkendelsesinteressen være brugernes individuelle tilegnelse af viden, hvorved gruppen som analytisk enhed ville være uvæsentlig. Og jeg vil på ingen måde afvise, at der også er individuelle menings- og identitetsprocesser, som er adskilt fra gruppen. For at belyse dette tilstrækkeligt, ville det dog kræve et andet forskningsdesign, end det anvendte. Forskningsdesign vil altid være et spørgsmål om til- og fravalg.

Betoningen af gruppen som analytisk enhed har medført nogle metodiske valg:

- Deltagerobservationen fokuserer på grupper, hvilket rent praktisk betyder at en hel gruppe bliver registreret på det samme observationsskema
- Brugerinterviews udføres som gruppeinterviews i brugernes egne grupper
- Produktioner betragtes som værende gruppeproduktioner, selv om nogle brugere måske har haft større indflydelse på produktionen end andre

Identifikation og definition af en gruppe

I feltarbejdet har det været enkelt at identificere grupper, og det er denne empirisk observerede enhed, mit analytiske gruppebegreb tager udgangspunkt i. Mange brugere ankommer i en gruppe på typisk 2-5 personer og færdes fysisk nær hinanden under hele besøget i MedieMixeren. De deler sig momentant op men samles hurtigt igen og er sjældent udenfor synsvidde; delvis grundet MedieMixerens størrelse og indretning. Skoleklasser ankommer samlet men deler sig hurtigt op i

disse mindre grupper, enten på elevernes, lærerens eller museumsformidlerens initiativ. Skolegrupper kan rekonfigurere sig via ind- og udvandring mellem grupper, men oftest er grupperne forholdsvis stabile besøget igennem. I sjældne tilfælde sker det, at en bruger besøger MedieMixeren alene, men i løbet af mit feltarbejde har jeg ikke oplevet en sådan bruger inden for aldersgruppen 13-23-årige. Solobrugere er typisk noget ældre end denne gruppe.

I mine indledende uformelle interviews med brugere fik jeg bekræftet, at brugerne oplever, at de er i MedieMixeren *med nogen*. Selv børn, som laver produktioner på egen hånd, mens forældrene venter, oplever, at de er der sammen med deres forældre. Skolegrupper oplever ligeså, at de udforsker MedieMixeren i grupper - også i de tilfælde, hvor de er utilfredse med gruppen. Således svarer brugernes oplevede gruppemedlemskab fuldstændig til de grupper, jeg kan observere.

På baggrund af denne indledende empirisk funderede forståelse af en gruppe, definerer jeg således *grupper* i MedieMixeren som forholdsvis stabile enheder af 2 eller flere brugere, som færdes i MedieMixeren med et *gensidigt engagement* (Wenger, 2004). Det bør noteres, at en gruppe således ikke nødvendigvis udgør et praksisfællesskab, da det tillige kræver *fælles virksomhed og fælles repertoire*. Der findes mange andre sociale strukturer end praksisfællesskab, og Wenger, McDermott & Snyder (2002) nævner som eksempler projektgrupper, funktionsgrupper og interessefællesskab. Disse har ligesom brugergrupper fællestræk med praksisfællesskab dog uden at være et sådant. Gennem analyserne af gruppeaktiviteterne søges det nærmere belyst, hvad en brugergruppe er.

Det analytiske gruppebegreb harmonerer med brugernes efterfølgende bearbejdelse af besøget som værende relateret til gruppen. For det første husker museumsbrugere, at de var der sammen med nogen. John Falk skriver på baggrund af sine mange studier af museumsbrugere, at "most of the in-museum experiences of visitors and many of their resulting long-term memories of that experience involve social events" (Falk, 2009, s. 32-33). For det andet er der en sandsynlighed for, at meningsforhandlingen fortsætter i gruppen efter besøget i MedieMixeren, eftersom man var fælles om en oplevelse.

Det er klart, at denne forståelse af gruppen er en abstraktion, som kunne nuanceres på forskellig vis. Man kunne undersøge grupperne som værende mere flydende, således at en gruppe undervejs i besøget ville rumme et varierende antal medlemmer. Man kunne også inddrage netværksanalyse af grupperelationer. Det har jeg ikke gjort. Gruppebegrebet skal betragtes som et analytisk begreb, og jeg anvender denne enkle og konsekvente gruppeforståelse for at sikre metodisk klarhed og anvendelighed.

I min dataindsamling har jeg dog så vidt det var muligt forsøgt at betragte gruppen som en divers enhed bestående af individer, og jeg har noteret gruppernes sammensætninger. I de tilfælde hvor en enkeltperson har skilt sig ud, har jeg også

forsøgt at beskrive vedkommendes aktiviteter særskilt. Men i de tilfælde hvor det har været vanskeligt at fange alle gruppemedlemmernes enkeltheder, har jeg fokuseret på at registrere og senere analysere, hvad gruppen som enhed har gjort.

Diversitet i en gruppe

Grupper består naturligvis af individer, som demografisk set kan være meget forskellige. Familiegrupper rummer medlemmer med stor aldersforskel, mens skolegrupper kan rumme medlemmer med store forskelle i social baggrund. Derudover er der individuelle forskelle i personlighed og interesse, som gør, at brugere i en gruppe kan handle meget forskelligt.

Det er derfor vigtigt at afklare om dels den demografiske diversitet og dels den psykologiske diversitet udgør et problem i forhold til anvendelsen af grupper som analytisk enhed i MedieMixeren. Sagt med andre ord: Er diversiteten for stor til at det giver mening at snakke om grupper?

Det første spørgsmål om demografisk diversitet betragter jeg ikke som noget problem, primært fordi min erkendelsesinteresse drejer sig om de 13-23-årige. I den nederste del af aldersspektret besøger nogle brugere MedieMixeren med deres forældre, men i den øvre del af spektret kommer brugerne overvejende i skole- eller vennegrupper. Og både skole- og vennegrupperne i MedieMixeren er aldersmæssigt homogene, ligesom de ofte består af medlemmer af samme køn. Således er langt de fleste af de brugere, jeg undersøger, organiseret i grupper med jævnaldrende brugere, som de har et fællesskab med gennem skole eller fritid, hvilket giver mulighed for en vis generalisering inden for en gruppe.

Det andet spørgsmål omkring psykologisk diversitet betragter jeg heller ikke som et problem. Ofte vil nogle gruppemedlemmer vil være mere aktive end andre, og nogen vil ind imellem slet ikke engagere sig i produktionen. Men derfor giver det stadig god mening at betragte gruppen som en gruppe, for de mere passive funktioner er ikke nødvendigvis uvæsentlige for gruppens aktiviteter: Et tilsyneladende passivt gruppemedlem, som ikke deltager i produktionsprocessen, kan f.eks. være en facilitator jfr. Falks typologi (Falk, 2009). I tråd med den tidligere diskussion om motivation og identitet, interesserer jeg mig for lille-i-identiteter, altså "identities that respond to the needs and realities of the specific moment and situation. This kind of identity can be thought of as truly 'situated' identities" (Falk, 2009, s. 73). I den forbindelse er det væsentlige, hvordan brugerne agerer, og ikke hvordan de psykologisk set er forskellige.

I forhold til den analytiske mulighed for at betragte grupper som havende nogle fællestræk med praksisfællesskaber, udgør diversitet heller ikke noget problem. Wenger skriver, at "hver enkelt deltager i et praksisfællesskab finder en unik plads og får en unik identitet, som både integreres og defineres yderligere i løbet af engagementet i praksis. Disse identiteter sammenføres og forbindes med hinanden

via gensidigt engagement” (Wenger 2004, s. 93). Wenger understreger, at homogenitet hverken er en forudsætning for eller et resultat af dannelsen af et fællesskab. Således vil jeg analysere to eller flere brugere, som færdes i MedieMixeren med et gensidigt engagement som en *gruppe*, uanset om gruppe-medlemmernes kompetencer og bidrag måtte synes meget forskellige.

Alder og sampling

Jeg har i mit projekt fokuseret på brugere i alderen 13-23 år (inkl.), og jeg har tilstræbt, at alle anvendte data tager udgangspunkt i denne mængde af brugere.

MedieMixeren er designet til brugere i alderen 14-24 år og ikke 13-23 år. Grunden til, at jeg alligevel har valgt at fokusere på de 13-23-årige er, at jeg ønsker sammenlignelighed med DREAM’s nationale brugerundersøgelse, som rummer data for netop denne aldersgruppe.

I forbindelse med interviews har jeg spurgt til brugernes alder, så her har samplingen været baseret på deres svar. I de tilfælde, hvor jeg har talt med brugere på under 13 år eller over 23 år, har jeg noteret dette og placeret de pågældende observationer i bunken af ”vejledende observationer”. I forbindelse med observationer uden opfølgende interviews har jeg dog selv vurderet brugernes alder og anført dette i mine observationer. Eksempelvis indikerer ”P17+D17”, at den pågældende gruppe består af en pige og en dreng, som jeg har vurderet til at være 17 år. Det er klart, at den slags vurderinger er upræcise, men de er stadig en rettesnor, og her har jeg vægtet en mangfoldighed af observationer højere end at få aldersspecifikke observationer. Formålet med observationerne er heller ikke at sige noget specifikt om de enkelte alderstrin: Formålet er at undersøge, hvordan unge brugere producerer og lærer i museumsrummet.

I forbindelse med mine statistiske data, har jeg taget udgangspunkt i brugernes egen opgivelse af fødselsdato i brugerprofilen. Her spiller tre forhold ind, som kan påvirke, at brugere uden for alderskategorien 13-23 år kan være repræsenteret: For det første var der grundet en softwarefejl manglende oprettelsesdato på profiler oprettet inden for det første halvår. Dette har jeg håndteret ved at tildele median-datoen i den uvisse periode, hvilket betyder, at disse brugere kan være op til 3 måneder yngre eller ældre end antaget. For det andet kan jeg ikke udelukke, at nogle brugere har oplyst en forkert fødselsdato. Jeg nærer dog ingen mistanke om dette, idet brugerne selv har skrevet datoen og ikke valgt den i en drop-down menu eller lignende. Enkelte brugere har indtastet datoer såsom 11/11 1911, men sådanne profiler er under alle omstændigheder blevet bortfiltreret under min rensning af de kvantitative data. For det tredje er der det forhold, som jeg også beskriver andetsteds, at grupper i MedieMixeren kun opretter én brugerprofil. Således kan en brugerprofil registreret som værende inden for alderskategorien 13-23 rent faktisk repræsentere en gruppe, hvor nogle af medlemmerne er yngre eller ældre. Dette er et forhold, jeg vil vende tilbage til flere gange, men i første omgang er det vigtigste at konstatere, at der er

denne usikkerhed. Usikkerheden er dog ikke meget alvorlig, idet medlemmerne i de fleste grupper af unge i MedieMixeren som sagt ligger aldersmæssigt tæt.

Samlet set mener jeg således, at langt størstedelen af de brugere, som har bidraget til mine data befinder sig inden for alderskategorien 13-23 år. Og de få brugere, som eventuelt måtte falde udenfor er enten meget tæt på 13-23 år eller i følgeskab med nogen på 13-23 år. Da mine primære indsigter desuden har at gøre med måder at være, opleve og skabe på, betragter jeg det ikke som noget problem, hvis enkelte lidt yngre eller ældre brugere har haft indflydelse på mine resultater.

Men det er de 13-23-årige, jeg fokuserer på, og når jeg fremover taler om grupper i MedieMixeren, mener jeg således – med mindre andet er nævnt – grupper bestående af brugere i denne alder.

Udvikling af MedieMixeren og Lydboksen

Den oprindelige ramme for mit projekt var, at Mediemuseet allerede ønskede et såkaldt mediecenter på det tidspunkt, hvor jeg kom ind i processen eller kort derefter. Den første del af mit forskningsprojekt skulle således være en undersøgelse af brugen af dette rum, mens anden del skulle være at samarbejde med museet om videreudviklingen af dette.

Men ved begyndelsen af mit projekt var udviklingen stadig i sin spæde start og stod mere eller mindre stille. Dette måtte jeg forholde mig til som forsker, og jeg så to muligheder: Enten måtte jeg skifte undersøgelsesobjekt og undersøge udviklingsprocessen eller også måtte jeg vende situationen til en fordel i forhold til mit aktuelle undersøgelsesobjekt, brugen af det nye museumsrum. Jeg valgte det sidste.

I ethvert forskningsprojekt, som involverer feltarbejde, er forskerens rolle og indgangsvinkel af stor betydning for dataindsamlingen og –behandlingen. Silverman (2010) beskriver i hvordan observation som metode ofte kritiseres for reliabilitetsproblemer, fordi forskere med forskellige baggrunde gør sig forskellige observationer. Med en baggrund i medievidenskab, datalogi og multimedier så jeg muligheden for at indgå i udviklingen af MedieMixeren som en mulighed for at tilføje et museologisk blik på mine kommende brugerstudier. Jeg var ikke museolog, da jeg påbegyndte mit projekt. Det er jeg delvist nu.

Meget af den nyere metodelitteratur anvender begrebet refleksivitet, som er meget anvendt i etnometodologi. Om dette begreb skriver Schrøder et al.: "Basically, it involves a systematic positioning of alternative perspectives" (Schrøder et al. 2003, s. 78). Det er ikke helt sådan, at etnometodologien originalt anvender begrebet, men det er i tråd med den senere gængse forståelse af refleksivitet som det at være bevidst om sin egen rolle og om hvordan man kan betragte sit emne fra forskellige vinkler. En forsker kan ikke tænke sig til enhver mulig vinkel, men ved at involvere

mig i selve udviklingen af MedieMixeren fik jeg mulighed for at forstå museets tankegang og formålet med MedieMixerens design langt bedre end ved at følge processen passivt.

Rent praktisk har jeg således deltaget i MedieMixerens projekt- og udviklingsmøder fra 2009 på lige fod med museets egne deltagere (inspektører, formidlere, assistent, arkitekt, systemadministrator og værkstedsleder). Jeg har deltaget i og arrangeret workshops, og fra at have en perifer rolle i udviklingen af MedieMixeren, blev jeg del af det praksisfællesskab, som udviklede sig omkring MedieMixeren. Jeg tøver ikke med at kalde det et praksisfællesskab, for der blev i høj grad udviklet en praksis baseret på gensidigt engagement, fælles virksomhed og et større og større delt repertoire af begreber og historier. Dette kan måske synes som et problem, for det kan være vanskeligt at undersøge sin egen praksis, men jeg ser det tværtimod som en stor styrke af tre årsager:

For det første var mit mål netop ikke at undersøge museets udviklingspraksis. Derimod var målet gennem medudvikling at øge mine indsigter, adgang til og muligheder for at undersøge brugen af det nye museumsrum.

For det andet kommer man ikke let og pludseligt ind i en praksis. Museet har sine praksisser vedrørende udvikling og udstilling, og selv om der blev udviklet et nyt praksisfællesskab omkring udviklingen af MedieMixeren, tog dette udgangspunkt i eksisterende praksisser. Som udefrakommende startede jeg således i periferien af museets praksis i det, Lave og Wenger har benævnt legitim perifer deltagelse (Lave & Wenger, 1991). Fra denne perifere position opnåede jeg løbende en større og større forståelse for museets praksisser, og denne forståelse var værdifuld i arbejdet med brugerne. Legitimiteten, som gjorde, at jeg opnåede reelt medlemskab af udviklingsgruppen kom dels gennem min rolle som forsker og dels gennem min viden om systemudvikling og interaktionsdesign. I forbindelse med udviklingen af Lydboxen var min legitimitet betinget af min uddannelse som audiodesigner.

For det tredje var udviklingsgruppen et praksisfællesskab, som i høj grad var præget af komplementære bidrag frem for overlappende bidrag (Wenger, 2004). Der var altså en klar rollefordeling, hvor min rolle var anderledes end de øvrige deltageres. Jeg var medlem af fællesskabet, men jeg var et medlem, hvis primære rolle var forskerens.

Jeg betragter min rolle i udviklingen af MedieMixeren som et eksempel på aktionsforskning. Begrebet aktionsforskning dækker over en lang række processtrukturer, hvor forskning og handling sker simultant med henblik på, at forskningen skal informere fremtidige handlinger for at skabe nogle ønskede ændringer for personer eller organisationer (Reason & Bradbury, 2002). Der findes et væld af metoder såsom Action Science, Cooperative Inquiry, Participatory Action Research og Developmental Action Inquiry, som alle baseres på denne grundtanke.

Al aktionsforskning foregår mellem to yderpunkter: Et yderpunkt, som er styret af forskerens interesser og et yderpunkt, som er styret af deltagernes interesser. Som nævnt i forbindelse med beskrivelsen af case studies, er der tre mål med min case study: 1) At informere Mediemuseet om museet selv med henblik på videreudvikling, 2) at informere de andre delprojekter i Learning2.0 med henblik på fælles teoribygning og identifikation af fællestræk på tværs af museumstyper, 3) at bidrage med viden, som også er anvendelig for en bredere gruppe af formidlere og forskere.

Vægten af disse mål er fordelt med en klart større vægt på forskningsinteresser end på at informere Mediemuseet om museet selv. Selv om mit projekt bl.a. belyser nogle styrker og svagheder ved MedieMixeren, er det ikke reduceret til at være en evaluering af MedieMixeren. Det er en teoridrevet empirisk undersøgelse af brugen af bestemt type museumsressource, som er centreret omkring produktion og brugergenereret indhold. Og undersøgelsen søger at anvende og udvikle teori på nye, frugtbare måder. Så selv om man kan betragte samarbejdet med Mediemuseet som en slags aktionsforskning, ligger projektet, som det er tingsliggjort i nærværende afhandling, i den ende af skalaen, som vægter forskningsinteresser højere end udarbejdelse af konkrete praktiske handleforeskrifter.

Deltagerobservation

Som en vigtig del af mit undersøgelsesdesign har jeg foretaget deltagerobservation i MedieMixeren. Jeg har sammenlagt observeret i ca. 20 hele dage, hvilket svarer til at jeg har mødt omtrent 1000 brugere. Omtrent halvdelen af disse brugere har været i alderen 13-23 år, og ud af disse unge brugere er ingen kommet alene: Samtlige observerede unge har været medlem af en gruppe. Hvis man tager udgangspunkt i, at den gruppe, jeg har observeret oftest, består af tre medlemmer, vil det altså sige, at jeg har observeret godt 150 grupper. Disse grupper danner grundlaget for mine observationsdata. Nogle grupper har tilbragt lang tid i MedieMixeren, mens andre er gået, næsten da de kom. Jeg har så vidt muligt forsøgt at observere dem alle.

Deltagerobservationen i nærværende projekt er at betragte som en del af en bredere medieetnografisk trianguleringsstrategi, hvor formålet er at belyse brugen af MedieMixeren rigt, nuanceret og holistisk. Observation er kun ét af mange perspektiver, og jeg har ladet min metode tage udgangspunkt i Schrøder et al.'s kalejdoskopiske syn på medieetnografi: "In order to attain a holistic analysis, a combination of perspectives is required. So media ethnographies are designed as kaleidocopes applying multiple sources" (Schrøder et al., 2003, s. 74).

Jeg har udfærdiget et observationsskema med udgangspunkt i Schrøder et al.'s "observation guide for media ethnography" (Schrøder et al., 2003, s. 89-90). Grundlæggende består skemaet af to skel: 1) Skellet mellem et brugerperspektiv og medieperspektiv, og 2) skellet mellem et materielt/socialt perspektiv og et symbolsk/tekstuel perspektiv. Til sammen giver det fire perspektiver:

- Et materielt / socialt brugerperspektiv (f.eks. brugskontekst)
- Et symbolsk / tekstuel brugerperspektiv (f.eks. meningsforhandling)
- Et materielt / socialt medieperspektiv (f.eks. teknologiske egenskaber)
- Et symbolsk / tekstuel medieperspektiv (f.eks. interfacets artikulation)

De enkelte observationer noteres under det relevante perspektiv, og ud for hvert perspektiv har jeg indsat felter med tid, rum og sociale relationer, således at en observation hurtigt kan noteres som "hvornår", "hvor" og "hvem".

To brugere, som i fællesskab begynder at navigere gennem et interface foran en opstilling har jeg således noteret under et materielt brugerperspektiv, hvor jeg f.eks. har noteret, hvordan de orienterede sig, skiftedes til at trykke på skærmen, kiggede efter deres kammerat osv. Under "tid" har jeg ikke blot noteret klokkeslæt, men også alt, der havde at gøre med eventuel venten, rækkefølge, afslutning før tid osv. Under "rum" har jeg noteret hvordan brugerne stod orienteret samt forhold, der havde at gøre med deres fysiske interaktioner, såsom hvem der trykkede på skærmen. Under "relationer" har jeg noteret, om de talte med hinanden undervejs, om de grinte, pegede, vinkede eller lignende.

Den samme hændelse kan alt efter omstændighederne noteres under flere relevante perspektiver på én gang. Brugernes navigation gennem et interface kunne eksempelvis også oplagt ses gennem et symbolsk medieperspektiv, og observationen bliver rigere, jo flere perspektiver, der anvendes.

Foruden de fire perspektiver indeholder mit observationsskema også en forside med forskellige relevante afkrydsningsfelter og kommentarbokse. Disse rummer information om den observerede gruppes sammensætning (alder / køn), rute, anvendelse af opstillinger, anvendelse af mobile medier, kontakt med museumspersonale m.m. Der er også plads til at notere, hvorvidt der er andre brugere i rummet, samt om nogle af opstillingerne er ude af drift, hvilket meget vel kunne påvirke gruppens brug af rummet. For at sikre et rigt, kalejdoskopisk blik på brugernes aktiviteter har jeg suppleret nogle observationer med noter, fotos, video- eller lydoptagelser, samt med ustrukturerede, opklarende interviews. Til brug i de tilfælde, hvor en observation er suppleret med andre typer feltdata, findes et afkrydsningsfelt nederst på observationsskemaets forside.

Jeg skelner imellem to typer observation: Direkte og indirekte observation. Direkte observation er den type af observation, hvor jeg har observeret brugere og noteret mine observationer i observationsskemaet in situ. Indirekte observation er observation gennem videooptagelse. Jeg har anvendt begge dele.

Langt størstedelen af mine observationer er direkte observationer, men jeg har fået nogle brugeres tilladelse til at foretage videooptagelse af deres brug. En fordel ved indirekte observation er naturligvis, at jeg ved at kunne se den samme sekvens igen og igen har haft muligheden for at registrere alle detaljer i gruppernes ofte hurtige ordvekslinger og tryk på interfaces. Samtidig er videodata en form for naturlige data,

som giver mulighed for uendelige omkodninger og omfortolkninger i modsætning til observationsnoter, som bliver prækodet i situationen. Som Silverman formulerer det: "Obviously, in making fieldnotes, one is not simply recording data but also analysing them. The categories you use will inevitably be theoretically saturated – whether or not you realize it!" (Silverman, 2010, s. 210)

En ulempe ved indirekte observation er dog, at ens tilstedeværelse med et kamera let kan blive en unaturlig situation, som især kan hæmme brugernes mere spontane og lystbetonede indfald. Samtidig vil jeg i forlængelse af Silvermans pointe om, at alle feltnoter automatisk bliver analyseret, hævde, at denne mangel på analyse og prækodning også kan være en svaghed ved indirekte observation, idet muligheden for at filtrere og foretage en prækodning in situ faktisk kan være med til fokusere ens studie. Dette er, som jeg vil vende tilbage til, en af grundene til, at jeg kun har anvendt indirekte observation i begrænset omfang.

Jeg har dog været i stand til også at bruge en stor del af brugernes egne produktioner som en slags indirekte observation. Fordi kameraet i opstillingerne optager, så snart brugerne har trykket på "den røde knap" for at starte, er produktionerne i sig selv en yderligere dokumentation af brugernes proces. Da en relativ stor del af brugernes tid i MedieMixeren faktisk går med produktion, giver dette en ekstra mulighed for at analysere processer. Som jeg kommer ind på i forbindelse med indholdsanalyse af produktioner, er der dog både fordele og ulemper ved denne metode.

Praktisk udførelse

I forbindelse med forskerens position skriver Schrøder et al.: "No media ethnographer entertains any ideas about being an objective, uninvolved, fly-on-the-wall observer" (Schrøder et al., 2003, s. 77). Jeg gør mig heller ikke sådanne forestillinger. Der er imidlertid stor forskel på, hvordan man positionerer sig i felten, og på trods af, at jeg ikke ønsker at være en flue på væggen, så har jeg i hvert fald forsøgt at undgå at blive en aktiv medspiller eller et særligt fokus- eller distraktionsobjekt for brugerne.

MedieMixeren udgjorde her et nærmest ideelt rum, idet det er et offentligt tilgængeligt sted, hvor både museets ansatte og brugere bevæger sig rundt, sidder og frem for alt kigger og udviser interesse og nysgerrighed. Samtidig er rummet designet åbent og med henblik på at brugere kan observere hinanden: Studieopstillingerne er bygget bag store glaspartier, og brugere kan følge med i produktionsprocesser ved at kigge gennem glaspartierne eller følge med via skærme og højttalere uden for opstillingerne. Dette medfører, at jeg har kunnet foretage mine observationer svarende til den måde, hvorpå brugere observerer hinanden.

I den forbindelse er det vigtigste for mig ikke, at brugerne ikke har bemærket mig. Jeg kan heller ikke afvise, at nogle brugere kan have bemærket, at jeg var særligt nysgerrig eller at jeg skrev på papirer i en mappe. Det vigtigste for mig er, at

positionen svarende til en brugers position gav mig muligheden for en god balance mellem det deltagende og det observerende. Schrøder et al. (2003) definerer det deltagende som involvering og immersion i det, der foregår, mens det observerende handler om distance, ro og refleksion omkring det, der foregår. Begge dele er på samme tid deskriptivt og analyserende, og jeg mener, at disse aktiviteter hverken kan eller bør adskilles. Tværtimod er det op til en forsker at finde den bedste måde at afbalancere dette konglomerat af deltagelse og observation.

I mine observationer har jeg primært siddet enten på gangen, hvor der er stole, foran indgangen til MedieMixer-rummet eller inde i selve MedieMixeren på en sofa eller på en af de stole, der er ved Internetstanderen eller Mixerpulten (se oversigt over rummet i appendiks B og C). Disse positioner gav mig forskellige udsyn, hvorfra jeg kunne overskue hele MedieMixeren. Som efterhånden jeg lærte brugernes mønstre at kende, fandt jeg helt naturligt steder og ruter, som var særligt hensigtsmæssige til observation.

Observationerne af en gruppe startede, enten når brugerne begyndte at oprette en brugerprofil uden for MedieMixeren, eller når brugerne trådte ind ad døren til MedieMixeren. Dette afhang af de konkrete omstændigheder, hvor jeg ikke altid nåede at se en gruppe oprette brugerprofil, hvis jeg var i færd med en observation inde i MedieMixer-rummet. Observationerne sluttede idet bruger forlod MedieMixer-rummet. Når en gruppe producerede i Chromakeystudiet, Lydboxen eller Den Varme Stol, bevægede jeg mig hen til studieopstillingen, hvor jeg også med tiden fandt nogle placeringer, som gav godt udsyn, samtidig med at de ikke var alt for påtrængende.

I de få tilfælde, hvor brugere kiggede mod mig gentagne gange, eller på anden måde virkede undrende eller opsøgende, præsenterede jeg mig selv og udførte et kort ustruktureret interview om de aktiviteter, de netop var i færd med. Nogle brugere påbegyndte selv uopfordret en samtale, og også her gav jeg mig til kende, men lod som udgangspunkt brugerne selv styre samtalen og fortælle, hvad de havde på hjerte. Derudover etablerede jeg kontakt til grupper, hvis gruppen havde gjort noget, jeg var i tvivl om (f.eks. at de forlod en opstilling grundet en fejl eller af en anden årsag). For ikke at forstyrre gruppernes aktiviteter unødigt undlod jeg at etablere kontakt til grupper, som kun havde været kort tid i MedieMixeren, og hvis det var muligt, ventede jeg til gruppen enten havde prøvet en eller to opstillinger, eller til gruppen simpelthen var på vej ud af rummet.

Observationsskemaet med de forskellige mediedimensioner var nyttigt til at starte med, men som mine observationer skred frem oplevede jeg, at jeg havde større behov for at foretage korte enkeltobservationer end brede og fyldige observationer. Mine senere observationer er således mere selektive og fokuserede end de første, og rent praktisk gik jeg fra at bruge store observationsskemaer til en simpel notesbog. Denne bevægelse fra det mere eksplorative til det mere fokuserede skete i takt med, at jeg dels lærte brugernes mønstre bedre at kende og dels, at mine analytiske kategorier formede og transformerede sig undervejs.

På samme måde skete der et skift i min brug af indirekte observation. I de første faser fandt jeg brugen af videooptagelse nyttig, men efterhånden som jeg kunne genkende mønstre og temaer, havde jeg mindre behov for de lange sekvenser og større behov for at kunne skifte opmærksomhed hurtigt – noget som blev umuliggjort af tilstedeværelsen af et kamera. Selv om brugere, som accepterede at jeg optog video, hurtigt "glemte" kameraet, var gevinsten ved de rige naturlige data simpelthen ikke prisen værd i længden. De direkte observationer kunne langt smidigere indfange de fænomener, jeg søgte, og den indbyggede fortolkning, filtrering og kodning i disse ser jeg som en styrke, der afspejler det deltagende i deltagerobservation.

Kodning og analyse af observationer

I bilagsmaterialet er en samlet kodebog, hvor mine kodekategorier anvendt i både observationer og interviews er forklaret. Jeg skelner overordnet set mellem a priori-koder, a posteriori-koder og praktiske koder. A priori-koder er ikke, som navnet antyder, koder, som er opstået før jeg begyndte at observere i MedieMixeren. Men det er koder, som grundlæggende udspringer af teorien og ikke i mine konkrete erfaringer og brugerdata. A posteriori-koderne udspringer derimod direkte af data via tematisk analyse af interviewdata. De praktiske koder er blot simple forkortelser.

I mine observationsnoter har jeg brugt en blanding af almindeligt sprog og koder. I de tidligste observationer var koderne endnu ikke opstået, men i de seneste observationer har jeg undervejs forsøgt at relatere mine observationer til kodekategorierne som en bevidst konsekvens af, at "in making fieldnotes, one is not simply recording data but also analysing them" (Silverman, 2010, s. 210). Ofte har jeg også foretaget observationer, som jeg fandt væsentlige, men som ikke relaterede sig direkte til en kodekategori. Sådanne observationer har givet anledning til overvejelser om, hvorvidt der skulle tilføjes ekstra kategorier, eller om de eksisterende kategorier skulle modificeres. I de fleste tilfælde har der dog været tale om enten enkeltstående perifere observationer eller om meget praktiske observationer vedrørende ruter og mønstre.

I dataanalysen har jeg forsøgt at kode mine observationer efter kodebogen, hvilket giver sammenlignelighed med mine interviewdata, hvor jeg anvender de samme koder.

Interviews

Jeg har foretaget to typer af interviews: Ustrukturerede interviews og semistrukturerede interviews.

De ustrukturerede interviews er foretaget i forbindelse med mine observationer. Formålet med disse er dels eksplorativt og dels opklarende: Nogle interviews udvider min forståelse af brugernes aktiviteter og kategorier. Disse er præget af, at brugerne fortæller. Andre interviews er indsnævrende. Disse er præget af, at jeg

spørger ind til meget specifikke handlinger og refleksioner. Begge dele hænger sammen med konkrete observationer af brugerne, og begge dele kan være alt lige fra et enkelt spørgsmål til flere minutters interview. I de fleste tilfælde har det været tilstrækkeligt at tage noter, men i forbindelse med mere detaljerede udredninger har jeg i enkelte tilfælde anvendt diktafon.

De semistrukturerede brugerinterviews tager ligeledes udgangspunkt i observationer, men både observationer og interview er her sat på mere fast form og er væsentligt fyldigere. Interviewguiden til de semistrukturerede brugerinterviews kan ses i bilagsmaterialet. De grupper, som jeg betragter som kerneinformanter, har været gennem to samlinger: Først har jeg udvalgt dem i MedieMixeren, og dernæst har jeg udvalgt dem i dataanalysen. Udvælgelsen af en gruppe i MedieMixeren er foretaget på baggrund af følgende kriterier:

- Gruppen skønnes at bestå af 13-23-årige brugere
- Gruppen skal kunne følges, fra de træder ind i MedieMixeren, til de forlader rummet
- Undervejs skal det være muligt at få rige og detaljerede observationer
- Gruppen skal som minimum gå gennem rummet og tilbage igen, og undervejs skal de undersøge eller bruge mindst én opstilling
- Gruppen skal være villig – og have tid – til at blive interviewet.

Udvælgelsen af grupper som kerneinformanter i dataanalysen er foretaget på baggrund af følgende kriterier:

- Grupperne skal rent faktisk bestå af 13-23-årige
- Udvalget af grupper skal dække de almindelige gruppestørrelser på to, tre og fire medlemmer
- Der skal være omtrent lige mange drenge og piger i mængden af grupper
- Tosprogede unge skal være repræsenteret
- Der skal være forskellige typer af grupper (skolegruppe, familiegruppe, vennegruppe)
- Samtlige opstillinger skal være anvendt af mindst to af grupperne
- Jeg skal opleve mættethed i mine interviewdata.

Dette har medført udvælgelse af følgende grupper som gennemgående kerneinformanter:

<p>Gruppe 1: Anne(21 år) og Berit (15 år)</p> <p>To søstre for hvem besøget i MedieMixeren var en familieudflugt.</p>	<p>Gruppe 4: Jens (17 år) og Kasper (18 år)</p> <p>To venner, som besøgte museet som led i en tradition med at opleve nye seværdigheder sammen.</p>
<p>Gruppe 2: Cecilie (23 år), Dorthé (21 år) og Eva (23 år)</p> <p>Tre veninder, som besøgte museet i forbindelse med fejringen af Dorthés fødselsdag. Pigerne var del af en gruppe på fem, som splittede sig op i to grupper af hhv. tre og to medlemmer.</p>	<p>Gruppe 5: Lars (19 år), Morten (20 år) og Niels (19 år)</p> <p>Tre venner, som besøgte museet spontant ”fordi det var gratis”.</p>
<p>Gruppe 3: Fatima (16 år), Gita (16 år), Hannah (17 år) og Inez (16 år)</p> <p>Fire tosprogede skolelever, som var i MedieMixeren i forbindelse med et af formidlingscentrets skoleforløb.</p>	<p>Gruppe 6: Ole (18 år), Peter (17 år), Rasmus (18 år) og Søren (21 år)</p> <p>Fire elever fra en produktionsskole, som besøgte museet med klassen i et frit forløb for at få inspiration til en udstilling på skolen.</p>

For kerneinformanternes vedkommende er varigheden af de semistrukturerede interviews mellem 14 og 32 minutter, og min erfaring fra MedieMixeren viser, at det er vanskeligt at kræve mere tid end dette. Grupperne er blevet interviewet umiddelbart i forlængelse af deres besøg i MedieMixeren, hvilket sætter en begrænsning på, hvor lange interviews, jeg har kunnet udføre. Men fordelene ved at interviewe brugerne i forbindelse med besøget har dels været, at jeg har kunnet interviewe grupperne samlet, at de har besøget frisk i erindringen, samt at både de og jeg har kunnet pege og referere til de konkrete opstillinger og indhold i MedieMixeren. De semistrukturerede interviews er udført i biblioteket bag det centrale MedieMixer-rum, og herfra har man udsyn til det meste af rummet, samtidig med at det er mere roligt end resten af MedieMixeren. Jeg har oplevet processen som en balancegang mellem at kontakte grupperne tidligt i forløbet med risiko for at de vil forkorte forløbet og at kontakte dem så sent, at de allerede er ved at forlade museet. Længden på de semistrukturerede interviews er således baseret på et rent praktisk kompromis (se transskriptioner af disse interviews i bilagsmaterialet).

Foruden ustrukturerede og semistrukturerede interviews med brugerne har jeg også udført interviews med to af MedieMixerens mest erfarne museumsværter. Begge interviews er ligesom mine brugerinterviews udført i MedieMixerens bibliotek – dog

udenfor åbningstid – og de har hver en varighed på omtrent 20 minutter. Disse interviews skal ses som en mere struktureret parallel til de mange ustrukturerede samtaler og interviews, jeg løbende har ført med værterne.

Slutteligt har jeg interviewet MedieMixerens projektleder med henblik på at indfange hans og museets overordnede refleksioner efter et års drift og brug. Der var en metodisk udfordring i dette interview, idet jeg har samarbejdet meget nært med projektlederen – også om evalueringer af MedieMixeren – hvorved interviewet let kunne blive en gentagelse af de opfattelser, vi deler. En ofte anvendt løsning på dette problem er at bede en anden forsker udføre interviewet. Men da jeg var interesseret i projektlederens velovervejede refleksioner og ikke hans umiddelbare formuleringer, anvendte jeg en anden metode til at skabe distance. Dette interview er således udført som et skriftligt interview, hvor spørgsmål, svar og opfølgende spørgsmål er sendt frem og tilbage via email. Derved havde både informanten og jeg god tid til at tænke over vores formuleringer og ordvalg, hvilket skabte et nyt og mere formelt rum, end det kunne opnås ved et interview ansigt-til-ansigt.

Kodning og analyse af interviews

Uformelle interviews i forbindelse med observationer er kodet og sammenkoblet med de pågældende observationer. De fleste af disse interviews har karakter af brugernes egne uddybninger af det observerede og er derfor ikke behandlet særskilt.

De semiformelle brugerinterviews er derimod kodet særskilt fra de tilhørende observationer. Koderne er forklaret i kodebogen, som kan ses i bilagsmaterialet. Kodeprocessen var dobbeltstregen: På den ene side tog den udgangspunkt i de teoretiske a priori-koder, og på den anden side var det en åben, tematisk kodning, hvorigennem de anførte a posteriori-koder blev dannet. Sidstnævnte er en iterativ proces, hvor koderne emergerer via en række mellemtrin, hvor koder ændres, tilføjes og fjernes. Særligt det sidste trin kan bedst beskrives som et abduktivt trin, som involverer sensitivitet over for både data og kontekst. Jeg har ønsket at holde a posteriori-koderne så tæt på brugernes egne kategorier som muligt, altså med et *emic*-perspektiv i modsætning til a priori-kodernes *etic*-perspektiv.

Kvantitativ analyse af brug

Den kvantitative analyse af brugen af MedieMixeren tager udgangspunkt i mængden af brugerprofiler og brugerproduktioner i MedieMixerens første år, altså perioden 20. august 2010 – 20. august 2011.

Brugerprofiler samt referencer til brugerproduktioner lagres på MedieMixerens databaseserver. Herfra har jeg foretaget et udtræk, som dækker ovenstående periode.

Følgende oplysninger er registreret i datasættet for brugere:

Felt(er)	Type	Ophav	Kommentar
BrugerID	Heltal	Autogenereret	
Kortets ID	Heltal	Autogenereret	
For- og efternavn	Streng	Indtastet af bruger	
Email-adresse	Streng	Indtastet af bruger	
Telefonnummer	Streng	Indtastet af bruger	
Kodeord	Streng	Indtastet af bruger	Krypteret
Hemmeligt spørgsmål og svar	Streng	Indtastet af bruger	
Profilbillede	Binær	Indtastet af bruger	
Fødselsdato	Tid	Indtastet af bruger	
Oprettelsestidspunkt	Tid	Autogenereret	

Følgende oplysninger er registreret i datasættet for brugerproduktioner:

Felt(er)	Type	Ophav	Kommentar
Opstillingens ID	Heltal	Autogenereret	
BrugerID	Heltal	Autogenereret	
Produktionstidspunkt	Tid	Autogenereret	
Filnavn	Streng	Autogenereret	
Filtype	Streng	Autogenereret	Lyd el. video
Produktionens ID	Heltal	Autogenereret	
Varighed	Heltal	Autogenereret	Sekunder
Delingsstatus	Boolesk	Brugervalgt	
Antal visninger	Heltal	Autogenereret	
Antal thumbs up	Heltal	Autogenereret	

De rå datasæt for udtrækket dækkede perioden 25. juni 2010 – 2. september 2011. Datasættet for brugerproduktioner indeholdt 8507 poster, mens datasættet for brugerprofiler indholdt 2562 poster.

Disse to datasæt har jeg kombineret til et samlet datasæt, som jeg dels har rensset og dels udvidet med nye data beregnet på baggrund af de oprindelige data.

I rensningen af data har jeg frafiltreret følgende:

- Alle profiler og produktioner oprettet før 20. august 2010 eller efter 20. august 2011
- Alle profiler og produktioner tilhørende brugere yngre end 13 år eller ældre end 23 år

- Alle profiler og produktioner tilhørende testprofiler (mine, udviklernes og museets medarbejderes)
- Alle profiler og produktioner tilhørende museumsværterne

I udvidelsen af datasættet har jeg gjort følgende:

- Beregnet brugerens alder ved oprettelsen af brugerprofilen
- Tilføjet køn på brugerne baseret på brugerens fornavn
- Knyttet brugerproduktioner til den rette bruger
- Markeret alle grøn-optagelser fra ChromaKey-studiet (grundet det forhold at én produktion fra ChromaKey-studiet genererer to filer: en grøn-optagelse og en key'et optagelse)
- Optalt hver brugers antal af produktioner og delinger fra de enkelte opstillinger
- Inddelt brugerne i grupperne 13-14-årige, 15-16-årige, 17-18-årige, 19-20-årige, 21-22-årige og 23-årige (svarende til grupperne i DREAM-undersøgelsen *Unges Medie- og Museumsbrug* (Kobbernagel, Schrøder, & Drotner, 2011))

Dette har alt i alt resulteret i et datasæt, hvor samtlige registrerede brugere i alderen 13-23 år fremstår med samtlige produktioner over en periode på 1 år. Det rensede datasæt rummer 1190 brugere og 2374 produktioner. Datasættet kan bruges i besvarelse af spørgsmål om, hvad og hvor meget brugerne producerer, samt om eventuelle sammenhænge mellem produktion, deling, køn og alder.

I min analyse af datasættet har jeg anvendt tre statistiske metoder:

- Gennemsnit (herunder standardafvigelse og varianskoefficient)
- Hypotesetests (i form af T-test)
- Korrelationstests (i form af Pearsons korrelationstest).

Der er altså tale om forholdsvis simpel statistisk analyse. Jeg har analyseret ud fra et 95 % konfidensinterval, svarende til standarden i samfundsvidenskaberne. De primære statistiske resultater er vedhæftet i bilagsmaterialet.

Brugerproduktioner og indholdsanalyse

Jeg har indsamlet samtlige publicerede brugerproduktioner for MedieMixerens første år. Ud af de 2374 produktioner registreret på profiler tilhørende brugere i aldersgruppen 13-23 år er i alt 245 produktioner blevet delt af brugerne.

Der er både praktiske, metodiske og etiske årsager til at jeg har analyseret indholdet af de delte produktioner og ikke indholdet af de ikke-delte produktioner. Rent praktisk ville det tage 100-200 timer blot at gennemse materialet, og med kodning og eventuelle ekstra gennemsyn ville dette arbejde hurtigt tage flere måneder. Men metodisk ville det også være problematisk. Nogle af produktionerne er præget af

tekniske fejl, som gør det vanskeligt at se, hvad der er foregået, mens andre produktioner fra brugernes side er ment som tests forud for en endelig produktion. Dette ville gøre det væsentligt vanskeligere at kategorisere indholdet i de ikke-delte produktioner, og der ville skulle træffes nogle svære metodiske valg. Endelig er der, som jeg uddyber senere, også etiske problemer forbundet med at analysere indholdet af ikke-delte produktioner, da det kunne være af privat karakter.

De 245 delte produktioner er derimod delt via brugernes aktive tilvalg. De kan stadig være præget af fejl, men i de tilfælde tolker jeg publiceringen som en godkendelse fra brugernes side om, at produktionens indhold afspejler brugernes hensigter.

Da 243 af de 245 produktioner er uredigerede "råoptagelser", er min analyse overvejende procesorienteret, og jeg analyserer brugernes proces ud fra spørgsmål om hvor mange brugere, der deltager, om de bidrager med komplementære eller overlappende bidrag, om de taler sammen undervejs, om indholdet er ontopic el. offtopic etc.

Alle de anvendte koder og kriterierne for disse er forklaret i kodebogen.

For at sikre interkoder-reliabilitet har jeg lavet stikprøver af hos en anden koder (et familiemedlem). Da de delte produktioner drejer sig om næsten 10 timers råmateriale, har det ikke været praktisk eller økonomisk muligt at hyre eksterne kodere til at kode hele materialet. Stikprøverne viste imidlertid, at tolkningen og anvendelsen af kodekategorierne stemte overens.

Der er den indbyggede ulempe i brugen af produktionerne til at analysere produktionsproces, at der naturligvis mangler alle dele af processen, som måtte ligge før eller efter optagelsen, samt at det er umuligt at vide, om gruppen er større end de personer, som deltager i optagelsen. Disse spørgsmål må således belyses gennem det indsamlede observations- og interviewdata.

I forbindelse med kodningen af brugerproduktioner har jeg også foretaget en vurdering af produktionerne set som kreative produkter. Kaufman & Beghetto foreslår, at lille-c-kreativitet kan vurderes ved hjælp af følgende metoder: "Teacher/parents/peer ratings, psychometric tests (e.g., Torrance tests,) consensual assessment" (Kaufman & Beghetto, 2009, s. 8). Torrance tests og lignende psykometriske tests forsøger at måle en persons evne til at tænke divergent og herigennem kreativt. Da mit fokus er på kreative produkter og ikke personer, er sådanne tests således irrelevante. De andre nævnte tests benytter sig af autoriteters vurderinger af et produkt. Disse autoriteter kan, som Kaufman & Beghetto nævner, være lærere, forældre eller andre relevante parter, ligesom det kan være en gruppe domænekendte eksperter i Teresa Amabiles Consensual Assessment Technique (CAT). Inden for kreativitetsforskningen er CAT meget anerkendt, selv om teknikken kort fortalt blot indebærer, at en gruppe eksperter vurderer en række produkter ud fra deres kendskab til domænet. Kreativitetsforskeren John Baer skriver om teknikken: "The CAT is certainly not perfect (neither, one could argue, are the

judgements of Nobel Prize Committees!), but it is perhaps the best available method to assess real-world creativity” (Baer, 2010). Når man ønsker at vurdere kreative produkter inden for et domæne, kan man ikke undgå, at nogen skal foretage denne vurdering. Der findes simpelthen ingen relevante måleværktøjer.

I CAT nedsættes en gruppe af domænekendte eksperter, og for at vurdere kreativiteten i MedieMixerens brugergenererede indhold ville det ligeledes være formålstjenstligt med en sådan gruppe evaluatore. Jeg har imidlertid udført vurderingen alene. Dette skyldes, at de eneste personer, udover mig selv, som har indgående kendskab til de unikke produktionsmæssige muligheder og udfordringer i MedieMixeren, er museumsværterne. Disse ansatte har det ikke været praktisk eller økonomisk muligt at hyre og instruere i, hvordan de skulle gennemse og vurdere de knap 10 timers delte brugerproduktioner. Det ville være en meget ressourcekrævende proces, som formentlig ikke ville give væsentligt anderledes resultater, end de vurderinger, jeg selv har foretaget. Med forbehold for, at jeg kan have overset kreative elementer, som en større gruppe domænekendte eksperter ville se, har jeg således selv analyseret og vurderet produktionerne som kreative produkter. Dette skal ses som et supplement til den mere stringente indholdsanalyse, og jeg vil i analyseafsnittet komme nærmere ind på, hvad der gør, at jeg vurderer nogle produktioner som kreative.

Andre datakilder

Foruden observation, interviews, kvantitativ analyse af brug og indholdsanalyse af produktioner har jeg også anvendt flere andre datakilder.

En væsentlig datakilde er brugernes indlæg i opstillingen Ordet er Frit. Her har jeg fokuseret på de digitale bidrag på bloggen, men jeg har sammenholdt disse med de andre indlæg skrevet på tavler, på huskesedler, på skrivemaskinen og indtalt på telefonen. Årsagen til det særlige fokus på blogindlæggene er, at de i modsætning til de øvrige indlæg er blivende. Tavlerne viskes jævnligt rene, beskeder skubbes ud af rotationen, og sedler bliver fjernet løbende.

Analytisk set betragter jeg indlæggene som små produktioner, og jeg ville finde det problematisk at ignorere en vigtig opstilling i det forholdsvis lille MedieMixer-rum. Omvendt er det umuligt at indsamle data fra opstillingen over et år grundet de ovennævnte forhold. Derfor har jeg undervejs taget nogle ”øjebliksbilleder” af opstillingen og analyseret opstillingens diskursive landskab. Den mest grundige af disse analyser er foretaget på baggrund af det første og mest kommenterede af de skiftende temaer i opstillingen. Denne analyse blev udfærdiget i samarbejde med MedieMixerens projektleder og udgivet i en antologi (Mortensen & Vestergaard, 2011).

Foruden disse data har jeg indsamlet en række dokumenter. Jeg har bl.a. indsamlet fejlrapporter, visionspapirer, skitser, besøgstal og referater fra MedieMixerens

projektgruppemøder. Derudover har jeg taget fotos af rummet og af opstillinger, ligesom jeg har udfærdiget skitser over brugernes bevægelsesmønstre i rummet. Disse data har jeg betragtet som ressourcer, jeg kunne bruge i det omfang, der blev behov for det, og jeg har ikke foretaget nogen systematiske analyser af disse.

Forskningsetik

I ethvert forskningsprojekt som involverer brugere, må man overveje, hvordan disse brugeres rettigheder beskyttes bedst muligt. Som deltager i et forskningsprojekt gør man sig ofte sårbar, og i nærværende projekt har det været mig magtpåliggende at respektere brugerne og være opmærksom på eventuelle sårbarheder.

Det er klart, at der er store individuelle forskelle fra projekt til projekt og fra fag til fag. Hvor der i medicinske projekter kan være helbredsrisici for deltagere, kan der i nærværende projekt snarere være risiko for brugernes privatliv og ejerskab af produktioner.

Silverman (2010) opsummerer fem overordnede principper, som nyder generel anerkendelse på tværs af fag, projekter og landegrænser:

- Frivillig deltagelse og ret til at trække sig ud af projektet
- Beskyttelse af deltagere
- Vurdering af potentielle fordele og risici for deltagere
- Opnåelse af "informed consent", altså indforståethed på baggrund af relevant information
- Ikke at forrette skade.

Til sammenligning anvender Schrøder et al. (2003) fire etiske principper for medieetnografiske projekter:

- Ikke at forrette skade (*non-maleficence*)
- At skabe værdi for deltagerne (*beneficence*)
- Autonomi eller selvbestemmelse (*autonomy or self-determination*)
- Retfærdig; at behandle folk rimeligt og ens (*justice*)

I det store hele er disse principper ens og fokuserer på beskyttelse og respekt af deltagere. Schrøder et al. har dog den tilføjelse, at projektet skal søge at: "Produce benefits for informants rather than research for the sake of research" (Schrøder et al., 2003, s. 99). Dette er, hvad jeg kalder "forsøgsdyrs-problematikken": Mennesker er ikke forsøgsdyr, og selv om den enkelte deltager måske ikke mærker en direkte fordel ved at deltage i forskningsprojektet, skal den gruppe eller det samfund, som individet tilhører, nyde fordel af projektet. I nærværende projekt søger jeg at kortlægge unges brug af et bestemt museumsrum, og som tidligere nævnt er det overordnede mål med disse indsigter ikke blot at bidrage til at forbedre det konkrete museumsrum, men også at bidrage med generaliserbar viden og begreber, som

fremadrettet kan anvendes inden for museumsforskningen såvel som i andre museers design af lignende tilbud til unge brugere. Således søger projektet at skabe værdi både for museet og for unge brugere.

Helt overordnet er mine data baseret på bidrag fra to grupper af informanter: Dem, jeg har talt med, og dem jeg ikke har talt med. I mangel af bedre terminologi benævner jeg dem *aktive* informanter og *passive* informanter.

Ud fra en vurdering af risici i nærværende projekt har jeg omsat Silvermans og Schrøder et al.'s principper til følgende konkrete principper for mit projekt:

- Frivillig deltagelse for aktive informanter og ubetinget mulighed for at trække sig ud
- Skriftlig og mundtlig information til alle informanter, som bliver optaget med lyd eller video og skriftlig accept af deltagelse fra alle kerneinformanter
- Fuld anonymitet for alle informanter med undtagelse af informanter, som delvist har fravalgt den ved at give skriftlig tilladelse til eksempel afspilning af lyd- og videomateriale ved videnskabelige konferencer
- Tydelig oplysning til alle brugere, når der finder videooptagelse sted i MedieMixeren
- Fuld synlighed af kameraet, når jeg bruger det
- Respekt af ikke-delning af produktioner.

De *aktive* informanter rummer de brugere og museumsmedarbejdere, jeg har interviewet. Her har jeg haft mulighed for at forklare dem om forskningsprojektet og få deres mundtlige og/eller skriftlige accept af deltagelse.

For alle brugere i de grupper, som er blevet observeret og efterfølgende interviewet, har jeg krævet skriftlig accept af deres deltagelse. Inden denne accept har jeg mundtligt informeret dem om forskningsprojektet samt udleveret et informationsark, hvor det bl.a. fremgår, at man til enhver tid kan kontakte mig for at annullere sin deltagelse. For brugere, jeg kun har talt kortvarigt med, samt for museumsmedarbejderne har jeg blot mundtligt spurgt, om jeg måtte stille dem nogle spørgsmål.

De *passive* informanter er de brugere, jeg har observeret uden opfølgende ustrukturerede interviews, samt de brugere, der har skabt produktioner, som indgår i mine undersøgelser. De passive informanter fra observationsstudierne har jeg forsøgt at respektere ved ikke at tage eller fremvise fotos af enkeltpersoner, ligesom jeg som nævnt i forbindelse med min observationsteknik har forsøgt ikke at virke påtrængende, hemmelighedsfuld eller snagende.

Med hensyn til brugernes produktioner har jeg kun studeret indholdet af de produktioner, som er blevet delt af brugerne selv. Dette har ikke kun analytisk-metodiske årsager men skyldes også etiske overvejelser. Produktioner, som ikke er delt, kan i princippet være produktioner, som brugerne af den ene eller anden årsag

har fortrudt, ligesom der kan være brugere, som slet ikke har forstået, at produktionerne rent faktisk lagres i længere tid. Da brugerne ikke bliver oplyst om, at deres produktioner lagres i længere tid og kan blive studeret af en tredjepart, har jeg således valgt at undlade at studere mediefilerne nærmere. I få tilfælde har jeg åbnet mediefiler for at orientere mig kort om filens karakter (eksempelvis for at afgøre, om en fil var behæftet med tekniske fejl), men jeg har undladt at gennemse filen. I stedet har jeg set bort fra filernes konkrete indhold og betragtet dem som filer af en bestemt type, varighed osv.

Man kunne argumentere for, at produktionerne er blevet til i et offentligt rum, hvor enhver kan se og høre produktionen, og at indholdet derfor ikke er privat. Men i realiteten besøges MedieMixeren ofte kun af en enkelt gruppe ad gangen, hvilket kan skabe en oplevelse af privathed. Ligeledes kan Lydboxens lydisolering fremstå som en garanti for, at alt, hvad der siges inde i boksen, er privat. Derfor er den eneste måde, hvorpå jeg kan respektere brugernes privathed at nøjes med at studere indholdet af produktioner, som er blevet delt af brugerne selv.

I forbindelse med mit udtræk af brugerdata fra databasen er jeg kommet i besiddelse af brugernes indtastede navne og email-adresser. Også her vægter jeg brugernes privathed tungt, og jeg har kun anvendt brugernes navn til at kønsbestemme brugerprofilerne, hvorefter jeg hverken anvender eller udleverer disse personlige data.

Med hensyn til de brugere af MedieMixeren, som ikke har været informanter (f.eks. fordi de falder uden for aldersgruppen 13-23 år) har mit ansvar bestået i ikke at være til gene for deres besøg i MedieMixeren. Tilstedeværelsen af et videokamera kan være generende, selv i et rum med adskillige kameraer i opstillingerne, så det bedste, jeg har kunnet gøre, var at gemme kameraet væk, når jeg ikke benyttede det og sørge for, at der hang et informationsskilt på indgangen til MedieMixeren i de perioder, hvor jeg foretog videooptagelse.

Slutteligt har jeg naturligvis overvejet mit ansvar over for museet som samarbejdspartner, og her gælder i mine øjne de samme etiske principper om frivillighed, indforståethed, beskyttelse og skabelse af værdi. Dette indebærer naturligvis ikke, at museet og museets udstillinger ikke kan problematiseres, for problematisering er dækket af museets frivillighed og indforståethed med projektet. Det indebærer imidlertid, at museet ikke skal opleve, at man som forsker har ukendte og potentielt undergravende dagsordener, hvilket sikres gennem åbenhed.

Som deltager i projektgruppen bag MedieMixeren har jeg haft ansvar for at levere forskellige produkter undervejs, lige fra budgetter til en fuld implementering af Lydboxens software. Ligesom jeg på nogle punkter har en del af brugernes private informationer i mine hænder, har jeg i den forbindelse haft en del af museets økonomi og renommé i mine hænder. En af mine vigtigste etiske opgaver over for museet har været at varetage dette ansvar professionelt ved at levere de lovede

produkter til tiden og i en tilfredsstillende udformning. I forlængelse af dette har jeg også forsøgt ikke at misrepræsentere museet, når jeg har talt om MedieMixeren i offentligheden. Man kan ikke forvente, at der bliver skelnet mellem museets egne ansatte og en samarbejdspartner, så når jeg har talt om MedieMixer-projektet, har jeg lagt vægt på at gøre det i en konstruktiv og respektfuld tone, som museet ville kunne genkende og acceptere.

Baggrund

Om Mediemuseet

Mediemuseet (tidl. Danmarks Mediemuseum) er et "statsanerkendt museum, der som særligt speciale har de trykte og elektroniske mediers historie i Danmark" (<http://www.brandts.dk>).

Museet har til huse på tredje etage i Brandts Klædefabriks gamle produktionsbygning i Odense. Første og anden etage bebos af Kunsthallen Brandts og Museet for Fotokunst, med hvem der er en fælles administration og billetsalg. Sammen udgør de kulturhuset Brandts.

I 1989 fusionerede Danmarks Grafiske Museum og Dansk Pressemuseum og blev det følgende år statsanerkendt som Danmarks Grafiske Museum/ Dansk Pressemuseum. I 1991 kunne det nye museum åbne en grafisk og pressehistorisk udstilling i Odense. Museet satte dog en ny kurs i 2000, hvor museets forsknings- og formidlingsområde blev udvidet til også at omfatte de elektroniske medier. Dette resulterede i transformationen til Danmarks Mediemuseum i 2003. Første store skridt mod en formidling af elektroniske medier var etableringen i 2006 af et Tv-studie, hvor især skoleklasser kan deltage i produktionsforløb, hvor brugerne producerer egne Tv-nyheder på professionelt udstyr. Næste store skridt var etableringen af et medieoplevelsescenter baseret på digitale medier, hvilket resulterede i MedieMixeren, der kunne åbne 20. august 2010. Herefter påbegyndte Mediemuseet en længe planlagt fornyelse af museets såkaldte basisudstilling, der omhandler dansk mediehistorie fra middelalderen frem til i dag.

I skrivende stund fremstår det fysiske mediemuseum som tre rum: MedieMixeren, som er godt 300 m², basisudstillingen (som rummer Tv-studiet) på ca. 1.000 m², samt et lille rum til skiftende særudstillinger på 90 m². Alle rummene har indgang via en fælles trappeopgang.

Museets akademiske stab består af museets direktør, to museumsinspektører samt en akademisk medarbejder. I tilknytning til museumsbygningen er desuden et formidlingscenter, hvor en af formidlerne er særligt tilknyttet Mediemuseet. Derudover har museet 15 medarbejdere i funktioner inden for registrering, IT og drift. Blandt disse medarbejdere er en række museumsværter, og i museets åbningstid er der altid én museumsvært til stede. For brugere, som ikke deltager i et særligt formidlingsforløb på museet, er der alene kontakt til denne vært.

Realiseringen af MedieMixeren

Idéen til MedieMixeren (opr. Projekt MedieCenter) udspringer af museets transformation til Danmarks Mediemuseum i 2003. I de følgende år udviklede museet nogle mere konkrete planer, og i 2007 var planerne så konkrete, at museet

kunne indgå i et samarbejde med Syddansk Universitet, Roskilde Universitet og en række museer om empirisk forskning i, og konkret design af, oplevelsesorienterede, brugerdrevne tjenester (forskningskonsortiet DREAM). Her var intentionen, at der i 2009 ville være etableret et "media lab", og intentionen med nærværende projekt var således at undersøge brugen af første generation af dette mediecenter, således at der på baggrund af disse resultater kunne udvikles anden generation af mediecenteret.

Da jeg primo 2009 påbegyndte nærværende projekt, var den fysiske etablering af mediecenteret dog ikke påbegyndt, hvilket skyldtes manglende økonomiske bevillinger. Derfor blev der indgået en aftale om, at jeg i stedet fulgte og medvirkede i udviklingsprocessen, indtil mediecenteret var etableret, så jeg kunne påbegynde min undersøgelse af brugen. I september 2009 var museet så langt, at der kunne indhentes tilbud hos IT-underleverandører, og i februar 2010 påbegyndtes den målrettede realisering af MedieMixeren. Min rolle var at deltage i projektgruppen og at designe og implementere den ene af produktionsopstillingerne i museet, Lydboxen.

Oversigt over opstillingerne i MedieMixeren

MedieMixeren består overordnet af seks opstillinger samt en lille biograf og en stander, hvor brugerne kan gå på Internet. De seks opstillinger er:

Ordet er Frit (OrF): En debatopstilling, hvor brugerne kan give deres mening til kende om et skiftende og aktuelt emne, som udstilles i kort hotspot-format (Mupira, 2002). Hotspot-formatet søger at "bruge udstillingsmediet til at behandle aktuelle problemstillinger på en skarpvinklet og måske endda provokerende måde" (Mortensen & Vestergaard, 2011, s. 46). Dette indebærer bl.a., at opstillingen skal designes, så indhold hurtigt kan skiftes ud. Brugerne kan ytre sig via en drejeskivetelefon, hvor der kan indtales beskeder, en skrivemaskine som er koblet til en lysavis, en stander med adgang til opstillingens blog, en tavle med tilhørende kridt og Post-it notes med tilhørende penne. Opstillingen bliver således bl.a. en udstilling af brugernes ytringer i forskellige formater.

Temaerne i OrF har været: "Animeret børneporno", "journalisters forhold til politikere", "medieselvsving eller væsentlig historie?", "valgkamp i medierne – form eller indhold?" og "grænseoverskridende reklamer".

Den Varme Stol (DVS): En opstilling, hvor brugerne bliver interviewet af en virtuel tv-vært. Opstillingen søger at skabe refleksion om aktuelle emner samt at give en oplevelse af, hvordan en interviewsituation fungerer og opleves. Derudover skal opstillingen gennem sammenklipning af brugerne og den virtuelle interviewer illustrere, hvordan medier kan skabe illusioner. Brugerne kan vælge mellem to kendte interviewere (Jes Dorph-Petersen og Louise Wolff) og i sammenlagt fire emner om reality shows, kendiskultur, vindere og tabere på Tv, samt kongehuset i medierne. Opstillingen registrerer brugernes lydinput og giver brugerne ca. 40

sekunder til at svare på hvert interviewspørgsmål. Hvis brugerne stopper med at tale, går opstillingen videre til næste spørgsmål. Opstillingen optager det hele og klipper det sammen til en illusion af, at brugerne har siddet i samme studie som interviewereren.

På MedieMixerens hjemmeside præsenteres opstillingen på følgende måde:

Her kan du prøve kræfter med interviewformen. Det er dig, der sidder i den varme stol og skal svare hurtigt og skarpt på værtens spørgsmål. I studiet møder du en række professionelle tv-værter, der interviewer dig om forskellige emner. Du vælger selv vært og emne: Vil du helst deltage i et nyhedsinterview eller er du mere en talkshow-type? Du vil få ca. 8 spørgsmål, og du skal prøve at svare så godt og præcist som du kan - det er din mening vi gerne vil høre. (MedieMixeren.dk, 2012).

Chromakeystudiet (CK): En opstilling, hvor brugerne kan lave en reportage foran en greenscreen. Opstillingen søger at illustrere live-reportageformatet samtidig med at brugerne skal opleve, hvordan det er at lave en speak. Desuden skal opstillingen belyse, hvordan chromakey-teknikken kan bruges til at skabe illusioner. Brugerne vælger en lokalitet og en tilhørende reportage, som kan vinkles på forskellige måder for at problematisere begrebet journalistisk vinkling. På MedieMixerens hjemmeside er følgende introduktion til opstillingen:

Rapporter "live" fra lokale brændpunkter som fx Amalienborg Slotsplads på Dronningens fødselsdag eller foran Christiansborg efter folketingsvalget. Vælg mellem en positiv, negativ eller neutral reportage-speak eller lav helt din egen. Illusionen bliver mulig via Chroma Key effekten, som giver os mulighed for at være på steder, hvor vi ikke er. Det er den samme teknik, som de bruger i tv's vejrudsigter, hvor meteorologen står foran en grøn skærm, og ikke et vejrkort. Du kan også lave en ren chroma-optagelse af dig selv, derefter frit vælge den baggrund du ønsker fx et familiefoto eller et filmklip fra internettet. (MedieMixeren.dk, 2012)

Lydboksen (LB): En opstilling, hvor brugerne kan producere lyd til små filmklip, hørespil eller som rå optagelse ("freestyle"). Opstillingen søger at illustrere samspillet mellem lyd og billede, samt hvordan mange forskellige lydkilder kan anvendes i produktionen af en bestemt lyd. Opstillingen er udformet som et lille foleystudie og er udstyret med en række forskellige lydkilder samt underlag og sko til at producere fodtrin.

På MedieMixerens hjemmeside forklares det om Lydboksen:

I Lydboksen [sic] kan du eksperimentere med lyd i medier. Selve boksen er lydtæt og udstyret med lydudstyr, og med ganske få klik er du i gang med at lave fed lyd til videosekvenser eller hørespil. Du kan også vælge at lave en kort freestyle-lydoptagelse, som du senere kan klippe

sammen med dine videoproduktioner. Eller måske ønsker du bare at optage en enkelt velklingende lyd: Det hele kan laves i Lydboksen.

Lydboksen er inspireret af det arbejde, en såkaldt "geräuschmeister" eller "foley-artist" laver. Foley-lyd er filmverdenens reproduktioner af hverdagslyde i et lydstudie. Det kunne være fodtrin, raslende nøgler eller et glas der knuses. Ofte bliver lydene frembragt med opfindsomme redskaber, som i virkeligheden er noget helt andet, end det, de skal forestille. Kan flaprende gummihandsker lyde som fugle? Prøv selv i Lydboksen! (MedieMixeren.dk, 2012).

Mixerpulten (MIX): En opstilling placeret centralt i MedieMixeren. Her er der seks arbejdsstationer, hvor brugerne kan logge ind for at se, redigere og dele deres produktioner fra DVS, CK og LB. Der er mulighed for at klippe, indsætte tekst og udskifte baggrunde i CK-optagelser. Redigeringsfunktionerne er integreret i interfacet, og der anvendes ikke tredjepartsredigeringssoftware. For at dele skal brugerne markere en optagelse og tilvælge deling med et flueben. Herefter bliver produktionen tilgængelig på skærmene de store fremvisningsskærme i MedieMixeren og på MedieMixeren.dk, ligesom brugeren kan emaile et link til produktionen eller dele dette på Facebook. På MedieMixerens hjemmeside er følgende introduktion til opstillingen:

Mixeren er hjertet af MedieMixeren. Her kan du redigere og mixe dine medieproduktioner fra Chroma Key, Lydboksen og Den varme stol.

Derefter kan du dele dine remix med vennerne pr. mail, på Facebook eller mediemixeren.dk. (MedieMixeren.dk, 2012)

Mediateket (MT): Mediateket er placeret i biblioteket bag det centrale MedieMixer-rum. Her kan brugerne ved tre store touchscreens navigere gennem et kurateret udvalg af historiske klip fra Danmarks Radio, lige fra det første program vist på dansk Tv til nye programmer og Tv-reklamer. Indholdet er søgbart og kan sorteres ud fra tematiske, genremæssige, biografiske og kronologiske principper. MedieMixerens hjemmeside præsenterer opstillingen således:

Hvornår var det egentlig, Ingrid og Lillebror var på skærmen i børneprogrammet Legestue? Hvem var det, der var studievært i underholdningsprogrammet Husk lige tandbørsten? Kan du huske, da der kun var en fjernsynskanal - i sort/hvid. Hvis ikke, så kan du se, hvordan tv så ud dengang i Mediateket. I Mediateket opbygger vi en samling af klip fra radio- og tv-udsendelser, som på forskellig måde viser historien om de elektroniske medier og deres betydning for flere generationer af danskere. Direkte reportager og levende billeder fra store begivenheder og fjerne egne har i et halvt århundrede ændret vores verdensbillede. Underholdningsshows i radio og fjernsyn har lagt gaderne øde, og

reklamespots i tv har påvirket vores indkøb gennem årtier. Kom og gå på opdagelse i Mediateket skatkammer af historiske klip fra udsendelser, som du måske kan huske eller har hørt om. (MedieMixer.dk, 2012).

Foruden de seks opstillinger er der en dobbelt internetstander, hvor brugere kan gå på Internet. Formålet med standeren er dels, at brugerne her kan søge oplysninger om udstillinger og andet, men også, at de kan bruge Facebook eller søge materiale til brug i deres mix. Der er en USB-port i standerne, og der er mulighed for at erhverve USB-dongles til transport af filer mellem standeren og Mixerpulten. Denne fysiske adskillelse mellem Internet og opstillinger er valgt for at undgå nogle sikkerhedsproblematikker ved at lade opstillingerne give fri adgang til Internet.

Slutteligt er der en lille biograf i et tilstødende lokale, hvor der i MedieMixerens første år er blevet vist fimene *Rip! A Remix Manifesto* (Gaylor, 2009) og *Good Copy Bad Copy* (Johnsen, Christensen, & Moltke, 2007). Begge film er dokumentarfilm, som dokumenterer nye kulturelle former og problematiserer copyrightlovgivningens rolle samt det ofte uklare skel mellem "original" og "kopi".

Brugerregistrering og brugerprofiler

På trappeopgangen ved indgangen til MedieMixeren (og basisudstillingen på den anden side af trappen) er placeret tre touchscreens i forskellige højder. Her kan brugerne registrere en elektronisk billet, som de kan få udleveret af museumsværten, der også befinder sig her det meste af tiden.

E-billetten er et plastickort i almindelig kreditkortstørrelse, som fås i forskellige kulører. For at oprette en brugerprofil skal brugerne indsætte et e-billetkort, hvorefter de skal indtaste navn, fødselsdato, email-adresse og et selvvalgt kodeord. Hernæst tager systemet et fotografi af brugeren, som også lagres på brugerprofilen. Kortet registreres nu som tilhørende den pågældende brugerprofil og bliver dernæst returneret fra kortlæseren.

For at få adgang til produktionsopstillingerne (Den Varme Stol, Chromakeystudiet og Lydboxen) samt Mixerpulten, skal brugerne ført indlæse en e-billet. Når en produktion er slut, gemmes den med reference til den indlæste brugerprofil. Ved at indsætte e-billetten uden for en opstilling får brugerne adgang til deres egne samt delte produktioner fra den pågældende opstilling, og ved at indsætte e-billetten i Mixerpulten fås adgang til alt indhold, som er relateret til den pågældende brugerprofil.

Brugerne opfordres til at aflevere deres e-billet, når de forlader MedieMixeren. Alle afleverede e-billetter bliver nulstillet og kan således genbruges. Ved genbesøg får brugerne udleveret en ny e-billet, og ved at indtaste email-adresse og kodeord, kan

de registrere den nye e-billet med deres eksisterende brugerprofil og fortsatte fra, hvor de slap. Hvis brugere ønsker at beholde e-billetten, tillader museet dog dette.

Hjemmesiden

MedieMixeren har sin egen separate hjemmeside på <http://www.mediemixeren.dk>.

Hjemmesiden indeholder følgende dele:

- Aktiviteter
- Ordet er Frit
- Om MedieMixeren
- Din side
- Wiki

Aktiviteter rummer en beskrivelse af Chromakeystudiet, Den Varme Stol, Mixerpulten, Lydboksen og Mediateket. Under hver aktivitet (undtagen Mediateket) er der mulighed for at se og høre de nyeste samt de mest populære produktioner. Populariteten er baseret på et Facebook-inspireret "like"-system, og det er muligt at "synes godt om" en produktion på hjemmesiden, ligesom det er på skærmene i udstillingen. Der er ligeledes mulighed for at dele et link til en produktion på Facebook eller sende det via email. Nederst er der artikler fra hjemmesidens "wiki", som relaterer sig til den valgte aktivitet.

Ordet er Frit rummer OrF-bloggen og er således en spejling af den blogstander, som står i OrF-opstillingen. Det er muligt at skrive et indlæg uden at have oprettet en brugerprofil.

Om MedieMixeren rummer en kort overordnet beskrivelse af MedieMixeren.

Din side rummer login-funktionalitet, og når en bruger er logget ind på en MedieMixer-profil, er alle de produktioner, som er registreret på brugerprofilen tilgængelige for gennemsyn og deling.

Wiki rummer en række korte artikler om emner, som vedrører de forskellige opstillinger. I forbindelse med Lydboksen er der f.eks. en artikel om Foleylyd, mens der i forbindelse med Den Varme Stol er en artiken om forskellige typer af interviews. Til trods for navnet er der ikke tale om en wiki – disse er defineret ved muligheden for at mange brugere kan tilføje og redigere artikler. Der er derimod tale om en statisk samling af små artikler.

Som hjemmesiden fremstår ved udgangen af det første år efter MedieMixerens åbning, er der mange mangler og meget midlertidigt indhold, både i form af billedmateriale og tekster.

Der er offentlig adgang til hjemmesiden, og det er ikke muligt at oprette brugerprofiler på siden. Dette skal gøres på museet.

Analyse

Brugen af MedieMixeren - et helikopterperspektiv

I MedieMixerens første år, svarende til perioden 20/8 2010 til 20/8 2011 har op til 28.097 gæster på Brandts haft mulighed for at besøge MedieMixeren: 22.544 gæster (herunder 4.608 skolebørn) har haft en fællesbillet, som gælder for alle tre museer i huset. 963 gæster har købt separat billet til Mediemuseet/MedieMixeren. Derudover har 2.887 elever deltaget i forskellige strukturerede undervisningsforløb på Brandts, og 1.703 gæster har besøgt Brandts i forbindelse med arrangementer i husets auditorium.

Ikke alle disse gæster har imidlertid besøgt MedieMixer-rummet. Som eksempel på de konkrete besøg i MedieMixeren, har jeg foretaget en optælling af brugere i rummet i februar og marts 2011³.

I februar blev rummet besøgt af 1.603 gæster, og i marts var tallet 1.017. I disse to måneder var middelværdien for antallet af besøgende på en åbningsdag 51 med en standardafvigelse på 48 og en varianskoeficient på 0,94. Det ses altså, at antallet af brugere i MedieMixeren svinger meget fra dag til dag, og hvor der eksempelvis var 211 gæster 22/2 2011, var der blot 3 gæster 8/3 2011.

Med åbningstid fra kl. 10-17 fem dage om ugen - og fra kl. 12-21 om torsdagen - betyder det, at MedieMixeren er præget af stor aktivitet i nogle perioder, mens rummet i andre perioder er helt tomt. De perioder, som er præget af størst aktivitet, opleves i forbindelse med besøg fra skoleklasser og ungdomsuddannelser. Her ankommer nogle klasser og grupper i strukturerede forløb ledet af Brandts Formidlingscenter, mens andre besøg er ledet af lærerne selv.

I MedieMixerens første år, har brugerne i alt oprettet 2.472 brugerprofiler i MedieMixerens brugerdatabase. Disse profiler har samlet lavet 5.408 produktioner i Chromakeystudiet, Lydboxen, Den Varme Stol og Mixerpulten⁴.

Ser man udelukkende på brugerprofiler for de 13-23 årige, er der registreret 1.190 profiler, som har genereret i alt 2.347 produktioner. Ud af disse produktioner er 245 produktioner blevet delt. Det er denne gruppe af brugere og profiler, jeg har særligt fokus på.

³ Optællingen er baseret på værternes registrering af brugere med en "klikmåler", med tilføjelse af mine egne tal for enkelte klasse, som besøgte MedieMixeren på tidspunkter uden for almindelig åbningstid, hvor værterne ikke var til stede.

⁴ Brugerprofiler oprettet af personalet til test og lignende, samt disses eventuelle produktioner, er trukket fra

Besøget

På hver brugerprofil bliver der i gennemsnit lave to produktioner ($M = 1,99$, $SD = 2,17$). Standardafvigelsen fortæller, at det ikke er ualmindeligt at lave nul produktioner, ligesom det ikke er ualmindeligt at lave en håndfuld produktioner. Jævnfør egenskaberne for en normaldistribution vil ca. 68 % af værdierne ligge inden for én standardafvigelse, mens ca. 95 % af værdierne vil ligge inden for to standardafvigelser.

Kun 52 brugerprofiler (4 %) har produceret syv eller flere gange, og øverst ligger en enkelt brugerprofil (profilID 2024), som står for 15 produktioner fordelt over fire datoer. Dette er helt unikt.

Det mest almindelige er, at brugerne med brugerprofil laver omkring to produktioner per profil.

Der er dog også grupper i MedieMixeren, som ikke laver en profil. De fordeler sig i to kategorier. Den ene kategori af brugere låner en e-billet af en museumsvært, hvorimod den anden kategori anvender MedieMixeren uden e-billet. De sidstnævnte kan anvende Ordet er Frit og Mediateket, som ikke kræver e-billet. Mine data kan ikke med statistisk signifikans fortælle, hvor stor andel af brugerne, det drejer sig om, men begge kategorier er almindelige, og de optræder i omtrent halvdelen af mine observationer.

De unge brugere kommer i grupper. I alle mine observationer har jeg ikke på noget tidspunkt registreret en eneste bruger i alderen 13 – 23 år, som besøgte MedieMixeren alene. I de lidt ældre alderskategorier er der enkelte solobrugere, men for de unges vedkommende er MedieMixeren et sted, man besøger i grupper. Dette svarer til, hvad vi ved om de unge brugere på landsplan, hvor kun 1 – 2 % de unge går på museum alene (Kobbernagel, Schrøder, & Drotner, 2011).

Brugerne kommer i forskellige sammenhænge: Nogle kommer med skole eller uddannelse i et struktureret eller ikke-struktureret forløb. Andre kommer med deres familie. Og endelig kommer nogle i vennegrupper.

Der er stor forskel på, hvor længe brugerne tilbringer i MedieMixeren. Nogle brugere går ind, kigger lidt rundt og forlader så rummet igen inden for ca. 1 minut. I den anden ende er der brugere, som tilbringer mere end en time i rummet. En brugerprofil (profilID 786) står for 13 produktioner fordelt jævnt over 90 minutter. Her har gruppen kun lige haft tid til at se resultatet, inden en ny produktion blev sat i gang. Dette er ualmindeligt, og brugere, som tilbringer så lang tid i MedieMixeren, skifter oftest mellem produktion og andre aktiviteter.

Skoleklasser, som besøger i MedieMixeren i forbindelse med et forløb hos Formidlingscentret, får afsat 30 minutter i MedieMixeren afslutningsvis. Formidleren

opfordrer eleverne til at blive længere, men formidleren oplyser, at det sjældent sker, selv om hendes vurdering er, at de sagtens kunne bruge 60-90 minutter i alt.

Som tidligere nævnt har kun få (3 %) af de samlede potentielle besøgende i MedieMixeren særskilt billet til Mediemuseet. Størstedelen af de resterende potentielle brugere har adgang til hele huset. Dette indebærer, at brugerne ofte besøger 3. sal og MedieMixeren sidst, idet næsten alle starter nedefra i huset. Dette kan, som jeg senere vil diskutere, medføre tidsmangel og træthed, ligesom det ikke kan udelukkes, at nogle af de potentielle brugere forlader bygningen igen inden de når 3. sal.

Produktionerne

De 1.190 profiler, som tilhører 13-23 årige brugere, har i MedieMixerens første år sammenlagt genereret 2.347 produktioner, hvoraf 245 produktioner (10 %) er blevet delt.

993 produktioner (42 %) stammer fra Chromakeystudiet, 665 produktioner (28 %) er fra Lydboksen, 661 produktioner (28 %) stammer fra Den Varme Stol, og 55 produktioner (2 %) er lavet i Mixerpulten.

Alle opstillingerne med undtagelse af Lydboksen har registreret og gemt samtlige produktioner. Lydboksen har kun gemt de produktioner, hvor brugerne aktivt har trykket "gem" efter optagelse. Det egentlige antal udførte produktioner i Lydboksen er således højere end 665.

Ud fra de registrerede produktioner er der statistisk set ingen forskel på det antal produktioner, brugerne laver i Lydboksen og Den Varme Stol, $t(2222) = 0,09, p = 0,93$, mens brugerne laver flere produktioner i Chromakeystudiet end både i Lydboksen, $t(2368) = 6,39, p < 0,001$, i Den Varme Stol, $t(2150) = 7,21, p < 0,001$, og i Mixerpulten, $t(1467) = 23,66, p < 0,001$.

Mixerpulten står ikke blot for signifikant færre produktioner end Chromakeystudiet, men også færre end Lydboksen, $t(1505) = 16,32, p < 0,001$ og Den Varme Stol, $t(1715) = 20,42, p < 0,001$.

Blandt de delte produktioner er langt de fleste fra Chromakeystudiet (55 %), mens der er færre fra Den Varme Stol (29 %) og Lydboksen (16 %) og næsten ingen fra Mixerpulten (>1 %).

Set i forhold til antallet af produktioner er 13 % af CK-produktionerne blevet delt, mens 9 % af DVS-produktionerne, 7 % af LB-produktionerne og 4 % af MIX-produktionerne er blevet delt.

Chromakeystudiet er altså både den mest anvendte opstilling og den opstilling, hvorfra produktionerne hyppigst deles.

Produktionernes varighed er meget forskellig. De korteste produktioner er optagelserne fra Lydboxen, hvor "freestyle"-optagelser varer ned til 15 sekunder og "lyd til filmklip" varer ned til 26 sekunder. De længste produktioner er interviews fra Den Varme Stol, som tilpasser sig efter hvor længe brugerne taler. Her varer nogle godt 10 minutter.

Brugernes køn og alder

Alder og køn er de to faktorer, som er de stærkeste prædiktorvariable, når det drejer sig medie- og kulturbrug, og talrige medie- og kulturundersøgelser understreger vigtigheden af disse to faktorer. Et eksempel er Livingstone & Bovill (2001), som baseret på et stort forskningsprojekt om børns medievaner gennemført i Israel og 11 europæiske lande konstaterer, at mediebrug og præferencer afhænger af alder og køn, mens adgang til medier tillige afhænger af familiens socioøkonomiske status.

Den nationale brugerundersøgelse udført af DREAM (Kobbernagel, Schrøder, & Drotner, 2011) viser ligeså, at unge danskeres medie- og museumsbrug på mange punkter varierer mellem kønnene og mellem forskellige alderskategorier. Undersøgelsen fokuserer ligesom nærværende projekt på unge i alderen 13-23 år, hvilket giver mulighed for at drage paralleller mellem MedieMixerens brugere og brugerne på landsplan.

Denne afhandling drejer sig ikke om alder og køn, og i resten af afhandlingen fokuserer jeg ikke meget på, hvem brugerne er, men derimod på, hvad de gør. Da alder og køn har indflydelse på brugen, vil jeg dog for fuldstændighedens skyld gøre nogle overordnede betragtninger om eventuelle forskelle baseret på disse faktorer.

Fra DREAM's undersøgelse ved vi, at der er en forskel i kønsfordelingen i den gruppe på 13 % af de unge, som sjældent eller aldrig besøger museer. Her udgør drenge 59 % af de sjældne museumsgæster mod 41 % piger. For de øvrige 87 % af museumsgæsterne er fordelingen derimod lige med 50 % drenge og 50 % piger (Kobbernagel, Schrøder, & Drotner, 2011).

Vi ved også, at: "Alder betyder mere end køn, når det gælder hyppigheden af museumsbesøg. Jo ældre unge er, jo færre gange har de været på museum. Som det ses [...] er de hyppigste gæster de 15-16-årige" (Kobbernagel, Schrøder, & Drotner, 2011, s. 46).

I MedieMixeren er brugernes køn ikke registreret i besøgstillene, men ud fra mine data fra brugerprofilerne fremgår det, at ud af de 1190 profiler tilhører 39 % drenge og 53 % piger, mens kønnet på de resterende 8 % er ukendt. Jeg har tildelt kønnet på baggrund af det fornavn, som er registreret på brugerprofilen. I nogle tilfælde var navnet tvetydigt, et kælenavn eller skrevet som initialer, hvilket er årsagen til at 8 % af kønnene er ukendte.

Alderen er heller ikke registreret i besøgstallene, men her rummer brugerprofilerne også en fødselsdato, som jeg har kunnet referere med oprettelsesdatoen for at beregne en alder.

At en brugerprofil er registreret af en dreng eller en pige på en bestemt alder, medfører ikke nødvendigvis, at den gruppe, som anvender profilen er drenge eller piger eller alle har den pågældende alder. Jeg har på den anden side intet grundlag for at tro, at en blandet gruppe i MedieMixeren er mere tilbøjelig til at registrere profilen i en piges navn end i en drengs. Ligeså har jeg intet grundlag for at tro, at en gruppe med blandet alder er mere tilbøjelig til at registrere brugerprofiler for brugere i en bestemt alder. Jeg gør mig derfor den antagelse, at det sker lige hyppigt. Ud fra denne antagelse er køns- og aldersfordelingen på brugerprofilerne repræsentativ for kønsfordelingen blandt alle brugere i grupper, som har oprettet brugerprofiler.

På samme måde er der ikke nogen garanti for, at brugerne, som har oprettet en profil udgør en repræsentativ stikprøve af den samlede mængde brugere i MedieMixeren mht. køns- og aldersfordeling.

Underrepræsentationen af drenge harmonerer omtrent med den landsdækkende kønsfordeling, hvor unge, som senest har besøgt et kulturhistorisk museum, består af 53 % piger og 47 % drenge. Man kunne dog også placere MedieMixeren i kategorien "oplevelsescenter", og så er tendensen omvendt med 54 % drenge og 46 % piger.

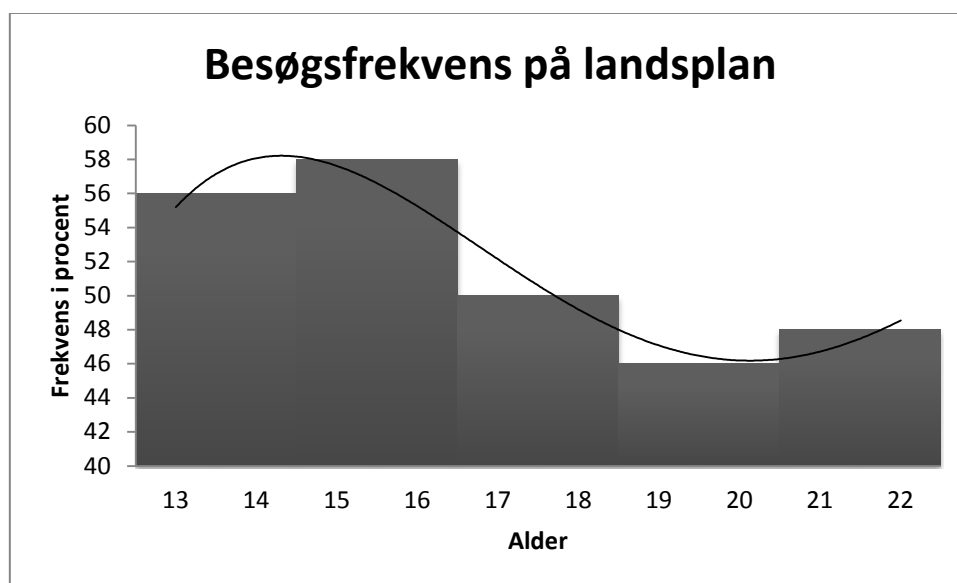
En del af forklaringen på underrepræsentationen af drenge i MedieMixeren kan dog også skyldes forhold, som ikke har noget at gøre med MedieMixerens indhold. En brugerundersøgelse på Brandts fra 2008, baseret på en stikprøve på 347 brugere, viser, at 65 % af husets brugere er kvinder, mens 35 % af husets brugere er mænd. Dette hænger formentlig sammen med, at der i resten af huset udstilles kunst, hvilket vi fra de unge brugere ved tiltrækker flere piger end drenge: Blandt unge, som senest har besøgt et kunstmuseum, er andelen af piger på 61 % mod 39 % drenge.

Sammenligner man med Kulturarvsstyrelsens Nationale brugerundersøgelse på de statslige og statsanerkendte museer i Danmark for 2010 er skævheden endnu større. Ifølge Kulturarvsstyrelsens rapport er 63 % af de 14-19-årige brugere piger, mens hele 69 % af de 20-24-årige brugere er piger på tværs af museumstyper (Moos & Lundgaard, 2011). Brugerundersøgelsen omfatter dog kun de statslige og statsanerkendte museer og udelader således oplevelsescentre, som vi ud fra DREAM-undersøgelsen ved tiltrækker flere drenge.

Min tolkning er således, at der blandt de unge brugere i MedieMixeren er en lille underrepræsentation af drenge, men at dette formentlig skyldes husets overordnede profil samt den generelle tendens til at en større andel drenge end piger er sjældne museumsgæster. Således har underrepræsentationen ikke noget specifikt at gøre med måden, hvorpå MedieMixeren er organiseret, og hvis man tager udgangspunkt i

Kulturarvsstyrelsens tal for andre statsanerkendte museer, har MedieMixeren faktisk formået at tiltrække lidt flere drenge som brugere end gennemsnittet.

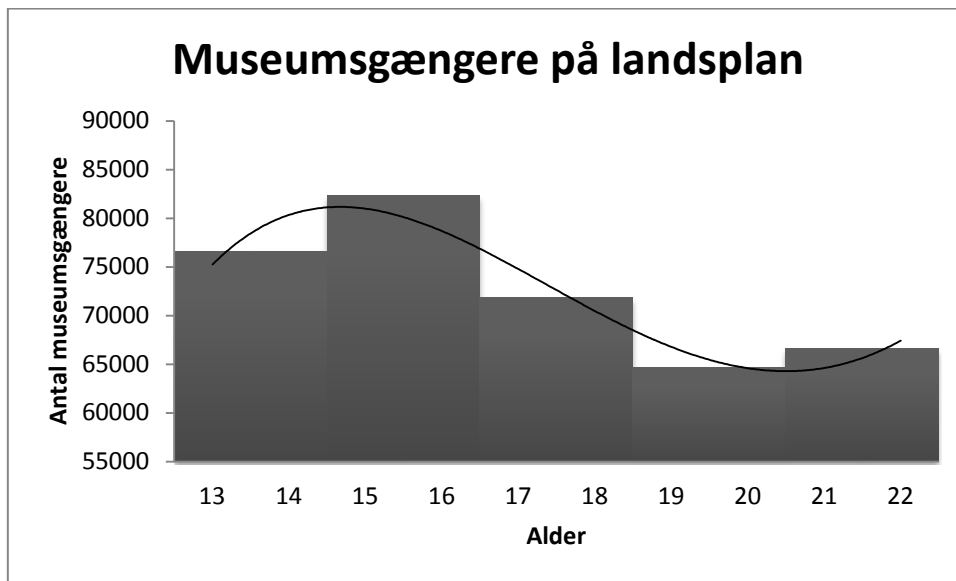
Ser man på aldersfordelingen i MedieMixeren ud fra brugerprofilerne, stemmer overraskende godt overens med det, vi ved om besøgsfrekvensen på museer i forhold til brugernes alder. Dette ses tydeligst, når det visualiseres i et diagram. Ud fra DREAM-undersøgelsen (Kobbernagel, Schrøder, & Drotner, 2011) ved vi, hvor stor del af de unge, som er museumsbrugere (defineret ved, at de har været på museum mindst én gang inden for de seneste halve år). I diagramform fordeler besøgsfrekvenserne sig således på landsplan:



I DREAM-undersøgelsen er de unge grupperet to årgange ad gangen (13-14-årige, 15-16-årige etc.). Den S-formede linje på diagrammet er en polynomisk tendenslinje, som viser tendensen lidt mere tydeligt, end søjlerne alene.

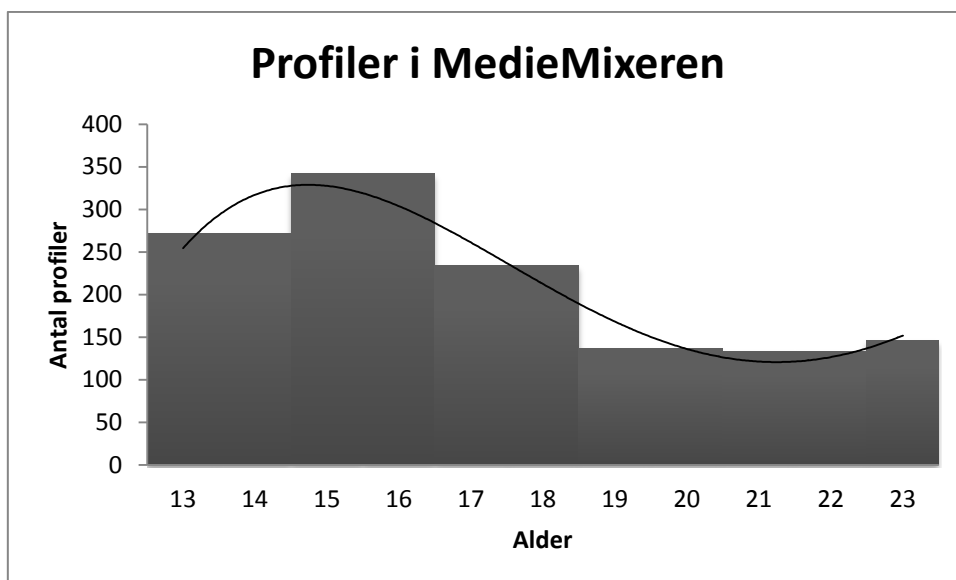
Hvis man skal bruge besøgsfrekvensen til at forudse, hvor mange besøgende i de forskellige aldersgrupper, man kunne forvente, er det imidlertid nødvendigt at tage højde for, at årgangene ikke er lige store. Der er simpelthen færre danskere per årgang i de nederste og øverste aldersgrupper, mens de midterste aldersgrupper (især dem født 1992 - 1995) er større på landsplan.

Jeg har således multipliceret besøgsfrekvensen med befolkningstallene fra Danmarks Statistik 2011 (Folketal, 2011) baseret på fødselsår. Det giver det samlede antal museumsgængere i de forskellige alderskategorier:



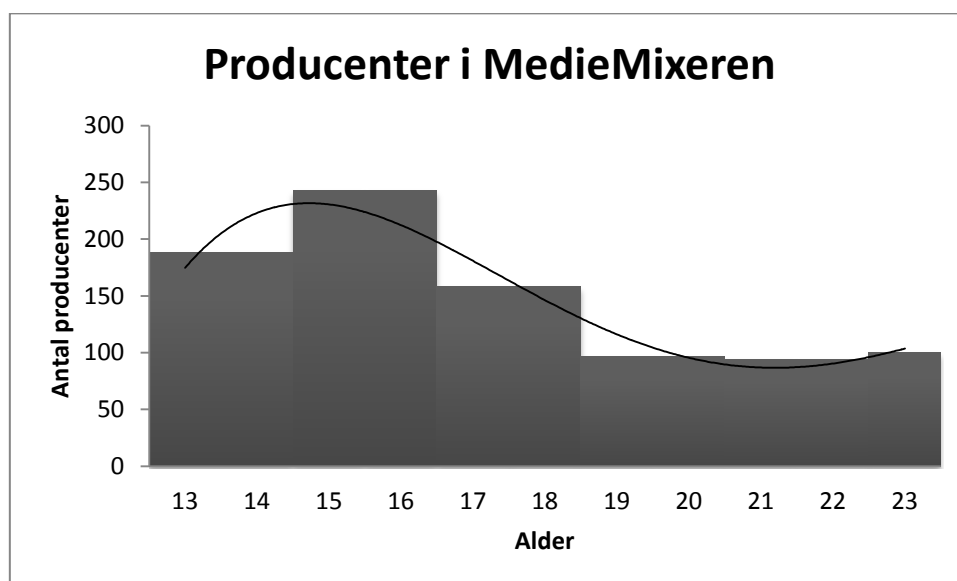
Det ses, at tendenslinjens form er stort set identisk med tendenslinjen for besøgsfrekvens baseret på alder. Springet fra de 13-14-åriges museumsbrug til de 15-16-åriges museumsbrug er lidt stejlere, når man inkluderer årgangenes størrelser, men overordnet set fordeler museumsgængerne sig på en lignende S-kurve.

Hvis man sammenligner denne fordeling med aldersfordelingen på brugerprofiler i MedieMixeren er ligheden slående:



Det ses, at opsvinget i S-kurven først optræder ved de 23-årige og ikke ved de 21-22-årige brugere, men ellers er fordelingen af brugerprofiler i relation til alder i MedieMixeren meget lig fordelingen af museumsgængere i relation til alder på landsplan. Det er ikke alle brugerprofiler, som rent faktisk er blevet anvendt, men ser man udelukkende på producenterne i MedieMixeren (altså de brugerprofiler, som er

blevet anvendt til mindst én produktion), er fordelingen meget lig de forrige fordelinger:



Man kan altså konstatere, at aldersfordelingen i MedieMixeren, ud fra brugerprofilerne at dømme, er fuldstændig, som man ville forvente ud fra fordelingen af unge museumsbrugere på landsplan. Denne viden medfører to ting:

For det første medfører det, at der ikke er grund til bekymring mht. aldersfordelingen, når viden om brugerne ud fra profilerne sammenlignes med viden om unge brugeres adfærd på andre museer: Vi ved, at aldersfordelingen her er helt gennemsnitlig.

For det andet medfører det, at antagelsen om, at aldersfordelingen, jævnfør profilerne, svarer til den faktiske aldersfordeling af MedieMixerens brugere, bliver styrket. Når aldersfordelingen på profilerne svarer så nøje til den forventede aldersfordeling, giver det i hvert fald ikke anledning til særlig mistanke om, at aldersfordelingen på de brugere, som ikke er repræsenteret gennem brugerprofilerne, skulle være anderledes end den landsdækkende fordeling. Jeg gør derfor den antagelse, at aldersfordelingen på MedieMixerens unge brugere svarer til aldersfordelingen, jævnfør profilerne, og således svarer til den landsdækkende aldersfordeling for unge museumsgæster.

Brugernes oplevelse af det diskursive rum

Jeg har i de foregående afsnit belyst brugen af MedieMixeren i et helikopterperspektiv. I de følgende afsnit vil jeg bevæge mig mere ned i brugernes øjenhøjde og belyse brugernes oplevelser af MedieMixeren som diskursivt rum. At MedieMixeren er et diskursivt rum betyder, at brugerne bliver konfronteret med – og indbudt til deltagelse i – forskellige diskurser både gennem opstillingerne og gennem

det indhold, andre brugere har delt. Simon (2010) fremhæver museets autoritative stemme som noget, der i mange tilfælde ikke giver plads til brugernes egne meninger. Hendes bud på en løsning er at designe forskellige måder, hvorpå brugerne kan deltage, hvilket med mine begreber svarer til at skabe et diskursivt rum eller understøtte en brugergenereret meningsøkonomi, som kan sameksistere med den institutionelle meningsøkonomi. I de følgende afsnit vil jeg indledningsvis belyse, hvordan brugerne oplever MedieMixeren som diskursivt landskab gennem brugernes førstehåndsindtryk, samt deres oplevelse af rummets etos, det brugergenererede indhold og opstillingerne som oplæg og ressourcer til produktion af nyt indhold.

Førstehåndsindtryk

Det første, som brugerne møder, når de træder ind i MedieMixeren, er som bekendt debatopstillingen Ordet er Frit. Selv om det er en relativt lille opstilling, som enkelte brugere faktisk overser, har den for mange brugere en stor betydning som førstehåndsindtryk. En gruppe kerneinformanter forklarer:

NIELS: [...] det var lidt en omvæltning at komme herind, og det er rigtig sjovt at møde Bertel Haarder-klippet lige da man kom ind, synes jeg. Så fik man hurtigt sådan en positiv indgangsvinkel til det, ikke fordi Bertel Haarder-klippet er positivt, men det er lidt morsomt.

NIELS: Mmm

VV: Okay. Okay, er I andre også enige i det, at der var sådan, at der var et morsomt element?

LARS: [Ja

MORTEN: [Ja

Temaet i Ordet er Frit var på det tidspunkt en mediepolitisk sag, hvor den daværende sundhedsminister Bertel Haarder blev rasende på en journalist under et interview. Sagen var genstand for megen samfundsdebat, herunder adskillige parodier. Brugere har i første omgang bemærket selve videoklippet med Bertel Haarder og ikke museets rammesætning af debatten. Så uafhængigt af museets rammesætning af det dilemma, brugeren stilles over for, skabte mødet med videoklippet "en positiv indgangsvinkel". Klippet blev forbundet med noget lystbetonet, fordi klippet i sig selv er "morsomt" – og ikke, fordi det af museet blev rammesat på en bestemt måde.

På akkurat samme måde er der brugere, som får et negativt førstehåndsindtryk grundet indholdet i Ordet er Frit. En brugergruppe bestående af to piger siger, at deres umiddelbare indtryk af MedieMixeren var, at der var "rigtig meget nøgenhed":

VV: Okay, så det var faktisk med til at præge jeres umiddelbare indtryk?

- ANNE: Ja, jeg synes, at det var ufatteligt meget nøgenhed
- VV: Ja. Og hvad, hvad betyder det for jer, at der så (.) hvad gør det for jeres indtryk?
- ANNE: Ja, altså jeg tænkte mere, at det kunne være rigtig sjovt for teenagedrenge at tage herinde, men øh ((ler))
- BERIT: ((ler))
- ANNE: Jeg synes, at det er lidt grænseoverskridende at sidde og kigge på nøgne mennesker inde på et museum.
- VV: Ja
- ANNE: Og så synes jeg, det var ikke lige DET, jeg havde regnet med Mediemuseet og sådan det, jeg kom til at tænke på

Temaet i Ordet er Frit var ”provokerende reklamer”, og der blev taget udgangspunkt i bl.a. de meget omdiskuterede Cult-reklamer, hvor der vises blottede bryster. Der er flere pointer i gruppens oplevelse, men i første omgang er den væsentligste pointe, at gruppen ligesom den førnævnte gruppe fik et bestemt førstehåndsindtryk, som er uafhængigt af museets rammesætning af debatten. Førstehåndsindtrykket var negativt, og det er baseret udelukkende på det af museet udstillede indhold.

Det er vigtigt at forstå, at på trods af, at Anne og Berit fortæller om deres førstehåndsindtryk med en vis humoristisk distance, så var indtrykket negativt. De brød sig faktisk ikke om nøgenheden, hvilket skabte distance til opstillingens diskurs. Pigerne gav ikke deres mening til kende i opstillingen, og den primære årsag til, at de tilbragte lidt tid ved opstillingen, var, at et af opstillingens andre elementer, telefonen, gav nogle et positivt indtryk og skabte en mulighed for identifikation:

- VV: Jeg så, I stoppede op ved telefonen som noget af det første.
- ANNE: Ja. Det var mere fordi sådan en har vores mormor i brun. Så det var sådan helt nostalgi, at jeg lige gik hen til den.
- VV: Ja
- ANNE: Så så jeg bare Cult-reklamerne, og så syntes jeg ikke, at det passede helt sammen

De indtalte ikke noget på telefonen, og de gik hurtigt videre. Anne kendte Cult-reklamen i forvejen og var ”træt af den”:

- ANNE: Det kan godt være, at der stod et eller andet så, at jeg skulle kommentere den reklame. Jeg ved det ikke. Det var bare ikke lige. Altså, min veninde har skrevet meget om den reklame der, jeg er så træt af den.

Museets kuraterede valg af indhold kan altså give bestemte førstehåndsindtryk, uafhængigt af den formidlingsmæssige ramme, hvori indholdet optræder. Det er svært at sige, hvor stor indflydelse førstehåndsindtrykket har på den overordnede oplevelse, men noget peger på, at førstehåndsindtrykket hænger sammen med brugernes opfattelse af museets meningsøkonomi og præger brugernes efterfølgende meningsforhandlinger. I eksemplet med Anne og Berit fortæller de, at de også oplevede nøgenhed i museets biograf. Her vistest filmen *Rip! A Remix Manifesto* (2009), som handler om remixing, ophavsret og kreativitet især inden for musikbranchen. Der er ingen pointer i filmen omkring nøgenhed, men der optræder enkelte billeder fra den brasilianske techno brega-scene, hvor musikelskerne danser let påklædt. Disse billeder forstærker pigernes førstehåndsindtryk af, at der er meget nøgenhed på museet, og de forlader hurtigt biografen, med et meget overfladisk indtryk af, hvad filmen egentlig handler om, og hvordan musikkulturen i filmen relaterer sig til produktion og deling af indhold i MedieMixeren. Et førstehåndsindtryk, baseret på udstillet indhold, kan altså i værste fald gøre, at brugerne "stirrer sig blinde" på en detalje, som blokerer for meningsforhandling om andre emner. Selv da Anne og Berit senere valgte at kigge i Mediateket, lå førstehåndsindtrykket i baghovedet, og de bemærkede med irritation, at museet også havde valgt at vise Cult-reklamen med de nøgne mennesker dér i stedet for at vise en anden anden reklame:

ANNE: Altså, det er jo som om der er lavet en eller anden aftale med Cult-reklamen, når det er den, det starter med, og så er den også i det der mediemarkiv, hvor man måske godt kunne finde en anden (til det)

Førstehåndsindtrykket kan ses i sammenhæng med Nina Simons beskrivelse af "museets autoritative stemme" (Simon, 2010). Ud fra førstehåndsindtrykket kan det udstillede indhold dog, uanset den formidlingsmæssige ramme, i brugernes bevidsthed blive en del af museets stemme. Stemmen slår en tone an og kan begejstre eller overskride grænser, akkurat som en taleholder kan begejstre, være kedelig eller overskride lytternes grænser ved de emner, han taler om. At brugere selv kan bidrage med indhold ændrer ikke på, at museet gennem valg af indhold sender nogle signaler, som tolkes af brugerne, uanset om det måtte være hensigten eller ej.

Brugernes oplevelse af en ny etos

I teoriafsnittet redegjorde jeg for det, som Lankshear & Knobel (2006) kalder for "new ethos stuff". Jeg redegjorde også for, hvordan man ligeledes kan betragte museers formidlingspraksisser som baseret på en industriel etos og på en postindustrial etos. I sit design hælder MedieMixeren mod en postindustrial etos, men det er relevant at spørge, i hvilken grad brugerne oplever MedieMixeren som havende et fundamentalt anderledes sæt af karaktertræk, værdier og normer end andre museumsrum. Svaret er, som jeg vil vise, "i nogen eller høj grad".

Et typisk eksempel på brugernes oplevelse gives af tre kerneinformanter, som besøgte MedieMixeren en torsdag aften. Torsdag aften er adgangen til hele bygningen gratis, så brugerne havde besøgt samtlige udstillinger på de tre museer i bygningen. Ligesom mange andre brugere var de startet i stueetagen og endt øverst på 3. sal i MedieMixeren. Efter besøget i MedieMixeren udførte jeg et interview, hvor jeg startede med at spørge, hvad deres umiddelbare indtryk af MedieMixeren var:

LARS: Jeg synes, det er (.) sjovt at prøve i forhold til at øh, at jeg har prøvet noget, der minder om det før, men det er meget rart, at det er fuldstændig, fuldstændig styret af en selv, at man bare kan gøre hvad man vil egentlig. At der ikke står en eller anden fyr og siger (wop). Og det er selvfølgelig sjovt at optage lyd (.) og blive filmet.

At brugeren har "prøvet noget, der minder om det før" hang sammen med, at de tre brugere var musikinteresserede og derfor havde prøvet at optage musik. Omvendt havde de ikke på et museum prøvet noget som var "fuldstændig styret af en selv", som brugeren formulerer det. Lyden "(wop)" illustrerer en person – f.eks. en kustode – der råber op, og udbruddet blev ledsaget af en løftet pegefinger.

Gruppen hæfter sig således ved den postindustrielle model, hvor museet tilbyder services, værktøjer og faciliteter, i modsætning til den industrielle model, som tilbyder genstande, information og fortolkninger.

Brugerne fortsætter med at fortælle om en udstilling på etagen nedenunder, som de godt kan lide, men "det er også meget sjovt og sådan, men vi må ikke røre ved noget", siger den ene bruger og fortsætter "Det er museum". Ordet "museum" bliver sagt med et højtideligt og sarkastisk tonefald.

Adspurgt, hvad han mener med det, svarer brugerne:

MORTEN: =Det er mere sådan, hvordan kan man kalde det, sådan traditionel opfattelse af museum, det handler om. Så går du ind og kigger på et stykke kunst og tænker, det var fand'ne (.) hold da op, og så går du så (.)

VV: Klart=

MORTEN: =væk igen og (). Mens det her det, men det her det vil jeg også sådan sige, at der får du lov til at, til at undersøge det selv. Du får jo ikke et indtryk i hovedet, du skal jo sådan set selv ind og skabe det, [for eksempel inde i Lydboxen hvor du får lov til (.) [selv at optage ting. Det er jo ikke noget, du får smidt i hovedet. Det er noget, du selv laver. Det er jo også meget sjovt.

NIELS: [Ja [Ja

Selv om brugerne her indledningsvist har svært ved at formulere, hvad forskellen på "museum" (sagt højtideligt) og MedieMixeren er, kommer de frem til nogle meget typiske beskrivelser, som er gået igen hos mange brugere.

Brugerne i MedieMixeren kontrasterer MedieMixeren med en "traditionel opfattelse af museum", og denne opfattelse forbinder brugerne med især kunstmuseer.

Brugerne forbinder derimod MedieMixeren med frihed og fravær af museets autoritative stemme, som Simon (2010) kalder det. Det drejer sig om tilladelser, og brugerne lægger vægt på, at de "får lov" til at undersøge det selv og "får lov" til selv at optage ting. Brugerne ser altså stadig museet som en autoritet – dog som en autoritet, der tillader nogle aktiviteter, som traditionelle museer ikke tillader.

Andre grupper formulerer det på samme måde:

PETER: Øh, altså det er meget fedt. Lige det her derinde, det er jo meget fedt, at man kan ligesom få et indblik i, hvordan det er selv at være der. Og så (.) det er det, jeg synes er meget fedt.

OLE: Og på sin egen måde også, at man får lov til selv at bestemme tingene og bare ikke skal stå og kigge og lytte på, (at) andre folk siger, hvad man skal gøre. At man bare selv har frie tøjler, som man kan sige.

Igen betragtes museet som en autoritet, der i MedieMixerens tilfælde giver brugerne "lov til selv at bestemme tingene" og giver dem "frie tøjler".

Sådanne beskrivelser peger på, at MedieMixeren faktisk formår at positionere sig inden for en postindustrial etos. Mange, men ikke alle, af de unge brugere forbinder dette med noget positivt. En kerneinformant udtaler:

CECILIE: Det var sådan også, jeg synes ikke, at det er sjovt at se mig selv på en skærm deltage i de der ting, jeg vil hellere ned og se en (.) ORDENTLIG udstilling og læse noget tekst og sådan.

Brugeren tøver og kan ikke straks finde et ord for de kunst- og fotoudstillinger, som er nedenunder på første og anden sal. Hun kalder dem for "ordentlige" udstillinger og illustrerer det med, at man i sådanne udstillinger kan "læse noget tekst og sådan". Igen ses kontrasten mellem at "deltage i de der ting", som klart relaterer sig til en postindustrial etos og at "se en ordentlig udstilling og læse noget tekst", som klart relaterer sig til en industriel etos.

Sådanne holdninger er sjældne, men ikke uhørte, blandt MedieMixerens unge brugere. Cecilie tilføjer, at "det er sjovt nok, at det er her, men jeg ville aldrig nogensinde komme igennem det hele", og hendes veninder samstemmer:

DORTHE: =Jeg tror heller ikke at jeg ville have været herinde, altså jeg tror, at jeg ville have gået ud, hvis der ikke var kommet denne her guide og præsenteret os for det og sagt I skal have jer et kort, [og så prøve det. Ellers så tror jeg bare, at vi var gået ud igen

EVA: [Ja. Ja.

CECILIE: Og det er også meget sådan socialt betinget ()=

DORTHE: =En social ting og gøre sammen. Jeg ville aldrig gå ind og gøre det for mig selv.

Her kommer det fællesskabsorienterede aspekt af den postindustrielle etos frem. Selv om gruppen var tæt på at gå, endte de alligevel med at bruge både Chromakeystudiet og også kort Lydboksen. Dette var socialt betinget: De ville gøre noget sammen.

Dette står i kontrast til udstillinger baseret på en industriel etos. Selv om Cecilie godt kan lide at læse tekst, er det usandsynligt, at gruppen ville bruge lang tid på at læse en planche, som de ikke brød sig om, blot fordi det var "en social ting at gøre sammen". De ville simpelthen gå videre.

Det fællesskabsorienterede bliver også fremhævet af en museumsvært, som fortæller om de tilbagemeldinger, han får fra brugerne:

VÆRT1: De synes bare det er sjovt. Altså det (.) Jeg tror, at det er det generelle. At folk synes det er kanon sjovt at komme herop. Og især når de er (.) Jeg vil nok sige, at man skal nok være mere end én, når man går herind.

Dette svarer fuldstændig til Dorthes bemærkning om at "Jeg ville aldrig gå ind og gøre det for mig selv". Lignende udsagn bliver givet af mange brugere, og udsagnene underbygges af det faktum, at jeg i mine observationer som tidligere nævnt ikke har registreret en eneste solbruger i alderen 13-23 år.

Det paradoksale er dog, at MedieMixeren faktisk søger at skabe forbindelser mellem brugerne via det publicerede indhold. MedieMixeren er designet som det, jeg senere definerer som en bidragskæde: En social struktur, hvor brugere anvender, skaber og efterlader bidrag og knyttes sammen gennem disse bidrag. Så af alle udstillingerne i bygningen, burde MedieMixeren være det rum, som appellerede mest til solbrugere.

Der synes imidlertid at være flere forklaringer på, hvorfor MedieMixeren appellerer til grupper og ikke til enkeltbrugere.

Den første og mest åbenlyse forklaring er, at unge i alderen 13-23 år stort set aldrig går på museum alene. Fra den nationale undersøgelse *Unge Medie- og Museumsbrug* ved vi, at kun omkring 1-2 % af unge i denne aldersgruppe kommer på museer alene (Kobbernagel, Schrøder, & Drotner, 2011). Det tyder på, at Kulturarvsstyrelsen har

ret i en af hovedkonklusionerne fra den nationale brugerundersøgelse, nemlig: "Et museumsbesøg er i stigende grad en social begivenhed" (Moos & Lundgaard, 2011, s. 11). Ikke kun unge besøger sjældent museer alene, og Kulturarvsstyrelsens undersøgelse viser, at andelen af solobrugere i alle aldre er faldet fra 9 % til 7 %.

Derudover er der en række kvalitative forhold omkring det at producere indhold på museet, som har nogle klart sociale dimensioner.

I nogle tilfælde kræver det en vis overvindelse at gå i gang med en produktion. Kerneinformanterne Cecilie, Dorte og Eva var skeptiske over for opstillingerne og fortæller, at de var "gået ud, hvis der ikke var kommet denne her guide og præsenteret os for det og sagt: I skal have jer et kort og så prøve det". Herefter tog Eva – en experience seeker jfr. Falks typologi - styringen og traf valg for den stadig skeptiske gruppe, hvor ingen havde lyst til at prøve alene.

I andre tilfælde oplever brugere det som pinligt eller ligefrem ensomt, når de har prøvet at producere alene. Kerneinformanten Ole fortæller:

OLE: [...] jeg gik ind alene, og så lige pludselig stod de der udenfor og bare grinte ad mig. Uden at jeg vidste, at de har holdt øje med mig [...] Men det var på en måde også sjovt (.) på en pinlig måde.

Mens det for Ole var sjovt på en pinlig måde, at han var til skue for sine kammerater, var det for kerneinformanten Jens derimod ensomt, meningsløst og akavet at producere med sin søster ventende udenfor:

JENS: [...] jeg synes, at det virkede, jeg ved ikke om man skal sige meningsløst, men det var bare (.) jo faktisk lidt meningsløst og det var sådan lidt akavet at sidde og snakke, bare sidde for sig selv (det var) sådan utrolig ensomt

Selv når man som bruger er alene i en opstilling har processen sociale aspekter. Ud fra indholdsanalyse af de delte brugerproduktioner fremgår det også, at 30 % af enkeltbrugere faktisk har tydelig kommunikation med brugere, som befinder sig offscreen, undervejs.

De sociale forhold omkring produktion og deling af indhold er centrale for størstedelen af de kommende afsnit og vil blive uddybet i disse.

Indholdets polariserende effekt

Et af målene med at udstille brugergenereret indhold er helt enkelt, at det skal virke inspirerende for andre brugere. Tanken er, at dette kan foranlediges på forskellige måder. Hvis brugerne ser, at andre brugere har haft det sjovt med at lave en produktion, så formodes det, at de selv kan få lyst til at prøve selv. I andre tilfælde formodes det, at usikre brugere vil kunne imitere andre brugere, eller at selvsikre

brugere vil blive overbevist om, at de kan præstere bedre end de udstillede produktioner. Dette gælder både for AV-produktionerne og for indlæg i Ordet er Frit, hvor man også kan imitere eller gå i rette med andre brugeres ytringer.

I alle tilfælde kan den ønskede effekt betragtes som en form for stilladsering af typen demonstration (Wood, Bruner, & Ross, 1976): Det demonstreres, hvordan muligt indhold kan se ud, og så er det op til brugerne selv i større eller mindre grad at efterligne eller adskille sig fra denne demonstration.

Mine undersøgelser i MedieMixeren viser imidlertid, at det ikke foregår helt efter hensigten, idet det brugergenerede indhold langt fra altid virker som inspirerende eksempler. Brugernes reaktioner på andre brugeres produktioner falder overordnet i tre kategorier: *Ignorering*, *identifikation* eller *fremmedgørelse*. Ignorering indebærer, at brugerne enten ikke bemærker eller interesserer sig for de udstillede produktioner. Identifikation og fremmedgørelse indebærer, at brugere, som rent faktisk studerer de udstillede produktioner, polariseres i en oplevelse af enten at kunne eller ikke at kunne relatere sig til produktionerne.

Ignorering

Ignorering er meget almindelig for brugerne i MedieMixeren. Grupper som ignorerer udstillede produktioner stopper kun kortvarigt eller slet ikke op ved Ordet er Frit og ved skærmene udenfor produktionsopstillingerne. Ofte er deres fokus rettet mod noget andet, såsom samtale i gruppen eller orientering og afsøgning af rummet, hvor der peges på opstillinger eller på døråbningerne til hhv. biografen og biblioteket. I nogle tilfælde kan det være vanskeligt alene ud fra observationer at vurdere, om en gruppe ignorerer de udstillede produktioner, eller om de blot lynhurtigt forholder sig til dem. Dette har dog kunnet afklares i efterfølgende interviews, som har vist, at mange grupper slet ikke har bemærket eller undersøgt de udstillede produktioner. Følgende ordveksling er fra et interview, hvor en gruppe kerneinformanter fortæller om deres brug af Ordet er Frit:

- LARS: Der er jo nogen, der har skrevet på de der labels på den væg
- VV: Okay. Læste du de kommentarer?
- LARS: Øh, nej jeg læste ordet journalist, og så læste jeg et ord mere, og så ((ler)) tegnede jeg lidt tegning, så det gik lidt kold der, men øh, der er jo nogen, der har taget det lidt seriøst jo
- VV: Ja, okay
- LARS: Faktisk
- NIELS: Det læste jeg slet ikke
- LARS: Det er nok (bagerst)
- NIELS: Det kan godt være

LARS: Det ved jeg ikke

Gruppen havde været forbi opstillingen flere gange, og på et tidspunkt stod gruppen ved opstillingen i mere end et minut, hvor de bl.a. løftede telefonrøret, tastede lidt på skrivemaskinen og tegnede en tegning på tavlen. Men som interviewudsnittet viser, har den ene bruger kun læst få ord, mens den anden ikke har bemærket de omtalte beskeder på Post-it-sedlerne. Det er et eksempel på to almindelige mekanismer for brugerne i MedieMixeren. I det første tilfælde konstaterer brugerne, at der er udstillet noget brugergenereret indhold, men interesserer sig ikke for det. I det andet tilfælde har brugerne simpelthen ikke lagt mærke til det brugergenererede indhold. Kerneinformanterne Jens og Kasper stoppede ikke op ved nogen af skærmene, og adspurgt om, hvorvidt de kiggede på optagelserne på skærmene, er de i tvivl, om de overhovedet har set skærmene:

KASPER: Øh, hvor kører de henne? =

JENS: =Næ, det =

KASPER: = Nåh, jo. Var det dér, hvor der var sådan nogen øh sjove baggrunde og sådan noget? Man kunne lave (.)

JENS: Det lagde jeg overhovedet ikke mærke til.

VV: Der er faktisk også, udenfor det studie, hvor I var inde og lave interview, der er også en skærm, hvor der faktisk kører nogle interviews, med nogen, der har lavet. Men det lagde – I lagde ikke mærke til det? Det er måske heller ikke så tydeligt?

JENS: Jamen det ved jeg ikke

KASPER: Jeg tror måske bare, vi har bare sådan SET nogle ting og så gået lige (forbi) dem.

VV: Ja

JENS: Vi skyndte os hurtigt at gå rundt

Dette er ikke ualmindeligt, selv om skærmene både fylder meget i rummet og har lyd, som kan høres i hele MedieMixeren.

En tredje ignoreringsmekanisme er, når en brugergruppe konstaterer, at der er udstillet noget brugergenereret materiale, men ikke ønsker at bruge tid på det, før de har orienteret sig i resten af MedieMixeren. Det nedprioriteres altså i første omgang. Her sker det dog ofte, at brugerne i mellemtiden enten bliver opslugt af noget andet eller mister interessen, ligesom denne gruppe kerneinformanter, som ligeledes fortæller om Ordet er Frit:

DORTHE: Jamen, vi fik lige en kort præsentation (oppe ved) den, for jeg tror ikke, at vi var sådan helt interesserede i det.

VV: Okay.

DORTHE: Vi ville bare lige (.) vi ville bare videre.

VV: Ja. Hvordan kan det være (.) at I ikke var interesserede?

DORTHE: Jamen det var også bare fordi at vi kom, og så fik vi denne her korte præsentation af, hvad det handlede om, og så skulle vi videre og høre næste præsentation

VV: Okay=

EVA: =Ja=

DORTHE: =Og så (kom vi) ligesom ikke tilbage til (det). Så det var op til os selv, altså ligesom selv at sætte os ind i det

VV: Klart=

DORTHE: =Og vende tilbage til det

Som brugerne fortæller, vendte de aldrig tilbage til Ordet er Frit, på trods af, at de var i MedieMixeren længe nok til bl.a. at lave og se både en Chromakey- og en Lydbox-optagelse og på trods af, at der på det tidspunkt var forholdsvis meget brugergeneret indhold i opstillingen. I det konkrete tilfælde skyldtes den manglende tilbagevenden, at de ikke var så interesserede i opstillingen efter at have fået en kort præsentation af opstillingen fra en museumsvært. I andre tilfælde skyldes brugernes manglende tilbagevenden, at de i mellemtiden er blevet opslugt af noget andet.

Der kan være mange forskellige underliggende årsager til, at brugerne overser, glemmer eller bevidst nedprioriterer det udstillede brugergenererede indhold, og ud fra mine data fra MedieMixeren er det umuligt at give en udtømmende liste. Der er dog ét fænomen, jeg vil fremhæve: Museumstræthed.

Museumstræthed (museum fatigue) spiller sandsynligvis en rolle i mange tilfælde, hvor brugergenereret indhold bliver ignoreret. Fænomenet blev beskrevet allerede i 1916 af den amerikanske kurator Benjamin Ives Gilman (Gilman, 1916). I nyere tid var Falk et al. (1985) nogle af de første til at vise, at museumstræthed er et relativt forudsigeligt fænomen. De viste, at brugernes opmærksomhed er høj de første 30-45 minutter, hvorefter museumstrætheden sætter ind, og opmærksomheden begynder at falde. Museumstræthed er blevet et bredt anerkendt fænomen inden for museologien, og selv om der er påvist forskelle i brugernes adfærd fra institution til institution, er museumstræthed efter omtrent 30 minutter meget almindeligt. Her har MedieMixeren naturligvis en ulempe, idet museet ligger på tredje sal i en bygning, hvor de fleste brugere også køber billet til første og anden sal. Mange brugere i MedieMixeren fortæller, at de har været på både første og anden sal, inden de nåede MedieMixeren, og nogle fortæller også helt konkret, at de er trætte.

I Gilmans (1916) oprindelige definition beskrev han museumstræthed som et fænomen, der resulterer i en adfærd, hvor brugerne både kigger på færre opstillinger og kigger i kortere tid. Brugere bliver på en gang mindre opmærksomme og mere selektive. Dette svarer meget præcist til den adfærd, som kan opleves for brugere, som ignorerer brugergeneret indhold enten ved, at de ikke lægger mærke til indholdet, eller at de nedprioriterer eller gemmer det.

Identifikation og fremmedgørelse

I de tilfælde, hvor brugerne faktisk stopper op og studerer det brugergenerede indhold på vægge, lysavis, skærme osv., opstår der oftest en polarisering, hvor brugere enten oplever identifikation med indholdet eller oplever fremmedgørelse.

Nogle gange, hvor brugere studerer det brugergenerede indhold i MedieMixeren, opstår der en kobling, hvor brugeren kan identificere sig med indholdet. Identifikation skal her forstås som "ikke kun en relation mellem mennesker, men mellem deltagere og konstituenterne for deres sociale eksistens, herunder andre deltagere, sociale konfigurationer, kategorier, virksomheder, handlinger, artefakter osv." (Wenger, 2004, s. 221).

Identifikation kan altså i princippet skabes på baggrund af genkendelse eller anerkendelse af hvad som helst vedrørende indholdet og producenten. Identifikation er imidlertid langt mere sjælden for MedieMixerens brugere end fremmedgørelse, og der er ikke mange tydelige eksempler på identifikation i mine data. De klareste eksempler er fra mine observationsdata, hvor en brugergruppe f.eks. stopper op foran en skærm med brugergeneret indhold fra Chromakeystudiet, hvorefter et medlem af gruppen udbyder "Haha, fedt nok" og de andre gruppemedlemmer griner og nikker. I sådanne situationer sker der en kobling, som afføder det, som med Wengers (2004) begreber må betegnes som en deltagelsesidentitet. Andre brugergrupper anvender åbenlyst indholdet som en indgang til produktion, når en bruger f.eks. peger på skærmen ved Den Varme Stol og siger "Hvad, skal vi ikke prøve det dér?". Disse mekanismer ligger helt i tråd med museets intentioner om, at det brugergenerede indhold skal virke som eksempler, der kan inspirere, provokere og afmystificere og i sidste ende være motiverende for ny produktion og deling.

Jeg har ikke observeret noget tilfælde af brugergrupper, som er stoppet ved en af skærmene for at se en produktion i sin fulde længde, altså 1½ - 10 minutter. I de tilfælde, hvor der opstår identifikation, sker det meget hurtigt og antageligt på baggrund af det overordnede koncept for en produktion, hvor brugere nogle gange er klædt ud eller på andre måder agerer på iøjenfaldende måder. En delt lydproduktion fra Lydboksen (produktionsID 6914), hvor brugerne rapper meget kompetent til et rytmespor, som de spiller på Lydboxens cajón (en trækasse, man slår på), er et eksempel på en bemærkelsesværdig produktion, som kan skabe identifikation. Da lydproduktionen, som er optaget meget kraftigt, i en periode spillede i MedieMixerens rotationssystem, skabte det undren blandt andre brugere. Når det gik

op for brugerne, at musikken var produceret af nogle brugere, skabte det dog identifikation og anerkendende kommentarer. Det medførte ikke, at andre brugere forsøgte at gøre rap-sangen efter, for identifikation indebærer ikke, at man er lig med det, som skaber identifikation. Det indebærer blot, at der opstår en social relation, hvor man via anerkendelse positionerer sig selv i forhold til identifikationsobjektet og flygtigt eller permanent gør det til del af sin identitet. Brugere kan altså sagtens opleve identifikation i forhold til indhold, som de ikke selv ville være interesseret eller i stand til at gøre efter.

Ligesom brugerne af og til kan opleve identifikation ved at studere brugergenereret indhold, oplever brugerne mere hyppigt det modsatte. Med begreberne fra Wenger (2004) kan man kalde det negativ identifikation, men jeg kalder denne proces for fremmedgørelse.

I tilfælde af fremmedgørelse studerer brugerne typisk det brugergenererede indhold i relativ kort tid, hvilket kan få processen til at ligne ignorering. Men der er den væsentlige forskel på ignorering og fremmedgørelse, at fremmedgørelsesprocessen aktivt medvirker til at skubbe de fremmedgjorte brugere væk fra en opstilling.

Et eksempel på fremmedgørelse kommer fra observationer 27/3 2011. Her trådte tre piger på 19-20 år ind i MedieMixeren, hvor de kortvarigt kiggede på de forskellige opstillinger og skærme, mens de gik gennem rummet. De fortsatte ind i biblioteket, hvor de satte sig i sofagruppen ved siden af Mediateket og begyndte at læse aviser. Efter 10 minutter, hvor de stadig læste aviser, besluttede jeg mig for at give mig til kende og se, om jeg kunne afklare, hvorfor de blot gik gennem MedieMixer-rummet tilsyneladende uden at interessere sig for opstillingerne og indholdet. Gennem et uformelt interview viste det sig, at de havde billet til hele huset, og som de fleste brugere var startet nedefra og endt på 3. sal. Jeg spurgte dem, om de havde prøvet noget i MedieMixeren, hvilket de jo ikke havde. Dernæst udspillede der sig følgende ordveksling:

VV: Kunne I have lyst til at prøve noget derinde?

ALLE: ((tavshed og undrende blikke))

PIGE1: Jamen er det ikke til skoleklasser?

VV: Hvorfor tror du det?

PIGE1: Det lignede det på skærmene

VV: Synes I andre også det?

PIGE2: Ja

Jeg fortsatte med at interviewe de tre brugere om deres førstehåndsindtryk af MedieMixeren. Her lagde de vægt på, at rummet så "flot" og "professionelt" ud. De havde især bemærket Mixerpulten, hvor hver arbejdsplads har to skærme, hvilket de fremhævede som noget positivt. Men selv om jeg fortalte dem, at alle gæster gerne

måtte prøve opstillingerne, holdt de fast i, at det så ud som om, det mest var skoleklasser, som brugte MedieMixeren. De takkede senere nej, da en museumsvært tilbød dem en e-billet, og da de senere forlod MedieMixeren havde de kigget på alle opstillingerne men ikke prøvet noget.

Kerneinformanterne Anne og Berit viser også en, for MedieMixerens brugere, typisk adfærd, når fortæller om deres oplevelse af, at det brugergenerede indhold på skærmene var "pinligt", hvorefter Anne konkluderer:

ANNE: Jeg tror, at de har haft det rigtig sjovt (.) øhm, men jeg fik ikke lyst til at prøve selv. Jeg grinte bare ad dem. Jeg synes, at det var sådan. De har sgu nok fået en oplevelse ud af det.

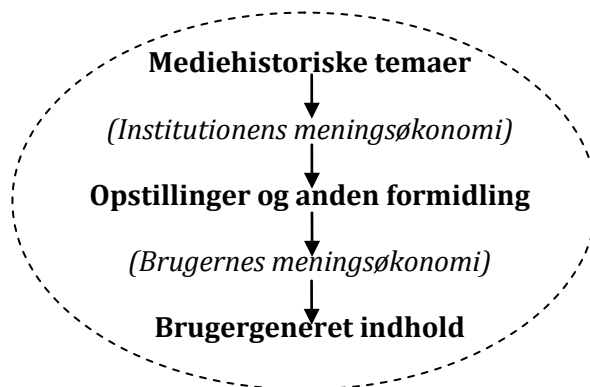
Fremmedgørelse indebærer altså ikke en manglende forståelse for, at andre brugere producerer indhold ud fra et partikulært perspektiv. Fremmedgørelsen afføder blot en ikke-deltagelsesidentitet, hvor brugerne ikke føler, at de har noget til fælles med producenterne og de meninger, som udtrykkes i indholdet. Og som Annes udtalelse viser, kan brugere sagtens anerkende, at andre brugere har haft det sjovt uden selv at få lyst til at prøve. Konkret medfører fremmedgørelsen typisk, at brugere ligesom Anne faktisk *ikke* får lyst til at prøve, og i mine interview- og observationsdata har jeg ikke et eneste eksempel på, at fremmedgørelse over for indhold resulterer i, at brugere reagerer med selv at skabe indhold. Det kan ikke udelukkes, at nogle fremmedgjorte brugere kan finde på at skabe nyt indhold i en slags protest, men ud fra mine data resulterer oplevelser af indhold som fremmedgørende i at brugere skubbes væk.

Det er svært at konkludere, hvorfor brugerne ikke oplever megen identifikation med det brugergenerede indhold, og mine data kan ikke give noget endeligt svar på det spørgsmål. Det er dog et potentielt problem idet fremmedgørelse som sagt fører til, at brugere skubbes væk. En del af forklaringen på den manglende identifikation kan sandsynligvis findes i det forhold, at det er meget tilfældigt, hvilke brugerproduktioner man som bruger møder i MedieMixeren. Som jeg senere vil belyse i detaljer, leverer MedieMixeren indhold på en meget specifik måde, og det er kun et meget lille udvalg af de nyeste produktioner, som vises i rummet. På de såkaldte "demofeed"-skærme ud for produktionsopstillingerne er det faktisk kun den sidst delte produktion fra opstillingen, som vises. Det betyder, at det er meget tilfældigt, om man som bruger kommer til at møde produktioner fra brugere i sin egen aldersgruppe eller brugere, som man på andre måder kan identificere sig med. Samtidig medfører den begrænsede og tilfældige fremvisning af brugergenereret indhold, at produktioner, som virker fremmedgørende over for mange brugere, faktisk får lov til at køre længere på skærmene, end produktioner, som skaber identifikation for mange. Fremmedgørelsen medvirker nemlig til at færre brugere får lyst til at producere og dele i den pågældende opstilling. Dette kan resultere i det, Wenger, McDermott & Snyder (2002) i forbindelse med praksis betegner som en ond cirkel (vicious cycle). Det modsatte, en god cirkel (virtuous cycle), er dog muligt, og

jeg vil senere komme nærmere ind på, hvordan organisering, moderation og evaluering af indhold kan bruges som værktøjer til at vende en sådan ond cirkel til en god.

Hvad skal man egentlig have en mening om?

Produktion og deling af indhold i MedieMixeren kan overordnet ses som museets forsøg på at engagere brugerne i meningsforhandling om temaer inden for museets formidlingsområde. Disse meningsforhandlinger finder sted inden for en hybrid meningsøkonomi, hvor den brugergenererede meningsøkonomi som udgangspunkt bygger på elementer fra den institutionelle meningsøkonomi. Museet har tingsliggjort temaer såsom reportager, medieillusioner og manipulation i opstillinger, og gennem opstillingerne tingsliggør brugerne (bevidst eller ubevidst) nye meninger om de centrale temaer. Stærkt forenklet er der tale om en proces, hvor mediehistoriske temaer selekteres og fortolkes i institutionelle meningsøkonomier, hvorefter visse træk tingsliggøres i opstillinger og andet formidlingsmateriale. Opstillingerne anvendes og fortolkes herefter i brugergenererede meningsøkonomier, hvorefter visse træk tingsliggøres i brugergenereret indhold:



Ind i mellem oplever brugerne dog, at det er uklart, hvilke temaer opstillingerne egentlig peger tilbage på, og denne mangel på retning og klarhed i råmaterialet gør det svært at anvende museets ressourcer i en meningsøkonomi. Brugerne står i disse tilfælde tilbage med spørgsmål om, hvad de egentlig skal have en mening om. Formuleringen stammer fra kerneinformanten Morten, som sammen med Lars og Niels havde brugt et par minutter ved Ordet er Frit:

VV: Er der noget, der kunne, der ville gøre den bedre i jeres øjne?

MORTEN: Tegne problemstillingen en lille smule mere klart op, måske

VV: Tegne problemstillingen mere op? Ja?

MORTEN: Ja. Hvad skal man egentlig have en mening om

Spørgsmålet og uklarheden om, hvad man som bruger skal have en mening om, er særligt tydelig – men ikke unik – for Ordet er Frit. I Ordet er Frit bliver brugerne udstyret med rige udtryksmuligheder, og der er ikke mulighed for at til- eller fravælge indholdsdeling. Dette indebærer, at indholdsproduktion altid får tydelig karakter af en kommunikativ handling i modsætning til i de andre opstillinger, hvor man kan "prøve" og "lege", som mange brugere udtrykker det, når de eksperimenterer uden hensigter om at dele indholdet. Set fra et formidlingsmæssigt synspunkt er det dog i lige så høj grad målet med de andre opstillinger, at brugerne skal tage stilling og forhandle mening. I Den Varme Stol skal brugerne bl.a. forhandle mening om kendiskultur og mediernes måde at fremstille mennesker på. I Chromakeystudiet skal brugerne bl.a. forhandle mening om, hvordan forskellige historier kan vinkles og præsenteres, og i Lydboxen skal brugerne bl.a. forhandle mening om, hvad der lyder "rigtigt". I disse opstillinger kan det også være uklart for brugerne, hvad man egentlig skal have en mening om, men da produktionerne har form af lineære forløb, og da deling er et sjældent tilvalg, tænker brugerne ikke så meget over uklarhederne men producerer bare fra start til slut. Men uklarhederne om, hvad det egentlig er, man skal have en mening om, ligger under overfladen. Kerneinformanten Fatima og tre andre piger forstod f.eks. ikke, hvordan de skulle forholde sig til baggrunden i Chromakeystudiet. Hun fortæller, at de "ikke kunne finde ud af det":

FATIMA: Altså, man skulle bare stå foran en skærm. Altså lade som om man er en øh, øh, journalist. Hvor man lige laver lidt kort interview med en anden måske. Og så i baggrunden, den var så falsk. (Det var noget, det kunne vi) ikke finde ud af. Ja, der gik så nogle folk forbi.

VV: Hvad var det, du siger, at I ikke kunne finde ud af?

FATIMA: Altså det der med... Altså bagved os, der, på baggrunden, der var et grønt lagen. Og så på skærmen, så viste den så, at vi stod bag, foran en kirke, eller hvad det nu var. Og så var der nogle folk der gik forbi, altså nogle tilfældige. Det var det der teknologiske, der blev gjort.

Pigerne forstår ikke, at de havde valgt en kriminalreportage med Københavns Byret som baggrund, og de ved derfor ikke, hvordan de skal tolke baggrunden. Havde disse brugere forstået, at baggrunden ikke var tilfældig, men faktisk Københavns Byret, som de med stor sandsynlighed har set i Tv, kunne det have igangsat meningsforhandling om virkelige kriminalsager i medierne. Det kunne også have igangsat meningsforhandling om, hvad baggrunde og omgivelser signalerer, og pigerne kunne have eksperimenteret med at indsætte andre baggrunde i Mixerpulsten. Men pigerne forstod ikke, at det bl.a. var spørgsmål som disse "man skal have en mening om" i Chromakeystudiet.

I opstillingen Ordet er Frit har museet løbende forsøgt at gøre formålet mere tydeligt, hvilket er muligt grundet opstillingens design som hot-spot, hvor den "fysiske

udformning skal være hurtig at stille op og skifte ud" (Mortensen & Vestergaard, 2011, s. 46). Dette står i kontrast til de øvrige opstillinger, som grundlæggende står i deres oprindelige form og har vist sig at være forholdsvis ressourcekrævende at justere. Indholdet i Ordet er Frit er blevet endnu mere skarpvinklet med konkrete spørgsmål, og på væggen med tavler er der blevet opsat en stor taleboble med spørgsmål som "Hvornår overskrider reklamerne dine grænser?", og nedenunder står der med store bogstaver "skriv din mening her". Dette er et supplement til den oprindelige instruktion, hvor den aktuelle problematik præsenteres i en kort film og i en montre. Alligevel fremstår det uklart for nogle brugere, hvad man egentlig skal have en mening om. Kerneinformanterne Anne og Berit fortæller f.eks. om telefonen, hvor de ikke vidste, hvad de skulle sige:

ANNE: Man kunne indtale en besked på den der gamle telefon, og så derefter kunne man vist få lov til at høre andre.

BERIT: Mmm

ANNE: Men igen, vi vidste ikke, hvad vi skulle sige.

ANNE: ((senere)) Jeg ville ikke ane, hvad jeg skulle sige. [Så skulle det være fordi der stod et spørgsmål, som jeg så skulle svare på.

BERIT: [Nej

Dette siger noget om, hvor konkret og entydig hensigten med en opstilling skal være. Anne og Berit har mange stærke og velovervejede holdninger til de reklamer, som opstillingen problematiserer, men på trods af, at en stemme giver en kort introduktion i telefonen, ville pigerne stadig ikke ane, hvad de skulle sige, med mindre der stod et konkret spørgsmål. Dette er formentlig en del af forklaringen på, hvorfor en vis mængde af indlæggene i Ordet er Frit ikke relaterer sig til det dilemma, som opstillingen problematiserer. Som det bliver uddybet senere, er de urelaterede indlæg et irritationsmoment og en stopklods for mange brugere, som f.eks. Niels, der har lagt mærke til, at mange af indlæggene vedrørende et tema om Bertel Haarders frustration over journalister, slet ikke handler om politik eller journalistik:

NIELS: Det fjerner fokus, tror jeg, fra emnet, ikke? Og så tænker man bare, at det var sjovt, at det var Bertel Haarder, og så når man nok ikke rigtig videre i den proces

Eftersom indlæg bliver visket ud, fjernet og opsat, er det umuligt at vide præcis, hvor stor del af indlæggene i Ordet er Frit, som er urelaterede til emnet. Hvis man ser på de delte produktioner er det mere klart. Indholdsanalysen viser her, at 10 % af produktionerne overordnet set er urelaterede til det valgte tema, mens 50 % holder sig til temaet men i større eller mindre grad bryder med opstillingens struktur. Dette kan være både positivt og negativt, og i forbindelse med kreativitet er det, som jeg senere viser, blandt disse bidrag, at man også finder de få kreative bidrag. Dette

ligger godt i tråd med Mortens kommentar til Niels og hele spørgsmålet om, hvorvidt det bør gøres mere tydeligt, hvad man egentlig skal have en mening om. Morten påpeger, at der kan mistes "kunstnerisk værdi" ved at "skære det mere ud i pap":

MORTEN: Jeg synes, at det er lidt øh, det fjerner en lille smule af sådan et eller andet sådan kunstnerisk værdi at skære det mere ud i pap, men jeg tror at selve (.) resultatet af det der menings (.) ting, det ville, det ville blive (bedre) af det

Når tråden tabes

I nogle tilfælde, starter brugerproduktioner med at vise, at brugerne klart har forstået intentionen med en opstilling, men at det alligevel ender med at dreje sig om noget andet. Mønsteret for disse brugerproduktioner er stort set ens: På ét eller andet tidspunkt indtræffer der nogle omstændigheder, som gør, at brugerne "taber tråden".

Et typisk eksempel er i Chromakeystudiet, hvor det ikke er ualmindeligt, at brugere "taber tråden", hvis de ikke når at læse teleprompten. I en delt produktion (produktionsID 4901) rapporterer en pige og en dreng på omtrent 16 år fra Amalienborg i anledning af dronningens fødselsdag. Pigen rapporterer, mens drengen har klædt sig ud og gestikulerer ved siden af. De morer sig, men pigen har tydeligt svært ved at læse op i samme tempo som teleprompten. Efter 33 sekunder udbryder hun frustreret "Hvor hurtigt skal jeg snakke!?". Hun fortsætter, men giver snart op, hvorefter hun rækker mikrofonen over til sin partner og siger "Så, nu tager du over (.) Sidney Lee". Dette er vendepunktet, hvorefter tråden er tabt. Drengen forsøger kort at læse op, men udbryder snart "Hold kæft, man skal læse hurtigt, mand!". Herefter går produktionen over i en række urelaterede handlinger, hvor brugerne jonglerer med mikrofonen, spiller blotter, fremviser en tatovering, hvorefter drengen slutteligt spørger pigen: "Hvad så, er vi færdige eller hvad?".

Samme mekanisme kan finde sted i de tilfælde, hvor brugerne kun bruger teleprompten som en rettsnor. To piger på ca. 13 år laver den samme reportage fra dronningens fødselsdag (produktionsID 5059), men de forholder sig frit til teleprompten og anvender blot stikord og nøglesætninger fra den. Efter 36 sekunder, hvor begge brugere har bidraget, tøver den ene bruger og begynder søgende at læse en sætning op fra teleprompten: "I dag, der skal vi, øh". Hun ender dog med at tabe sætningen og finder spontant på en ny afslutning: "I dag, der skal vi, øh (.) kigge på nogle fisk ((ler))" med tydelig reference til de plasticfisk, som findes blandt Chromakeystudiets rekvisitter. Herefter er tråden uigenkaldeligt tabt, og pigerne griner, kaster med plasticfiskene, synger brudstykker af sange og udvander, før optagelsen er slut.

I nogle tilfælde skal der så lidt som et enkelt ord til at få brugerne til at tabe tråden. En ca. 18-årig dreng læser en kriminalreportage i Chromakeystudiet, mens en lærer

venter udenfor studiet (produktionsID 8108). Til at starte med går oplæsningen fint, men da brugeren kommer til ordet "jetset-dronning" får brugeren læsevanskeligheder og siger: "Den tiltalte er person blevet omtalt (.) jæ::s:::dron nej, okay, og nok er (.) ((lavmælt)) Det kan jeg ikke. Det kan jeg ikke. FUCK det!". Brugeren bliver vred og kalder læreren ind, som forsøger at glatte ud ved at improvisere et interview sammen med eleven.

Det modsatte af frustrationen over læsevanskelighed opleves dog også. Kerneinformanterne Lars, Niels og Morten oplevede at miste fokus i Chromakeystudiet, fordi man "bare skulle stå og læse op". De er boglige, kreative 19-20-årige, som anvendte opstillingerne let og ubesværet og mest af alt ville "lege" med dem. De forklarer:

NIELS: =Jeg tror, at det der skete, det var at øh, at, at man måske mistede fokus derinde [og ikke lige fik læst op, hvad det var, men det

LARS: [((ler)) Ja

MORTEN: Ja, det var der nok (noget om)

VV: Men det er jeg lidt interesseret i. Hvad tror du, hvad tror I det var, der fik jer til at miste fokus?

MORTEN: Det var, at du skulle stå og læse op og ikke lave sjove ting=

NIELS: =Og enormt [skuffende, at der ikke var en (vejruddsig)

Brugerne foreslår, at der skulle være en grøn heldragt, så man kunne blive usynlig, og de har idéer til, hvordan man kunne lave parodier på meteorologen Henrik Voldborg. For dem er det ikke udfordringen ved at læse op, som får dem til at tabe tråden: Det er derimod manglen på udfordringer ved at læse op.

Tekniske fejl kan naturligvis også få brugere til at tabe tråden og ofte også afbryde produktionerne før tid. I en produktion fra Den Varme Stol (produktionsID 2568) lader moderen til en ca. 14-årig sig interviewe. Hun svarer på den virtuelle værts spørgsmål, men grundet en fejl i lydindstillingerne bliver hendes stemme ikke registreret. Dette resulterer i, at opstillingen først fortsætter til næste spørgsmål efter ca. 20 sekunder og ikke efter endt svar, som det er meningen. Brugeren reagerer på det ved at kommentere, svare igen og til sidst lave grimasser og lignende. Efter få spørgsmål er tråden fuldstændig tabt, og brugeren udvander fra opstillingen.

Det interessante er ikke selve konstateringen af, at forstyrrelser af forskellig art har indflydelse på brugernes produktioner. Det interessante er, hvad der sker, når forstyrrelserne indtræffer. I 15 af de delte produktioner (6 %) udvander brugerne, før optagelsen er slut, og i yderligere 5 produktioner (2 %) ender produktionerne afsporet, såsom den vrede bruger i det ovenstående eksempel, uden at brugerne dog

udvandrer. Dette er vel at mærke delte produktioner. Hvad brugerne *ikke* har valgt at dele er en anden sag, og det ville være logisk at antage, at hyppigheden af produktioner, hvor tråden tabes, er størst i de produktioner, hvor brugerne har fravalgt deling.

Jeg vil senere komme nærmere ind på, hvordan brugere oplever det at producere i opstillingerne, samt opstille en typologi for, hvordan man som bruger kan forholde sig til opstillingen. I første omgang vil jeg blot konstatere, at brugere i nogen udstrækning oplever at tabe tråden og typisk ender med at pjatte eller at udvandre. Set som kreativ proces er der her med Csikszentmihalyis (1996) tale om en afbrydelse af brugernes flow eller en hindring for, at brugerne overhovedet kan komme i en tilstand af flow. Da mange af forstyrrelserne skyldes opstillingsspecifikke forhold (for høj hastighed, tekniske fejl, for høj el. lav sværhedsgrad osv.), er det også noget, som kan og bør adresseres i forbindelse med revisioner af opstillingsdesign, eftersom museet ønsker og prioriterer kreativitet i brugeroplevelsen.

Slutteligt kan man undre sig over, at indhold fra produktionsforløb, som brugere i visse tilfælde er tydeligt utilfredse med, bliver delt i MedieMixeren. Mine data kan ikke levere et klart svar på dette spørgsmål, men en del af forklaringen skal findes i det forhold, at brugergrupper deles om én e-billet, som er registreret i én brugers navn. Det betyder, at en bruger, som ikke er tilfreds med sin egen produktion, kan risikere, at den bliver delt alligevel. I afsnittet *problematisering af den elektroniske billet* kommer jeg med en nærmere analyse af e-billetten samt af mulige måder at tildele adgang og ejerskab til indhold på.

MedieMixeren som bidragende projekt

Simon (2010) skelner mellem fire typer af museale deltagelsesprojekter: Bidragende (contributory), kollaborative (collaborative), medskabende (co-creative) og værtsprojekter (hosted).

De fire typer beskriver en gradvis afgivelse af projektstyringen fra museet til brugerne: I *bidragende* projekter ønskes få specifikke bidrag fra brugerne inden for en af museet snævert opstillet ramme. I *kollaborative* projekter inddrages brugerne i en proces, hvor de har en vis indflydelse på retningen for projektet. I *medskabende* projekter har brugerne stor kontrol over projektet og involveres helt fra starten, hvor projektets mål defineres. I *værtsprojekter* overdrager eller udlåner museet en del af sine faciliteter til brugerne, som derefter på egen hånd organiserer og gennemfører et projekt.

Ifølge denne model er MedieMixeren et klart eksempel på et bidragende projekt, både hvis man ser på MedieMixerens udvikling og brug:

I udviklingsfasen blev brugerne adspurgt om deres konkrete ønsker til indhold, såsom hvilke værter i Den Varme Stol, eller hvilke typer af historier i Lydboksen, de

ville foretrække. Rammen for MedieMixeren var fastlagt af museet, og brugerne havde ingen reel indflydelse på denne. Eftersom der var lavet udførlige projektplaner og specifikationer, ville det eksempelvis være utænkeligt, at Den Varme Stol på det tidspunkt kunne forkastes som idé. Men brugerne kunne bidrage med ønsker til indholdet.

I brugsfasen kommer brugerne også med bidrag. Hver eneste af MedieMixerens produktionsopstillinger er netop designet til, at brugerne kan bidrage inden for en opstillings givne ramme. Opstillingerne er typiske eksempler på Simons beskrivelse af bidragende projekter, hvor hun definerer, at "Comment boards and story-sharing kiosks are both common platforms for contributory activities" (Simon, 2010, s. 187).

Jeg mener dog, at ressourcer som MedieMixeren bør ses som andet end blot et projekt, hvor museet ønsker bidrag fra brugerne. MedieMixeren er også et design for en social struktur, som er baseret på brugernes bidrag, og som har nogle ligheder med strukturen for fællesskaber. En sådan struktur søger at skabe forbindelser mellem mennesker gennem de bidrag, som de efterlader i det fysiske museumsrum. For at skelne fra andre sociale strukturer, kalder jeg denne struktur en *bidragskæde*.

Wenger, McDermott & Snyder (2002) har kortlagt forskellige sociale strukturer i følgende tabel:

	HVAD ER FORMÅLET?	HVEM HØRER TIL?	HVOR SKARPE ER GRÆNSERNE?	HVAD HOLDER DEM SAMMEN?	HVOR LÆNGE VARER DE VED?
Praksisfællesskaber (Communities of Practice)	At skabe, udvide og udveksle viden og at udvikle individuelle kapaciteter	Selv-udvælgelse baseret på ekspertise eller passion vedrørende et emne	Uskarpe	Passion, involvering og identificering med gruppen og dens ekspertise	Udvikler sig og slutter organisk (vedvarer så længe der er relevans i forhold til emnet og interesse i at lære sammen)
Formelle afdelinger (Formal Departments)	At levere et produkt eller en service	Alle som er under afdelingens leder	Skarpe	Faglige krav og fælles mål	Tænkt som permanent (men varer indtil den næste omorganisering)
Funktionsgrupper (Operational Teams)	At varetage en løbende funktion eller proces	Medlemskab er tildelt af ledelsen	Skarpe	Delt ansvar for funktionen	Tænkt som vedvarende (men varer så længe funktionen behøves)
Projektgrupper (Project Teams)	At fuldføre en specifik opgave	Folk som har en direkte rolle i opgavens udførelse	Skarpe	Projektets mål og delmål	Forudbestemt afslutning (når projektet er afsluttet)
Interessefællesskaber (Communities of Interest)	At blive informeret	Enhver som er interesseret	Uskarpe	Adgang til information og fornemmelse af ligsindethed	Udvikler sig og slutter organisk
Uformelle netværk (Informal Networks)	At modtage og videregive informationer, at vide hvem der er hvem	Venner og forretningsforbindelser, venner af venner	Udefinerede	Gensidige behov og relationer	Starter og slutter aldrig rigtigt (eksisterer så længe folk holder kontakt eller husker hinanden)

Oversat af V. Vestergaard efter Wenger, McDermott & Snyder (2002, s. 42)

Der findes naturligvis mange andre sociale strukturer, som kan beskrives gennem disse dimensioner. En bidragskæde vil jeg beskrive som følger:

Bidragskæde	At skabe og videregive viden og mening	Enhver som skaber eller anvender bidrag	Uskarpe	Oplevelse af inspiration eller provokation til at bidrage	Eksisterer så længe folk anvender og skaber bidrag
--------------------	--	---	---------	---	--

En bidragskæde er altså defineret som den type sociale struktur, der eksisterer, når mennesker inden for en designet ramme engagerer sig kortvarigt ved at anvende

tidligere medlemmers bidrag og skabe nye bidrag, som kan anvendes af fremtidige medlemmer. Det er en asynkron og distribueret organisation, hvor kontakten mellem medlemmer kan ses som en slags stafet, hvor medlemmer arver bidrag og giver nye bidrag videre som deres egen arv. Forskellen på et praksisfællesskab og en bidragskæde er således, at de enkelte medlemmer af en bidragskæde ikke har det vedvarende engagement, som kræves for at der udvikles en egentlig praksis. De enkelte bidrag kan medvirke til dannelsen af stile og diskurser, men: "Stile og diskurser er imidlertid ikke praksisser i sig selv. De udgør disponibelt materiale – ressourcer, der kan bruges i sammenhæng med forskellige praksisser" (Wenger, 2004, s. 154).

Graffitiwægge, tidskapsler og gæstebøger er eksempler på design, som søger at forbinde mennesker kommunikativt gennem asynkron og momentan deltagelse i bidragskæder, hvor en række bidrag kan give anledning til dannelsen af stile og diskurser. Hvis en bidragskædes medlemmer vender tilbage gang på gang, kan der også udvikle sig et egentligt praksisfællesskab, og der er intet som hindrer, at de to strukturer kan eksistere side om side.

Det fremgår af de ovenstående eksempler, at en bidragskæde er forbundet med en vis anonymitet idet medlemmer ikke nødvendigvis møder hinanden eller vender tilbage. Et af de stærkeste eksempler på dette er graffiti, hvor graffiti-forskeren Regina Blume (1985) ligefrem definerer graffiti som defekt kommunikation af netop disse årsager. Selv i en gæstebog, hvor det er almindeligt at skrive sit navn, vender man typisk ikke tilbage, ligesom man ikke har nogen vished om, hvorvidt ens besked overhovedet vil blive læst af nogen. Man deltager kortvarigt i en kommunikativ forbindelse af mennesker, som har givet et bidrag. Man læser nogle af disse bidrag, leverer sit eget bidrag og begiver sig videre.

Et eksempel på et kommunikationsdesign, der i høj grad har givet anledning til både bidragskæder og praksisfællesskab er det berømte og berygtede website 4chan (<http://www.4chan.org>). 4chan er et såkaldt imageboard, hvor brugerne anonymt uploader billedfiler i forskellige kategorier, hvor den mest kendte kategori er /b/ ("random"). Her er det tilladt at uploade stort set hvad som helst, hvilket gør, at /b/ er fyldt af grænseobjekter som reifikative forbindelser mellem den "virkelige" verden og /b/. Andre anonyme brugere kan kommentere med billeder og/eller korte tekstbeskeder. Indholdet bliver ikke arkiveret, og der er kun plads til et begrænset antal tråde, hvilket betyder, at gamle tråde forsvinder i takt med, at der oprettes nye. Samtidig er der intet indeks, så når man har bidraget, kan det være besværligt at finde sine egne bidrag igen. Siden sitets fødsel i 2003 er der løbende blevet skabt stile og diskurser, hvilket særligt kan ses gennem dannelsen af internet-memer som "pedobear", "lolcats" og "chocolate rain", der alle udspringer fra 4chan's /b/-board. Enhver kan gå ind på websitet for at uploade billeder og skrive kommentarer. Så er man med i bidragskæden og med til at forme stile og diskurser. Men for at være en del af praksisfællesskabet omkring /b/ kræver det, at brugeren bliver en "bro" eller en "b-tard" som fællesskabet kalder dets reelle medlemmer. Dette indebærer, at man

forstår og deltager i praksis, som involverer ”rickrolling”, ”triforcing”, ”invasions” og mange andre aktiviteter, som er ukendte for de fleste udenfor praksisfællesskabet. Gennem deltagelse i bidragskæden kan der dog stiftes bekendtskab med denne praksis. Bidragskæder kan således fungere som legitim perifer deltagelse, altså det første trin ind i et fællesskab jfr. Lave & Wengers (1991) terminologi, hvilket Wenger (2004) tillige beskriver som en indadgående bane.

Ovenstående eksempler demonstrerer flere aspekter af det, jeg har benævnt en som bidragskæde:

- Strukturen eksisterer på trods af medlemmernes hele eller delvise anonymitet
- Medlemmer engagerer med stile og diskurser adskilt fra praksis
- Deltagelse i kæden kan samtidig være legitim, perifer deltagelse i et praksisfællesskab
- Bidrag gives til trods for, at bidragsgivere kun i begrænset omfang har mulighed for at vende tilbage og modtage respons på bidraget
- Bidrag danner ofte reifikative forbindelser mellem bidragskæderne og de praksisfællesskaber, som bidragsyderen tilhører (svarende til hvad Wenger (2004) kalder ”multipelt medlemskab”).

MedieMixeren som social platform

Der er intet i min beskrivelse af bidragskæder, som betinger, at en bidragskæde eksisterer omkring en Internetbaseret platform eller involverer digitale medier. En bidragskæde kan eksistere på en platform så simpel som en helt almindelig gæstebog. I forbindelse med MedieMixeren er det dog oplagt at drage paralleller til Internetbaserede platforme og de fællesskaber, som eksisterer omkring dem. Marketingsforskerne Kaplan & Haenlein har udarbejdet en ofte anvendt klassifikation af sociale medier. De definerer sociale medier som ”a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of User Generated Content” (Kaplan & Haenlein, 2010, s. 61). Inden for denne ret brede definition opstiller de seks kategorier af sociale medier ud fra det princip, at sociale medier kan lægge op til højere eller lavere grad af hhv. ”self-presentation” og ”social presence”:

		Social presence / Media richness		
		Low	Medium	High
Self-presentation / Self-disclosure	High	Blogs	Social networking sites (e.g., Facebook)	Virtual social worlds (e.g., Second Life)
	Low	Collaborative projects (e.g., Wikipedia)	Content Communities (e.g., YouTube)	Virtual game worlds (e.g., World of Warcraft)

(Kaplan & Haenlein, 2010, s. 62)

Hvis man anerkender MedieMixeren som et Internetbaseret system af opstillinger, så omfattes den af Kaplan & Haenleins brede definition af sociale medier og vil således kunne placeres i en af de seks kategorier. Her er MedieMixeren tættest på at være et content community, hvilket beskrives som en platform, hvis hovedformål er at dele medieindhold mellem brugere. Grunden til, at Kaplan & Haenlein mener, at content communities fordrer en lav grad af "self-presentation / self-disclosure", er: "Users on content communities are not required to create a personal profile page; if they do, these pages usually only contain basic information, such as the date they joined the community and the number of videos shared" (Kaplan & Haenlein, 2010, s. 63).

Det overordnede fokus på deling af medieindhold og nedprioriteringen af profiler svarer meget præcist til MedieMixeren, hvor profiler blot indeholder data som navn, alder og email, og hvor alene navnet er synligt for andre brugere – endda kun i forbindelse med deling af en produktion. Det er således fristende at konkludere, at MedieMixeren som platform er at betragte som et simpelt content community. Kaplan & Haenleins model har dog en lille svaghed, som bliver særlig tydelig i forbindelse med MedieMixeren, nemlig, at karakteren af det delte indhold på et content community i høj grad er afgørende for, om der er tale om høj eller lav "self-presentation / selv-disclosure". Kaplan & Haenleins beskrivelse af "self-presentation / selv-disclosure" er "the conscious or unconscious revelation of personal information (e.g., thoughts, feelings, likes, dislikes) that is consistent with the image one would like to give" (Kaplan & Haenlein, 2010, s. 62). Dette er fuldstændig, hvad en del af brugerne i MedieMixeren gør, når de bliver interviewet i Den Varme Stol, indtaler en besked på telefonen i Ordet er Frit eller improviserer i Lydboxen eller Chromakeystudiet. Når en bruger i delt produktion fra Den Varme Stol (produktionsID 1736) f.eks. åbenhjertigt fortæller, at hun drømmer om at blive sanger, så drejer det sig i høj grad om "self-presentation / selv-disclosure". Så et simpelt content community i Kaplan & Haenleins forstand er MedieMixeren ikke.

Nye literacy-praksisser som lifecasting og vlogging (videologging) som de ses udfoldet på eksempelvis YouTube, og især på dedikerede sites som justin.tv, rummer også en høj grad af selvfremstilling. En platform som justin.tv passer ikke ind i Kaplan & Haenleins model, for det er grundlæggende et content community, som deler live- og arkiverede videoer, men det lægger samtidig op til en høj grad af selvfremstilling. På justin.tv fortæller brugere om små og store ting, som betyder noget i deres liv, og dette er ikke spor anderledes end Facebook, selv om formatet er et andet. Burgess & Green (2009) har udført indholdsanalyse af en stikprøve på 4320 populære videoer på YouTube. Godt halvdelen af videoerne viste sig at være brugergenererede, og den største gruppe af disse (næsten 40 %) var vlogs, altså produktioner med en meget høj grad af selvfremstilling. Omvendt var der ikke mange traditionelle hjemmevideoer, og Burgess & Green skriver "there was a surprisingly small number of amateur, mundane, 'slice of life' videos in the sample – despite the myth, we just didn't come across very many cat videos at all" (Burgess & Green, 2009, s. 43).

Kaplan og Haenleins kategorier er altså ikke helt stabile, og i relation til MedieMixeren er pointen, at den logiske del af MedieMixeren, som drejer sig om at dele produktioner med andre brugere, ikke blot kan betragtes som et simpelt content community. Produktion og deling af indhold er for både YouTube, justin.tv og MedieMixeren i høj grad forbundet med selvfremsstilling, selv om de som platforme grundlæggende er content communities.

Ofte vil det delte indhold naturligvis propagere til andre platforme. En kerneinformant fortæller, hvordan hun godt kunne tænke sig at dele sit indhold fra MedieMixeren:

ANNE: Facebook ville jeg helt sikkert bruge, altså. Det er jo der, man viser alt. Ens humør, ens billeder fra i går, og (.) så selvfølgelig også "se, hvad jeg har lavet".

En anden informant fortæller:

NIELS: Jeg kunne godt finde på at maile det til min far

Der synes ikke at være noget helt fast svar på, hvilke platforme MedieMixerens brugere vil anvende til deling af indhold. Facebook er et almindeligt svar fra brugere, og mange deler Annes syn på, at "det er jo der, man viser alt". Andre brugere søger at undgå Facebooks affinitet for mange-til-mange-kommunikation og foretrækker, ligesom Niels, at emaile direkte til udvalgte modtagere en-til-en. Gruppen forklarer, hvad det drejer sig om for dem:

NIELS: Jeg kunne godt finde på at maile det til min far

MORTEN: Ja, men sådan noget i den stil der. Altså gode [venner, familie og sådan noget

LARS: [Gode venner

Her er der tale om deling til en snævert udvalgt og nær kreds. Dette står i skarp modsætning til brugere som Anne, som på Facebook ville dele produktioner fra MedieMixeren på linje med "ens humør" og "ens billeder fra i går". Andre brugere efterspørger muligheden for at kunne overføre produktioner til USB-enheder, som en vært forklarer:

VÆRT1: [...] på Mixerstationen er der et USB-stik, og der tror folk, at de kan tage tingene med hjem, hvis de lige har sådan en stick med selv, hvor man så fortæller, at det kan man ikke. Det har sikkert noget med nogle rettigheder at gøre. Altså man kan lægge ting IND med en USB-stick, men man kan ikke hive tingene UD

Anvendelsen af forskellige platforme til deling synes altså være baseret på konkrete og personlige kommunikationsbehov og -præferencer, og selv om Facebook med sine knap 3 mio. danske profiler er populært her i landet, er det på ingen måde den

eneste måde at dele på. Jenkins (2006) advarer imod det, han benævner "the Black Box Fallacy", altså tanken om at konvergens kommer til at medføre, at alt medieindhold på et tidspunkt vil blive samlet i én enhed (f.eks. en smartphone), som overflødiggør alle andre typer af enheder. Jeg vil advare imod den samme tanke vedørende sociale medieplatforme og tjenester. Facebook overflødiggør ikke andre kanaler til distribution af medieindhold.

Konvergens medfører to modsatrettede bevægelser: En bevægelse mod generelle platforme med mere og mere generel funktionalitet og en anden bevægelse mod mere formålsspecifikke platforme og tjenester. På Facebook er det blevet muligt at uploade billeder og videoer, og skillelinjen mellem socialt netværkssted og content community er ikke længere så tydelig. Tilsvarende er YouTubes øgede fokus på selvfremstilling gennem stadig fyldigere brugerprofiler, samt den massive tilstedeværelse af vlogs en bevægelse mod den selvfremstilling, som definerer et socialt netværkssted.

Mens indhold og funktionalitet flyder sammen, bliver der omvendt større behov for at levere og organisere indholdet på forskellige specifikke måder. Det seneste eksempel er Facebooks såkaldte timeline, som blev introduceret med sloganet: "Tell your life story with a new kind of profile".

Rige muligheder for indlejring af links og indhold på sociale medier er yderligere med til, på den ene side med til at udviske skellene mellem blog, SNS og content community, og på den anden side at øge specificiteten af sociale medier, som hver især kan tjene som forskellige måder at distribuere indhold på ud fra forskellige behov. I forbindelse med fysiske enheder beskriver Jenkins dette som et "pull toward more specialized media appliances" som sameksisterer med "a push toward more generic devices" (Jenkins, 2006, s. 15).

I MedieMixeren bliver indhold delt på to måder: En meget specifik måde i det fysiske museumsrum og en meget generel måde på Internet.

Sidstnævnte består i, at brugerne kan indlejre et link på Facebook eller sende et link via email. Indholdet er lagret på MedieMixerens server og vises på MedieMixerens hjemmeside. Der trækkes på Facebooks funktionalitet, og i princippet kan linket indlejres hvor som helst, hvor det er tilladt at indlejre links, det være sig sociale netsteder, blogs, forummer etc.. Der er således tale om en meget generel form for deling, der kun i ringe grad faciliteres af MedieMixeren som platform. På dette punkt er MedieMixeren som social platform et simpelt content community, hvor brugere kan dele indhold i forskellige kategorier.

I det fysiske museumsrum fungerer delingen dog anderledes. Indholdet er det samme, men måden hvorpå indholdet bliver organiseret og leveret er specifik. Her er der tale om en bidragskæde, hvor indholdet fra produktionsopstillingerne organiseres i det, der som abstrakt datatype er en kø med en fast størrelse. Det er en FIFO-struktur (First In, First Out), og nyt indhold skubber automatisk gammelt indhold ud

af køen. De såkaldte "demofeed-skærme" ved Chromakeystudiet og Den Varme Stol rummer kun én plads i køen, nemlig den sidst delte produktion, men skærmen foran sofaen rummer en kø med fem pladser af vilkårlig type. Desuden kan brugere i det fysiske rum få adgang til køer bestående af de 18 mest populære samt de 18 nyeste produktioner af samme type. Lysavisen og telefonen ved OrF er også køer, og de rummer de fem sidste indlæg, mens de ikke-digitale udtryksmedier rummer et mere vilkårligt antal af de nyeste brugergenererede indlæg.

Måden, hvorpå indholdet præsenteres i MedieMixeren, er altså vældig specifik. Det er en udstilling, som har en vis nyhedsværdi, idet den er et ekko af de aktiviteter, der for nylig har fundet sted i rummet. Samtidig er den en ambivalent social platform, idet der på den ene side er tale om en anonym bidragskæde, hvor det end ikke fremgår, hvornår en produktion er blevet til, og på den anden side er en platform for indhold, som ofte har en høj grad af selvfremsstilling. Denne ambivalens er en mulig medvirkende årsag til, at mange brugere som tidligere nævnt oplever fremmedgørelse i forhold til det brugergenererede indhold.

MedieMixeren som praksislandskab

MedieMixeren er i høj grad design for en bidragskæde, selv om det i udviklingsfasen aldrig blev italesat på den måde. Men MedieMixeren er relateret til andre fællesskaber og disses praksisser – noget i kraft af bevidst design, andet mere tilfældigt. I museets statusrapport fra november 2009, hvor MedieMixerens grundform begyndte at ligge fast, lyder projektgruppens præsentation af rummet: "MedieMixeren er det nye aktivitetscenter på Danmarks Mediemuseum. Her kan gæsterne træde ind i mediernes hektiske kredsløb og tage rollen som både 'offer' og 'aktør' i forskellige sammenhænge, hvorved de på deres egen krop gør sig nogle erfaringer om mediernes grundlæggende virkemåde" (Mortensen, 2009, s. 14). Dette er korrekt, men beskrivelsen uddyber ikke, hvordan brugerne træder ind i "mediernes hektiske kredsløb", og hvordan opstillinger skaber forbindelser til forskellige praksisser vedrørende medier.

For at forstå dette, er det nødvendigt at undersøge forholdet mellem design og praksis. Jeg tager her udgangspunkt i Wengers definition af design som "systematisk, planlagt og gennemtænkt kolonisering af tid og rum i et foretagendes tjeneste" (Wenger, 2004, s. 258). Uanset hvor systematisk, planlagt og gennemtænkt denne kolonisering er grebet an, er der dog ikke noget strengt kausalt forhold mellem design og anvendelse. I forbindelse med læring skriver Wenger: "Læring kan ikke designes: man kan kun designe for den – dvs. fremme eller modarbejde den" (Wenger, 2004, s. 259). Der er således en indirekte relation mellem design og anvendelse. MedieMixeren er resultatet af design, mens anvendelsen af MedieMixeren derimod (blandt andet) er en reaktion på design.

I det foregående afsnit beskrev jeg, hvordan delingen i MedieMixeren er designet på en vældig specifik måde, men hvad jeg ikke uddybede, var, at MedieMixerens design ikke blot søger at forbinde brugere via indhold, men at det også søger at skabe forbindelser mellem brugere og forskellige professionelle baglande via produktion af indhold.

Wenger (2004) kalder som tidligere nævnt komplekse sociale sammenkoblinger af praksisser, grænser, periferier, forbindelser og møder for praksislandskaber. MedieMixeren er med dette begrebsapparat et praksislandskab, og når brugerne, som nævnt i projektgruppens statusrapport, skal "træde ind i mediernes hektiske kredsløb og tage rollen som både 'offer' og 'aktør'" og på deres egen krop gøre sig erfaringer om mediernes grundlæggende virkemåder, så handler det i høj grad om grænser, periferier, forbindelser og møder. Det er klart, at brugere i MedieMixeren ikke bliver journalister og lydfolk af at prøve Lydboksen og Chromakeystudiet, men opstillingerne åbner for adgang til periferier for praksisser vedrørende journalistik og medieproduktion. Brugernes aktiviteter kan betragtes som en legitim, perifer form for deltagelse, altså det første trin ind i et fællesskab, samt konkret situeret læring jfr. Lave & Wengers (1991) terminologi. Dette kan jfr. Wengers (2004) begreber også beskrives som en potentielt indadgående bane, og der er ingen, som på forhånd kan vide, hvor sådanne baner fører hen. De kan føre væk fra praksisserne, men de kan også føre til øget interesse og øget deltagelse i en praksis.

Brugerne i MedieMixeren fremhæver ofte MedieMixerens forbindelser til professionelle baglande og betragter MedieMixeren som et sted, som er interessant for brugere med en mulig fremtid i medieverdenen. Kerneinformanterne Ole og Peter fremhæver på eget initiativ, at man i MedieMixeren kan få indblik i, hvordan man skal gebærde sig foran et kamera, hvilket de mener, kan være nyttigt for nogen:

OLE: I hvert fald fra starten er det meget pinligt, men det er sjovt samtidig. Og så kan man også på en måde måske lære noget af det videre hen i livet.

VV: Okay.

OLE: Hvis man kan overhovedet.

VV: Hvad kunne det være, at man kunne lære?

OLE: Hvis man gerne vil (.) Hvis man skal opføre sig i et liveshow

VV: Okay

OLE: Så kan man være lidt forberedt

PETER: Og også hvordan man omgås med andre mennesker og kameraer og sådan (scene) lys

Udtalelser som disse er almindelige, mens meget få af MedieMixerens brugere tager udgangspunkt i deres egen situation som mediebrugere. Man kunne forestille sig, at

brugere ville lægge vægt på, at de i MedieMixeren lærer at forstå medier bedre og mere kritisk, men det er ikke tilfældet. I stedet lægges der ofte vægt på, at MedieMixeren henvender sig til brugere, som med Falks (2009) typologi ville kategoriseres som professionals/hobbyists. Et eksempel er Cecilie, som oplever, at MedieMixeren kun er relevant for unge, som har lyst til at uddanne sig inden for medier:

CECILIE: Jeg ved ikke, jeg synes at, altså for mig, så synes jeg det virker meget som noget, der kun er relevant for folk som (.) altså hvis man skal (.) jeg synes det er meget for sådan, for klasser, for folkeskoler eller sådan nogen der skal måske skal bruge det til (.) hvis de nu har lyst til at uddanne sig inden for medier

Set ud fra Falks typologi er det et problem, hvis et museumsrum rent faktisk kun er relevant for én type brugere. Cecilie reflekterer selv over den problematik:

CECILIE: Og det er jo egentlig en sjov tanke, at vi jo alle sammen har et stort, har et forhold til medier (.) på rigtig mange forskellige måder, og her synes jeg bare at man viser én måde, og det er meget øh (.) journalisten og (.) øh, debatter og sådan noget.

MedieMixeren skulle gerne vise mere end én side af medier, for som Cecilie formulerer det, har alle brugerne et stort forhold til medier på rigtig mange forskellige måder. For at belyse dette nærmere, er det nødvendigt at undersøge, hvordan MedieMixeren og andre museumsrum som praksislandskaber kan etablere forbindelser mellem forskellige baglande.

Forbindelser mellem baglande

Med udgangspunkt i Wengers (2004) særlig fokus på dualiteten deltagelsesliggørelse, kan man skelne imellem to typer forbindelser mellem menneskers baglande, nemlig hhv. participative forbindelser, som etableres i kraft af deltagelse, og reifikative forbindelser, som etableres i kraft af tingsliggørelse. Begge typer af forbindelser ses i et museumsbesøg, og de etableres af både brugere og museer.

Participative forbindelser etableres f.eks., når grupper af brugere af forskellige generationer (typisk familier) besøger en udstilling, hvor de ældre brugeres erindringer og erfaringer kan skabe forbindelser for de yngre brugere, som giver mulighed for perifer deltagelse. Dette adskiller sig ikke væsentligt fra, når der fortælles historier i andre sammenhænge, hvor den perifere deltagelse giver lytteren mulighed for en stedfortrædende oplevelse: Man ved f.eks. en masse om forholdene under besættelsen, fordi ens bedstefar var modstandsmand. Museer etablerer lignende participative forbindelser i forbindelse med omvisninger og foredrag, hvor fagfolk og eksperter på lignende vis åbner grænsen til forskellige baglande. På Mediemuseet sker dette desuden gennem de arbejdende værksteder, hvor

pensionerede trykkere giver brugerne mulighed for perifer deltagelse i trykkernes fag.

Både museum og brugere kan ligeledes etablere reifikative forbindelser. Museets primære reifikative forbindelser består af museets formidlingsmateriale, hvor opstillinger, kataloger og plancher skal skabe de nødvendige forbindelser til de baglande, den pågældende udstilling vedrører, hvad enten dette er en bestemt periode, tematik eller person. I nogle tilfælde lader museet brugerne skabe reifikative forbindelser mellem udstillingen og brugernes egne baglande. Dette ses f.eks., når museer lader brugere skabe og dele indhold som i MedieMixeren.

Opstillet skematisk er der altså tale om følgende basale kategorier af forbindelser mellem fællesskaber og baglande, som de etableres af hhv. brugere og museum:

	Participative forbindelser	Reifikative forbindelser
Etableret af museet	Personlig formidling såsom omvisning og arbejdende værksteder	Formidlingsmateriale såsom kataloger, opstillinger og plancher
Etableret af brugerne	Historier, minder og viden formidlet internt i grupper	Brugergeneret indhold i form af kommentarer og produkter, som deles i fysiske rum eller online

Med Wengers (2004) begreber kan de participative forbindelser kaldes mægling og den person, gennem hvilken forbindelsen etableres, en mægler. Reifikative forbindelser etableres derimod gennem grænseobjekter – et begreb, som stammer fra sociologen Susan "Leigh" Star, og som er udfoldet i et berømt studie fra et zoologisk museum i 1989 (Star & Griesemer, 1989).

I MedieMixeren spiller både grænseobjekter og mæglere en stor rolle for brugernes aktiviteter, og som jeg vil vise, kan man med fordel skelne mellem forskellige niveauer af grænseobjekter og mægling.

Grænseobjekter i MedieMixeren

Grænseobjekter betegner alle reifikative forbindelse mellem fællesskaber. En genstand, som udstilles på et museum, gøres automatisk til et grænseobjekt, idet den "tjener til at koordinere perspektiverne fra forskellige baglande" (Wenger, 2004, s. 127). De udstillede trykpresser i Mediemuseets basisudstilling koordinerer eksempelvis perspektiver fra både trykkeres, museumsinspektørers, museumsværter og brugergrupper baglande. I forbindelse med omvisninger på Mediemuseet har jeg observeret, hvordan forskellige brugergrupper relaterer til trykpresserne på forskellige måder. Studerende fra medievidenskab kan eksempelvis sætte trykpresserne i relation til deres studie og til mediehistoriske temaer, mens

børns perspektiv ofte drejer sig om at se presserne som store maskiner på lige fod med andre mekaniske maskiner. Alt afhængigt af, om trykpresserne formidles af museets trykkere, af formidleren eller af en museumsinspektør lægges der yderligere perspektiver på grænseobjektet. Trykkerne kan relatere trykpresserne direkte til en professionel typografisk praksis, mens formidler og inspektør oftest bidrager med medie- og kulturhistoriske perspektiver. Resultatet bliver, hvad Wenger (2004) beskriver som en neksus af perspektiver. Besøget i udstillingen indebærer således ikke blot en relation mellem en person og en genstand, men også en relation mellem de fællesskaber, hvor genstanden har sin oprindelse og de fællesskaber, som de involverede parter tilhører.

En udstillingsgenstand fungerer altså i sig selv som et grænseobjekt. Dette indebærer ikke, at alle genstande automatisk er grænseobjekter. Først når en genstand koordinerer multiple perspektiver, kan den betragtes som et grænseobjekt, og denne transformation fra genstand til grænseobjekt er den måske væsentligste pointe med at bringe genstande ind i en udstilling. Den "ting" som udstilles, benævner jeg et *primært grænseobjekt*. I MedieMixeren udstilles der ikke mange fysiske genstande. Her er de primære grænseobjekter "ting" som f.eks. interviewgenren, reportagegenren og foley-lydproduktion. Principelt kunne man udstille interviewgenren ved at fremvise et interview, ligesom man kan udstille cylinderpresser ved at fremvise en cylinderpresse, men som bekendt foregår det på en anden måde i MedieMixeren. Det foregår gennem designede aktiviteter, og dette design kan også betragtes som et grænseobjekt:

I en ofte citeret artikel af organisationsforskerne Garrety & Badham indføres begrebet *sekundære grænseobjekter*. Hvor primære grænseobjekter er "a particular technological artifact or organisational plan around which all the activity is (supposed to be) focussed", defineres sekundære grænseobjekter som "ting", der faciliterer aktiviteter omkring et primært grænseobjekt: "These are subsidiary things that facilitate collective work around the primary object. They may include documents, such as contracts, standard operating procedures, newsletters and web pages. In their more abstract and social forms, boundary objects merge with trajectories. Examples here include conferences and workshops, which are discrete 'things' that bring people from diverse worlds together. The important attribute is that they act as 'common information spaces'" (Garrety & Badham, 2000, s. 108).

Set i forhold til museers udstillingspraksis kan ethvert designet formidlingsobjekt altså betragtes som et sekundært grænseobjekt. Opstillinger, audioguides, kataloger og skærme er alle sekundære grænseobjekter, såfremt disse er afledt af et primært grænseobjekt.

De fleste museumsgenstande kan med fordel formidles gennem sekundære grænseobjekter, men for nogle genstande er behovet større end for andre. En stenalderdolk kan let genkendes som en dolk og derved fungere som primært grænseobjekt, der tillader meningsforhandling om våben, jagt og status.

Museumsgæster kan forestille sig stenaldermandens brug af dolken og relatere hans praksis til deres egne praksisser som f.eks. lystfiskere eller spejdere. Dolken kan også uden vanskeligheder indgå i kunststuderendes skitsepraksis, hvor genstandens rent formmæssige kvaliteter er i centrum. Men uden sekundære grænseobjekter som skilte og plancher kan den forhistoriske praksis, hvori genstanden blev anvendt, ikke foldes ud, idet den praksis indeholder perspektiver, som er fremmede og ukendte for mange. Endnu mere vanskeligt er det dog at formidle immaterielle "ting" i en udstilling uden brug af sekundære grænseobjekter. Først og fremmest skyldes vanskeligheden det simple forhold, at en museumsudstilling er et fysisk eller virtuelt rum, og hvis grænseobjektet hverken kan ses, høres, lugtes eller føles, kan det heller ikke placeres rumligt. Et eksempel fra MedieMixeren er "journalistisk vinkling", som er et af temaerne for Chroma Key Studiet. Vinkling er for Mediemuseets fagområde et relevant grænseobjekt, som indgår i flere baglandes praksisser: Journalister forsøger at finde en god vinkling, politikere klager over uønskede vinklinger, og kritiske mediebrugere er opmærksomme på, at der kan være valgt en bestemt vinkel på en nyhedshistorie. Vinkling er en tingsliggørelse, som er lige så ægte og specifik som en stenalderdolk, selv om de to "ting" er ontologisk forskellige gennem deres tingsliggørelse som hhv. en metafor og et fysisk objekt. Men hvis metaforen skal præsenteres i et fysisk rum, skal den yderligere tingsliggøres i fysisk form, og dette resulterer nødvendigvis i et sekundært grænseobjekt. I tilfældet med vinkling, er det sekundære grænseobjekt en opstilling: Chroma Key Studiet. Men man kunne også have tingsliggjort det primære grænseobjekt "vinkling" gennem andre sekundære grænseobjekter, såsom skærme med eksempler på forskelligt vinklede nyhedsreportager, udstillingskataloger, som beskriver vinkling, en dokumentarfilm om vinkling, som kører i museets biograf osv.

For en museumskontekst kan man sammenfattet beskrive primære og sekundære grænseobjekter således:

Primære grænseobjekter er de "ting" som udstilles. Det kan dreje sig om fysiske genstande, dokumenter, begreber og andre former for tingsliggørelse, som praksisfællesskaber og brugergrupper kan organisere deres indbyrdes forbindelser omkring. Primære grænseobjekter er tingsliggjort af de praksisfællesskaber, hvori de oprindeligt blev anvendt.

Sekundære grænseobjekter er de "ting" som faciliterer designede forbindelser til primære grænseobjekter i form af opstillinger, kataloger eller andre designede formidlingsobjekter. De er afledt af primære grænseobjekter og tingsliggør bestemte dele og træk af disse. Sekundære grænseobjekter er som udgangspunkt tingsliggjort af museet.

Derudover vil jeg argumentere for, at MedieMixeren viser, at der også findes tertiære grænseobjekter. De kan beskrives således:

Tertiære grænseobjekter er de "ting" som udspringer af engagement med primære og sekundære grænseobjekter. De tingsligger individuelle perspektiver og kan tage sig ud som afledte værker, begrebsdannelser og produkter, som indgår i koordinationen af perspektiver fra forskellige baglande. Tertiære grænseobjekter er som udgangspunkt tingsligger af brugerne.

I MedieMixeren er brugernes delte produktioner og bidrag således tertiære grænseobjekter. Jeg ser denne kategorisering som analog med John Fiskes berømte skelnen mellem primære, sekundære og tertiære tekster i forbindelse med Tv-kultur (Fiske, 1987). Her er primære medietekster udsendelserne selv, mens sekundære medietekster betegner ledsagende materiale såsom programomtaler, oversigter og trailers, hvis formål er at fremhæve "selected meanings" (Fiske, 1987, s. 117). Tertiære medietekster er seernes egne perspektiver i form af f.eks. kommentarer, debatter og fankultur, og Fiske beskriver dem som "the texts that the viewers make themselves out of their responses [...] which work to form a collective rather than an individual response" (Fiske, 1987, s. 124).

Rækken af grænseobjekter stopper efter de tertiære grænseobjekter. Jeg mener ikke, at det giver mening at tale om kvartære grænseobjekter. Kvartære grænseobjekter ville f.eks. være kommentarer til en medieproduktion, som var delt på Facebook. Men her mener jeg dels, at kommentarernes forbindelse til det primære grænseobjekt er for svag til, at man kan betragte kommentarerne som relaterede grænseobjekter og dels at de typisk slet vil ikke fungere som grænseobjekter (altså en "ting" der bruges til at koordinere perspektiver fra forskellige baglande). I stedet betragter jeg dem som tilføjelser til det tertiære grænseobjekt. I det tilfælde, at kommentarer til tertiære grænseobjekter skulle komme til at fungere som nye tingsliggerelser omkring hvilke forskellige baglande organiserer deres indbyrdes forbindelser, vil jeg betragte dem som nye selvstændige primære, sekundære eller tertiære grænseobjekter, alt efter hvordan de anvendes.

MedieMixerens som netværk af grænseobjekter

Analyserer man MedieMixerens opstillinger som grænseobjekter, står det klart, at de hver især faciliterer aktiviteter omkring adskillige primære grænseobjekter:

Opstilling	Primære grænseobjekter	Sekundære grænseobjekter	Tertiære grænseobjekter
Ordet er Frit	Debatkultur. Demokrati. Beskedformater. Et skiftende emne.	Opstillingen Ordet er Frit	Brugernes ytringer
ChromaKey-studiet	Reportage. Journalistisk vinkling. Chromakeying. Medieillusioner. Emner som fiskeri, kendthedskultur og monarki. Steder som Kerteminde havn, Københavns Byret og Amalienborg slotsplads.	Opstillingen ChromaKey-studiet	Brugernes reportager
Den Varme Stol	Interviews. Medieillusioner. Emner som reality shows og monarki.	Opstillingen Den Varme Stol	Brugernes interviews
Lydboxen	Foley-lydudstyr. Medieillusioner. Filmlyd. Hørspil.	Opstillingen Lydboxen	Brugernes lydproduktioner
Mixerpulten	Klipning. Redigering. Brugernes egne produktioner.	Opstillingen Mixerpulten	Brugernes redigeringer og mix
Mediateket	Historiske klip fra Danmarks Radio.	Opstillingen Mediateket	(Ingen)

De enkelte opstillinger selekterer og fokuserer bestemte betydninger med udgangspunkt i de primære grænseobjekter, ligesom brugernes anvendelse af opstillingerne selekterer og fokuserer bestemte betydninger med udgangspunkt i opstillingerne.

Det kan bl.a. ske gennem de fire virkemåder for grænseobjekter, som Leigh Star har identificeret: Modularitet, abstraktion, akkomodation og standardisering (Wenger, 2004, s. 128-129).

Modularitet tillader, at hvert perspektiv kan fokusere på en bestemt del af grænseobjektet. Den Varme Stol rummer f.eks. interviews om forskellige emner og er således tydeligt modulær. Museet har altså foretaget en fokusering, og ved at vælge et

bestemt interview foretager brugerne en yderligere fokusering. Sådanne grænseobjekter benævner Star & Griesemer (1989) opbevaringssteder (repostories).

Abstraktion indebærer, at bestemte træk udelades, mens andre destilleres til en tydelig form. Chromakeystudiet anvender abstraktion, når brugerne tilbydes et valg mellem tre journalistiske vinklinger: Positiv, neutral og negativ. Dette er en forenkling, hvor mange dele af den journalistiske praksis er filtreret bort. Grænseobjekter af denne type kalder Star & Griesemer (1989) idealtyper (ideal types).

Akkommodation medfører, at opstillingerne kan bruges til forskellige aktiviteter. Lydboxens "freestyle"-modus, hvor brugere frit kan foretage en lydoptagelse, er et forsøg på at understøtte akkommodation. Dette lader brugerne anvende lyd til de specifikke formål, som brugerne ønsker (lyd for lydets egen skyld, optagelse af en specifik lydeffekt, optagelse af råmateriale til redigering osv.). Grænseobjekter af denne type kalder Star & Griesemer (1989) sammenfaldende grænser (coincident boundaries).

Standardisering betyder, at den information, som opstillingerne indeholder, findes i en forudbestemt form, så forskellige baglande ved, hvordan de skal håndtere den. I MedieMixeren har alle opstillingerne et standardiseret interface, og logikken med at producere i studierne og redigere og dele i Mixerpulten er ens. Ligeledes er rammen for produktionerne ens, hvilket tillader, at brugere kan sammenligne egne løsninger med andres. Grænseobjekter af denne type benævner Star & Griesemer (1989) standardformer (standardized forms).

Hvad Wenger synes at overse er, at kategorierne fra Star & Griesemers side ikke er ment som udtømmende eller entydige: "This is not an exhaustive list by any means. These are only analytical distinctions, in the sense that we are really dealing here with systems of boundary objects which are themselves heterogenous" (Star & Griesemer, 1989, s. 410). Opstillingerne i MedieMixeren er også i dén grad heterogene, og de rummer hver især forskellige grader af modularitet, abstraktion, akkommodation og standardisering. MedieMixerens opstillinger viser dog tydeligt, at der findes andre egenskaber, som tillader objekter at fungere som grænseobjekter. I MedieMixerens tilfælde drejer det sig om produktivitet.

Med produktivitet mener jeg, at en opstilling (eller et andet sekundært grænseobjekt) faciliterer muligheder for at producere tertiære grænseobjekter, som kan koordinere og betjene perspektiver fra forskellige baglande. Herved bliver det egentlige fokus for meningsforhandling ikke opstillingen selv, men produkterne. Dette kan i nogle tilfælde relatere sig til akkommodation (altså det forhold, at et grænseobjekt kan rumme forskellige aktiviteter), men det er ikke det samme: Selv meget ens aktiviteter, såsom det samme sekventielt fastlagte interview i Den Varme Stol, kan resultere i meget forskellige produkter, som giver mulighed for at betjene

en bred vifte af perspektiver. Dette skyldes opstillingens produktivitet, hvor brugere frit kan anlægge eller fremhæve forskellige perspektiver i produktionen.

På grund af opstillingernes standardisering og produktivitet er det mest frugtbart at betragte MedieMixerens opstillinger som et netværk af grænseobjekter frem for som en mængde af isolerede grænseobjekter. Opstillingerne og disses interfaces er i deres grundform ens, og produkterne kan ideelt set redigeres, deles og opleves på lige fod med hinanden. Ligeledes er formidlingstemaerne søgt relateret til hinanden, og de handler som udgangspunkt alle i større eller mindre grad om, hvordan indhold skabes, og hvordan medier i en vis udstrækning er baseret på illusioner. Relationen mellem grænseobjekter i MedieMixeren er altså ikke blot en vertikal relation mellem primære, sekundære og tertiære grænseobjekter. Det er heller ikke blot en horisontal indbyrdes relation mellem grænseobjekter af samme orden. MedieMixeren rummer snarere i sit design et netværk af grænseobjekter med relationer på kryds og tværs. Da hvert enkelt af disse grænseobjekter udgør, hvad Wenger (2004) betegner som en neksus af perspektiver, kan man også betragte det som et netværk af multiple perspektiver.

Mægling i MedieMixeren

Hvor grænseobjekter danner reifikative forbindelser mellem forskellige baglande, danner mæglere participative forbindelser. Mæglere er personer, som gennem multipelt medlemskab eller perifere adgange kan formidle forbindelser mellem forskellige baglande. I MedieMixeren sker det ofte, at brugere såvel som ansatte udfører mægling: Brugerne i en gruppe anvender deres partikulære viden til at hjælpe hinanden, og værterne anvender deres indgående viden om MedieMixeren til at hjælpe brugerne. Min egen rolle i MedieMixerprojektet er også i høj grad en mæglerrolle, hvor jeg forsøger at formidle forbindelser mellem brugernes baglande, museumspersonalets baglande og forskellige videnskabelige baglande. Men da jeg ikke udfører mægling i selve MedieMixerrummet, vil jeg ikke komme nærmere ind på dette.

Museumsværternes mægling er dels en indholdsmæssig, dels en teknisk mægling. De kender indholdet af MedieMixerens opstillinger, ligesom de indgående kender de tekniske problemer og forhindringer, som kan opstå for brugerne. Derfor tager de som "indfødte" imod de forskellige udefrakommende gæster, der ofte har en meget ringe idé om, hvad de går ind til. En vært forklarer, at denne modtagefunktion i hans øjne er værternes vigtigste funktion:

VÆRT2: Altså en væsentlig rolle, eller den vigtigste, som du, som du siger, det er jo sådan set at øh tage imod vores øh vores gæster. Og der er jo mange former for gæster. Når vi har en skoleklasse på besøg, så fungerer det jo på den måde, (at) der som regel er en øh en lærer med (.) og så videre, hvor vi så er med til lige at forklare lidt om hvordan det foregår og

dele folk op i nogle grupper, så der ikke står, så der ikke bliver kø ved, ved den samme attraktion.

At museumsværterne agerer som "indfødte" i MedieMixeren betyder ikke, at det er deres singulære perspektiv, de formidler. Museumsværterne opererer i høj grad i MedieMixerens neksus af perspektiver, hvor opstillinger og indhold har mange forskellige betydninger. Forskellige grupper af brugere, museumsinspektører, formidlere og andre ansatte har forskellige perspektiver, og museumsværterne er de daglige mellemmand i midten af denne neksus. Museumsværterne har ikke selv været med i udviklingen af MedieMixeren, og derfor kender de ikke alle de bagvedliggende tanker. De forholder sig derimod til MedieMixerens faktiske implementering, og når de hilser gæster velkommen, er det ofte som en slags erfarne superbrugere. Her handler mæglingen ofte om rent praktiske forhold, ligesom man ville mægle over for en udefrakommende gæst i ens hjem eller virksomhed. Ofte drejer det sig om de praktiske forhold vedrørende e-billetten og profiler. En museumsvært forklarer omkring et teknisk problem med renderingen af brugernes filmoptagelser:

VÆRT1: Det kan være det der med at, hvad hedder det, lave en optagelse, og så får de jo at vide, at de kan se den uden for studiet bagefter, ude på en af de der skærme, eller ovre i Mixerstationen

VV: Ja

VÆRT1: Og der er det jo at, sådan ville jeg selv gøre, altså, man ryger lige ud, og så sætter man sit plastickort i ud-skærmen. Og der er det så, at, det arbejder vi på lige nu, at der skal man så vente fire-fem minutter, mens den ligesom fremkalder det, man har optaget.

Her demonstrerer værten mæglerrollen, hvor han dels sætter sig selv i brugerens situation, dels tager teknikernes perspektiv ved at formulere det som, at "det arbejder vi på lige nu". Værten har ingen indflydelse på, om de tekniske problemer bliver løst eller ej. Det eneste, han kan gøre, er at forsøge at mægle og ellers bibeholde værternes praksis, hvor de er meget opmærksomme på at forklare brugerne, at man skal vente på, at "den ligesom fremkalder det, man har optaget", som værten formulerer det.

I nogle tilfælde bliver mæglingen dog en konkret indholdsmægling mellem brugerperspektiver og institutionelle perspektiver. Dette er, som en museumsvært forklarer, baseret på viden, museumsværterne selv har "opsnuset" på museet:

VÆRT2: Er der tid til det så tager jeg såmænd min egen lille private rundvisning, og (.) og viser (.) en enkelt person eller to rundt og uddyber tingene lidt mere, end man normalt gør. For os kustoder eller rettere ikke (.) ikke egentlig uddannede som decideret GUIDER, men alligevel har man opsnuset en viden,

når man nu har været et stykke tid, sådan at man kan fortælle en lille smule om, om de forskellige ting

Det forhold, at værterne "har opsnuset en viden" og er i stand til at anvende denne i mæglingssituationer viser, hvordan de, som Wenger beskriver det "er i stand til at skabe nye forbindelser, muliggøre koordination og – hvis de er gode mæglere – åbne nye muligheder for mening" (Wenger, 2004, s. 131). I mange tilfælde er denne mægling vellykket. En kerneinformant, Anne, fortæller om, hvordan museumsværten forklarede Lydboksen for Anne og hendes søster Berit:

ANNE: Jamen øh, så forklarede hun os lige (.) kort, øh, hvad det gik ud på derinde, fordi at jeg lod mærke til, at der stod en masse sko. Og jeg ved ikke om, så spurgte jeg, om man skulle optage step, eller hvad det var.

ALLE: ((ler))

ANNE: Men så fortalte hun så, at det var fordi man kunne optage lyd til FILM, sådan at folk, der går, så (.) Så viste hun os en film hvor der var en fyr, der gik på grus

Mine observationsdata bekræfter situationen, som var ligesom Anne forklarer. I situationen forstår pigerne tydeligt ikke, hvad skoene er beregnet til, men dette forklarer værten udførligt på et sprog, som pigerne forstår. Værten mægler altså på pigernes præmisser mellem pigernes bagland og museets og medieverdenens baglande. Mæglingen udbedrer således en mangel i opstillingen, hvor opstillingen i sig selv ikke fungerer fyldestgørende som grænseobjekt. Her bliver mæglingen en komplementær forbindelse til grænseobjektet, hvilket svarer til Wengers beskrivelse af komplementariteten mellem det reifikative og det participative: "Tingliggørelsens flertydighed og deltagelsens partialitet kan i fællesskab kompensere for hinanden ved at blive produktive interaktive ressourcer" (Wenger, 2004, s. 134). Når værterne i MedieMixeren uddyber opstillingernes indhold, er der tale om præcis en sådan kompensering, og sådanne situationer understreger nødvendigheden af komplementariteten mellem mægling og grænseobjekter.

En anden måde, hvorpå værternes mægling kompenserer for de forbindelser, opstillingerne ikke i sig selv formår at etablere, er ved at tage hensyn til brugergrupperes forskellighed. Værternes mæglerrolle handler i høj grad om at genkende og tage hensyn til brugergrupperes individuelle perspektiver, og på trods af opstillingernes tidligere nævnte modularitet, akkomodation og produktivitet er der yderligere behov for hensyntagen til, at brugergrupper er forskellige. I den forbindelse er der tre variable, som har særlig betydning for værternes mægling: Alder, nationalitet og besøgskontekst.

Mht. alder lader værterne som udgangspunkt de unge brugere eksperimentere mere på egen hånd end hhv. de midaldrende brugere og børn. Dette fortæller en vært også i et interview:

VÆRT1: Fordi det (.) der er mange der sådan (.) øh, det er sådan meget aldersopdelt, ikke?

VV: Mmm?

VÆRT1: Dem vi jo primært henvender os til, det er jo nok dem fra fjorten til femogtyve (.) tredive måske. Og de har en meget nem tilgang til det, altså de, øh, mange når de får, altså de skal bruge sådan et øh indtjeningskort (.) plastickort

VV: Ja?

VÆRT1: Mange (.) øh, stikker det jo (.) putter bare kortet i og så finder de SELV ud af tingene, hvorimod andre de skal sådan have forklaret, og kan godt lide at få forklaret, hvad kan man lave i de forskellige [...] rum

Derudover er værterne meget fleksible i måden, hvorpå de mægler for brugere i forskellige aldersgrupper. En vært forklarer om tonen i forhold til nogle konkrete brugere:

VÆRT2: [...] der stod sådan fem-seks IVRIGE knægte i 13-14 års alderen, og ville ind i det samme studie, hvor man faktisk, som vært (.) var nødt til at tage den STRENGE tone på og sige: "Nu holder I lige kæft et øjeblik, og så skal jeg lige forklare jer, hvordan I gør det rigtigt." [...] altså, vi har jo før haft øh 300 gæster fra Mærsk, i kørestole og gamle damer og sådan noget, de skal jo behandles på en anden måde, ikke. Og så er det somme tider, der siger vi jo ikke "hold nu kæft" vel? ((ler)) Der lægger vi tonen om. Nej, men vi skal somme tider bruge deres eget sprog, ikke? For at de fatter det, ikke

Det ville være stort set umuligt at forestille sig opstillingerne "bruge deres eget sprog" på samme måde. MedieMixerens opstillinger er designet til en bred masse af brugere i alderen 14-24 år, og en så bred målgruppe har ikke et fælles sprog. Værternes sensibilitet udgør her en unik mulighed for at etablere forbindelser med brugere, såsom de ovennævnte "ivrige knægte", som opstillingen i sig selv var ved at tabe.

Nationalitet er en anden variabel, som har særlig betydning for værternes mægling. En vært fortæller om, hvilke opstillinger han oftest viser brugere hen til:

VÆRT1: [...] det kommer an på hvad landsmænd det er

VV: Okay

VÆRT1: Fordi vi har jo det problem der, at der ikke er så meget for ikke-dansktalende [...] Så hvis det er udlændinge, så viser jeg dem Chromakeystudiet, fordi der har vi én attraktion, hvor der kører engelsk tekst.

VV: Ja

VÆRT1: Ellers er det så Lydboksen, der er det store hit blandt udlændinge fordi der skal de lægge lyd til film og freestyle og hørespil og sådan noget.

Over for udenlandske brugere komplementerer værterne opstillingerne ved at kompensere for en åbenlys svaghed i MedieMixerens design, hvor der, grundet ressourcemangel, ikke blev implementeret brugergrænseflader på forskellige sprog. Alternativet havde været, at brugere ved oprettelse af brugerprofil ville vælge et sprog, hvorefter opstillingerne automatisk ville skifte til det valgte sprog, når brugerne loggede ind med deres e-billet. Igen er der altså tale om en komplementaritet, hvor mæglingen primært fokuserer på at kompensere for de tilfælde, hvor opstillingerne betragtet som grænseobjekter ikke i sig selv formår at etablere frugtbare forbindelser mellem brugernes baglande og de institutionelle baglande.

Besøgs kontekst er den sidste væsentlige variabel med indvirkning på museumsværternes mægling. Værterne mægler tydeligt forskelligt alt efter om unge brugere kommer i en skolekontekst, med familie eller i vennegrupper. Mest tydeligt er det i forbindelse med skolebesøg, hvor en vært forklarer:

VÆRT2: På den der skoleklasse, den kører jo næsten af sig selv. Det er sådan et ping-pong spil, hvor man lige sådan forklarer, og så tager læreren over og så finder de ud af det. Og så kan der jo gå en lille gruppe rundt af (.) af andre besøgende, det kan være et ægtepar med øh med to børn, der går og snuser lidt og og ikke rigtig ved, hvad øh hvordan det måske det ser ud, og så tager jeg selvfølgelig absolut kontakten og siger: "Hvis I ønsker at prøve nogle af vores øh aktiviteter herinde, så skal I jo have et kort". Forklarer dem lidt om hvordan man, man bruger øh MedieMixeren.

Værtens udtalelse belyser to forhold: For det første, at mæglerrollen varierer ud fra besøgs konteksten, for det andet, at der også er andre mæglere i MedieMixeren end værterne. I forbindelse med besøg af skoleklasser overtager læreren mæglerrollen, men i andre sammenhænge kan unge brugere selv agere mæglere for hinanden.

Inden jeg ser nærmere på brugernes mægling, skal det dog slås fast, at der fra institutionens side også er flere andre mæglere, såsom inspektører og formidlere. Museumsværterne har dog en unik og primær mæglerrolle. De er helt naturligt de medarbejdere på museet, som er bedst til at koordinere perspektiver mellem brugerens mange baglande og institutionens mange baglande. Gennem deres vedvarende engagement i MedieMixeren er de i konstant berøring med både tekniske og indholdsmæssige spørgsmål og problematikker uden dog at have direkte indflydelse på disse. Dette stiller værterne i en til tider vanskelig situation svarende til Wengers beskrivelse af mæglingens "ofte ambivalente relationer af multipelt medlemskab" (Wenger, 2004, s. 131) og af den "rodløshed", som er "en

erhvervsrisiko ved det at være mægler” (Wenger, 2004, s. 131). Det forhold, at værterne desuden har meget ringe mulighed for at kontrollere opstillingerne, gør, at de ofte må agere (super)bruger, hvor de anvender e-billetter og interfaces på samme måde som brugerne. I MedieMixerens design er der simpelthen ikke et interface, som er særligt designet til værterne, og de kender derfor brugernes oplevelse af problematikker på førstehånd. De kender dog også teknikernes, udviklernes, formidlernes og inspektørernes problematikker, som de får indblik i, når opstillinger bryder ned, når der skal skiftes indhold i Ordet er Frit med mere. Det placerer værterne i dette ambivalente grænseland, som på én gang giver mulighed for at koordinere andres perspektiver, men som samtidig kan give en oplevelse af rodløshed og magtesløshed. Dette relaterer sig særligt til de mange tekniske problemer med MedieMixerens opstillinger. En vært forklarer:

VÆRT1: Der er det lidt irriterende, hvis det så ikke lige fung’er. Altså der har jo været nogle problemer med at noget af softwaren ikke rigtig har virket, og den har spillet nogle film for hurtigt igennem, og man har ikke kunnet klippe de ting der [...] Så skal man stå der og opfinde, eller ikke opfinde, men komme med en god forklaring på, hvorfor det er sket, og der bliver arbejdet på sagen og sådan. Det er nok det, der sådan er lidt (.) lidt træls som det hedder på jysk, ikke også ((ler))

En anden vært forklarer samme problematik:

VÆRT2: Vi har somme tider problemerne, når der skal et eller andet, når man står og, skal vi sige, øh, næsten alene på skansen. [...] vi er somme tider i nogle situationer, øh hvis NN har ferie, og andet, hvor vi faktisk er nødt og sætte så et skilt på og sige at øh, at øh, at systemet er nedlukket og vi venter på teknikere [...] så er vi nødt til at klare det så godt som muligt og sige at øh (.) ”Der er en funktion, som altså ikke virker”. Det gør vi så. For det er jo spørgsmål om RESSOURCER og sådan.

Som frontpersonale befinder værterne sig altså i en situation, hvor de skal ”komme med en god forklaring” og ”klare det så godt som muligt” når opstillingerne fejler. Her udfører de et for MedieMixerens vitale stykke mæglingsarbejde. I forbindelse med mæglingens risiko for rodløshed forklarer Wenger, at fordi ”praksisfællesskaber fokuserer på deres egen virksomhed, kan grænser mangle den form for forhandlet forståelse, der findes i kernen af praksisser om, hvad der udgør kompetence. Det gør det svært at erkende eller vurdere værdien af mægling” (Wenger, 2004, s. 131).

Set fra brugernes synspunkt er der ingen tvivl om, at værterne som mæglere besidder en høj grad af kompetence, og dette bliver værdsat. Mange brugere – både mine kerneinformanter og de sekundære informanter – har uopfordret omtalt værterne i positive vendinger. Udover at brugerne konsekvent beskriver værterne

som venlige, fremhæver de også ofte de situationer, hvor værterne hjælper med tekniske problemer, som f.eks. i følgende situation:

- LARS: Nå. Men jeg tror jeg ville have stået og prikket i lang tid på den der skærm og så bare sagt det virker ikke, det lort, og så have skredet
- VV: Hvad var det for en skærm der?
- LARS: Nå men det var den hvor man skulle have kortet [ind. Jeg havde bare stået sådan
- NIELS: [Det var fordi der skulle (et kort) ind
- VV: Ah, okay
- LARS: Hvad sker der med det lort her?
- VV: Ja, ja
- LARS: Så det var meget rart, at hun lige var der

Hvis værten ikke havde været der, var disse brugere altså "skredet" fordi de simpelthen ikke forstod, at en opstilling aktiveres ved at logge ind. Brugerne oplevede det som "rart", at hun var der som mægler, og i kraft af, at hun befinder sig på grænsen mellem brugernes praksisser og institutionens, kunne hun straks etablere en forbindelse, som opstillingen i sig selv ikke formåede at etablere.

Distribueret mægling

Ligesom museumsværterne anvender deres multiple medlemskab eller perifere deltagelse i forskellige fællesskaber til at overføre elementer fra en praksis til en anden, således gør brugere af og til noget tilsvarende i MedieMixeren. Multipelt medlemskab medfører ikke i sig selv mægling, men i det øjeblik, hvor en bruger har opnået perifer deltagelse i nogle af de praksisser, som MedieMixeren rummer eller formidler, er der et potentiale for at mægle på tværs af grænser til brugere, som endnu ikke har opnået en sådan perifer deltagelse. Denne form for mægling betragter jeg som distribueret i modsætning til museumsværternes, formidlernes og lærernes mere unilaterale mægling.

Distribueret mægling mellem brugere internt opstår oftest på baggrund af et af flg. tre forhold: Genbesøg i MedieMixeren, erfaringer med en opstilling som andre brugere endnu ikke har erfaringer med, og erfaringer andetsteds fra.

Mæglingen er mest tydelig i de tilfælde, hvor brugere genbesøger MedieMixeren med brugere, som kommer for første gang. Her indtager mægleren en rolle som facilitator jfr. Falks typologi (Falk, 2009). Der er altså tale om en forholdsvis stabil og gennem besøget vedvarende identitetsrelateret motivation. En meget almindelig reaktion

demonstreres af følgende gruppe kerneinformanter, som siger, at de godt kunne finde på at komme igen:

HANNAH: Ja. Faktisk, jeg synes, det har været meget (.) spændende og sjovt.

FATIMA: Måske også med nogle andre.

VV: Ja. Hvorfor skulle det så være med nogle andre?

FATIMA: Så ved vi allerede hvad det går ud på. Så kan vi vise dem (.) altså (.) vejlede dem lidt, og så kan vi være sammen om de forskellige ting

Foruden brugernes sædvanlige fokus på grupper og på at gøre noget sammen, handler et genbesøg for pigerne også om at "vise" og "vejlede". Efter at have været i MedieMixeren en enkelt gang er pigerne på en perifer eller begyndende indadgående bane i forhold til de grænser, som opstillingerne rummer og spænder over. De ved, hvordan MedieMixerens interfaces og teknik fungerer, men de har også en fornemmelse for, hvordan baggrunden i Chromakeystudiet er "falsk", som pigerne formulerer det, hvordan man står foran et kamera, hvordan det kan være svært alle fire at være inden for kameraets felt osv. Disse erkendelser gør ikke pigerne til journalister eller mediefolk, men de placerer dem på en potentielt indadgående bane, som giver mulighed for at mægle for udefrakommende ved at "vise" og "vejlede".

I MedieMixeren er der både eksempler på unge brugere, som genbesøger med familie, og unge som genbesøger med venner. De overtager delvis værtens rolle samtidig med, at de er fuldgyltige medlemmer af den gruppe, de ankommer med. Værten spænder dog over flere grænser og periferier, end de genbesøgende brugere, så i nogle tilfælde er værternes mægling stadig påkrævet.

Som det er tilfældet med genbesøgende brugere ses det også, at brugere mægler i de tilfælde, hvor de har opnået erfaring eller indsigt i en opstilling, som andre brugere endnu ikke har. Dette er en mere kortvarig mægling, hvor brugerne ikke direkte påtager sig en facilitator-identitet, som det er tilfældet ved genbesøg med nye brugere. Da grupper i MedieMixeren, som tidligere nævnt, udgør nogle meget stabile konfigurationer, er gruppemedlemmers erfaringer typisk sammenfaldende. Derfor ses den type distribueret mægling, hvor der mægles på baggrund af erfaringer med en opstilling, næsten udelukkende i forbindelse med skolebesøg. Her sker der kortvarige møder mellem grupper, hvor gruppemedlemmer udveksler erfaringer og forhandler mening med udgangspunkt i deres partielle oplevelser og erkendelser. Denne mægling bliver oftest efterfulgt af, at grupperne senere besøger de opstillinger, som mæglingen vedrørte. Alt afhængig af mæglingens karakter og kvalitet, kan dette hjælpe brugerne til at forstå opstillingens temaer bedre, eller, som jeg senere vil vise, give en forkert opfattelse, som kommer til at præge brugen af opstillingen og meningsforhandlingen omkring denne.

Den sidste udbredte form for distribueret mægling består af muligheden for at mægle i de tilfælde, hvor en bruger i en gruppe har erfaringer med relevante praksisser fra andre steder end MedieMixeren. Ligesom i de andre tilfælde af mægling, hælder denne mægling nogle gange mod det tekniske, mens den andre gange hælder mod det indholdsmæssige. Mekanismen i sådan mægling er ikke anderledes end den mægling, som finder sted, når bedsteforældre besøger museer med deres børnebørn og supplerer de udstillede grænseobjekter med minder om tidligere tider. Her giver mæglingen en stedfortrædende oplevelse, som komplementerer de reifikative forbindelser, som udstillingen i sig selv tilbyder. I MedieMixeren er grupperne dog ofte homogene, og en gruppes medlemmer vil ofte have mange overlap i deres baglande. Nogle grupper indfører f.eks. dele af musikpraksisser i Lydboksen, men oftest er gruppen på samme niveau og indforståede omkring denne forbindelse mellem baglande. Så med mindre det resulterer i en delt produktion, og dermed et tertiært grænseobjekt, som andre brugere kan anvende i meningsforhandlinger, får forbindelsen ikke reel mæglingsskarakter: Mægling indebærer, at der overføres elementer fra en praksis til en anden.

Grænseobjekter, mægling og stilladsring

Mægling i MedieMixeren finder ofte sted i forbindelse med stilladsring som beskrevet af Wood, Bruner og Ross (1976). Når en museumsvært anvender sit multiple medlemskab til at koordinere brugerperspektiver og institutionelle perspektiver sker det gerne i situationer, hvor brugere skal sættes godt i gang, eller når brugere oplever problemer. Opstillingerne som sekundære grænseobjekter er med til at rammesætte og fokusere brugernes indsats, hvilket ligeledes relaterer sig til stilladsring. Derfor kan det være fristende at sætte et simpelt lighedstegn mellem mægling og stilladsring.

Jeg vil imidlertid argumentere for, at hverken grænseobjekter eller mægling er lig med stilladsring, men at det derimod kan være midler til stilladsring, hvilket ikke er helt det samme.

Wood, Bruner og Ross (1976) beskriver seks former for stilladsring, nemlig rekruttering, reduktion af frihedsgrader, retningsfastholdelse, markering af kritiske træk, frustrationskontrol og demonstration. Disse stilladsringsformer er på en gang både mål og middel, hvor en underviser eller formidler udfører frustrationskontrol for at afhjælpe frustrationer, udfører rekruttering for at rekruttere osv.

De hollandske læringsforskere van de Pol, Volman & Beishuizen (2010) har dog foreslået en nyttig skelnen mellem stilladsringsmidler (scaffolding means) og stilladsringsintentioner (scaffolding intentions). Med denne skelnen er grænseobjekter og mægling midler og ikke intentioner. Formålet med aktiviteterne i MedieMixeren er, at MedieMixerens brugere skal gøre sig nogle erkendelser

vedrørende bl.a. medieproduktion og mediers kommunikative potentialer. For at nå dette mål har museet nogle intentioner omkring stilladseringen af disse aktiviteter, bl.a. at brugere skal blive interesseret i at producere og dele (rekruttering), at processen skal være overskuelig (retningsfastholdelse), at eventuelle problemer skal løses (frustrationskontrol) osv. Midlerne til at indfri disse intentioner er bl.a. at etablere og koordinere forbindelser mellem forskellige perspektiver ved hjælp af grænseobjekter og mægling. I van de Pol, Volman & Beishuizens kategorisering opereres der med seks stilladseringsmidler, nemlig feedback, hints, instruktion, forklaring, eksempler og spørgsmål. Jeg ønsker at tilføje et syvende middel, forbindelser, som kan tage form af både grænseobjekter og mægling. Det er klart, at midlerne ofte er overlappende, og ligesom man kan give feedback som spørgsmål eller forklare via eksempler, kan forbindelser også overlape med de seks førnævnte midler.

Et eksempel er Chromakeystudiets interface, hvor brugerne bliver bedt om at vælge tema og vinkel for deres reportage. Herefter får brugerne leveret en teleprompt svarende til disse valg. Stilladseringsintentionen er at reducere frihedsgraderne, så brugerne let kan forstå og operere med vidt forskelligartede reportager. Dette gøres med midlerne *instruktion* og *eksempler*, men det gøres også ved at skabe *forbindelser*: Opstillingen fungerer som et grænseobjekt, hvorigennem perspektiver kan koordineres. At brugerne skal vælge "vinkling" er et udtryk for abstraktion, hvor opstillingen således fungerer som en idealtipe jfr. Leigh Stars terminologi (Star & Griesemer, 1989). Den journalistiske virkelighed er naturligvis mere indviklet end at en reportage er positiv eller kritisk, men abstraktionen gør forskellige brugere i stand til at håndtere og forhandle mening omkring et ellers uhåndterbart emne.

Kortsluttede forbindelser

Mange forbindelser i MedieMixeren – både participative og reifikative forbindelser – er vellykkede. Som jeg har vist, bliver nogle potentielt mislykkede forbindelser afhjulpet af komplementaritet mellem forbindelserne, hvor særligt værternes multiple medlemskab gør dem i stand til at kompensere for svaghederne i opstillinger via mægling. Der er dog også eksempler på forbindelser, som kortslutter og forbliver kortsluttede.

I eksemplet med Anne og Berit, som i Lydboksen ikke forstod, hvad meningen med skoene var, kunne den kvindelige vært forklare, hvad Lydboksen ikke forklarede fyldestgørende i sig selv. Med Annes egne ord:

ANNE: Men så fortalte hun så, at det var fordi man kunne optage lyd til FILM, sådan at folk, der går, så (.) Så viste hun os en film hvor der var en fyr, der gik på grus, men de havde ikke noget grus, så det var sådan lidt. Ja, det synes jeg var lidt mærkeligt. Men så fik vi ellers lov til at pille, hvor hun så

stod ovre i hjørnet og grinte med og snakkede med os. Det var sjovt.

Her ses et eksempel på først en vellykket forbindelse, hvor værten kompenserer for opstillingens mangelfulde funktion som grænseobjekt, og dernæst på en kortsluttet forbindelse. Anne konstaterer nemlig, at skuespilleren gik på grus, men at der ikke er noget grus i Lydboxen, hvilket hun synes var ”mærkeligt”. Denne undren bliver aldrig besvaret. Anne har ret i, at det ville være oplagt at anvende rigtigt grus, men hun overser Lydboxens væsentligste pointe, nemlig at lyde ikke behøver at være ”realistiske”, samt at der er et indirekte forhold mellem lydkilde og filmlyd, hvor lydkilder sagtens kan være noget helt andet end det, de skal illustrere. I Lydboxen findes tre typer underlag til fodtrin: Gulvbrædder, fliser og en dørmåtte. Fliserne kunne til nøds anvendes, men hvis Anne havde eksperimenteret, ville hun have opdaget, at den stive dørmåtte giver en knasende lyd, som var meget velegnet til at illustrere fodtrin på grus. Selv om værten er til stede, forbliver Annes undren dog uforløst, og pigerne vælger at lave lyd til en anden film. Anne og Berit får helt klart et lille indblik i lydarbejde og audiovisualitet, og de fortæller, at de ikke havde prøvet noget lignende før. Men hvis den simple og relevante undren over, hvorfor der ikke er noget grus, var resulteret i en erkendelse, ville forbindelsen til lydfolks praksis have stået tydeligere frem. Så ville Lydboxen bedre have formået at koordinere pigernes perspektiver med lydfolks perspektiver omkring de primære grænseobjekter ”filmlyd” og ”illusioner”. Dette kunne have medført meningsforhandlinger omkring en lang række spørgsmål vedrørende billeder og lyd. Men der opstod ingen meningsforhandling på dette punkt.

Eksemplet med pigernes undren over skoene i Lydboxen illustrerer et generelt princip, som gælder for de fleste kortsluttede forbindelser i MedieMixeren: Kortslutningerne sker, når der fokuseres på et sekundært eller tertiært grænseobjekt uden at koblingen til det primære grænseobjekt er tydelig.

Der er i sig selv intet problem i, at brugere fokuserer på sekundære grænseobjekter (opstillinger) eller tertiære grænseobjekter (brugergenereret indhold) for objekternes egen skyld, så længe det sker i en reflekteret sammenhæng. Når brugere i Ordet er Frit, som beskrevet af Mortensen og Vestergaard (2011), kommer med metakommentarer om museets formidling, har det naturligvis stor værdi. Den slags meningsforhandling er både relevant og berigende for brugere såvel som for institution. Problemerne opstår, når brugeres fokus på et træk ved et sekundært eller tertiært grænseobjekt blokerer for koblingen til det primære grænseobjekt. Sekundære og tertiære grænseobjekter er midler til at forstå og muliggøre meningsforhandling om primære grænseobjekter. En planche på et museum fejler, hvis planchens udformning tager fokus fra, eller skaber forvirring om, det, som planchen forsøger at forklare. En Tv-guide fejler også, hvis den på grund af sin udformning bevirker, at læserne ikke tænder for Tv’et. Plancher og guides er sekundære objekter, som er uvæsentlige i sig selv, så den slags kortslutninger er uønskværdige. Garrety & Badhams definition af sekundære grænseobjekter som

”subsidiary things that facilitate collective work around the primary object” (Garrety & Badham, 2000, s. 108) siger meget tydeligt, at det er det primære objekt, det drejer sig om, og ikke sekundære objekter som opstillinger.

I MedieMixeren opstår der ikke kun kortslutninger i de reifikative forbindelser, men også i de participative forbindelser. I et andet eksempel fra Lydboxen kortslutter koblingen til de primære objekter grundet mislykket distribueret mægling. De fire kerneinformanter Fatima, Gita, Hannah og Inez besøgte MedieMixeren med skoleklassen. Grundet flaskehalse får grupperne oftest ventetid mellem produktioner i de forskellige opstillinger, hvilket giver anledning til gruppemøder og mægling mellem medlemmer af forskellige grupper. Mens pigerne ventede på at producere i Lydboxen, kiggede de på andre optagelser i Mixerpulten. Her udspillede sig følgende ordveksling med en dreng fra en anden gruppe:

DRENG: I skal høre os! Vi har lavet en sang om Casper!

FATIMA: Har I lavet sang om Casper?

DRENG: Ja, det hedder freestyle

Denne tilsyneladende ligegyldige ordveksling lægger kimen til den misforståelse, at Lydboxen er et sangstudie. Drengene fra den anden gruppe agerer mæglere med indsigt og erfaringer fra Lydboxen, og pigerne tager mæglingen for pålydende. Gruppen bliver til sidst utålmodige over at vente på gruppen inde i Lydboxen og mistænker dem for at trække tiden ud. Her udspiller sig følgende ordveksling:

INEZ: Hallo, vi bliver narret af de andre. Hallo, vi bliver narret ovre i øh musik

FATIMA: Ja. Vi går lige hen og ser. Vi går lige ind i freestyle

Pigerne etablerer her endnu en gang, at Lydboxen er et musikstudie, hvor man optager ”freestyle”. I Lydboxen er der ganske rigtigt en valgmulighed, som hedder freestyle til frie lydoptagelser, men det drejer sig om ganske korte sekvenser. Dette er hovedsageligt tiltænkt optagelser af enkeltlyde, og selv om der er andre tilfælde af brugere, som har sunget, sker det forholdsvis sjældent. Men grundet mæglingen er pigerne af den opfattelse, at dette er det egentlige formål med Lydboxen. Da Lydboxen bliver ledig løber pigerne derind, hvorefter der er følgende ordveksling:

FATIMA: Ej, må jeg ikke lige prøve Mester Jakob?

GITA: Kom nu, find en sang

HANNAH: Må vi synge arabisk? Må vi selv bestemme [eller hvad?

GITA: [Hvad vil I? Hallo!

FATIMA: Hov, hvad? Videre til?

Fatima er her allerede i gang med at navigere gennem Lydboxens interface, og få sekunder efter starter optagelsen, hvor pigerne synger. De laver et par optagelser af forskellige sange og bemærker ikke mulighederne for at lave lyd til film og lyd til hørespil.

Efter forløbet i MedieMixeren fortæller pigerne om deres oplevelser. Adspurgt om, hvad de valgte i Lydboxen, fortæller de, hvilken sang de valgte at synge. Jeg ønsker at finde ud af, om de har forstået, hvad Lydboxens primære formål er:

VV: Okay. Hvordan kan det være at I sang en sang?

FATIMA: Altså den sang?

VV: Ja, eller bare en sang i det hele taget. Kunne I have lavet andet?

FATIMA: Nå:::, vi kunne have rappet, men det er vi ikke så gode til.

Det står altså klart, at pigernes indledende opfattelse af Lydboxen som et sted, hvor man synger sange, er så fastfrosset, at den hænger ved, selv efter at besøget er overstået. Dette skyldes den participative forbindelse, som blev skabt, da en bruger fra en anden gruppe mæglede vedrørende gruppens aktiviteter i Lydboxen. En stedfortrædende oplevelse tegner altså ikke nødvendigvis et sandt eller repræsentativt billede, og partialitet og misforståelser bliver del af oplevelsen. Ligesom i de fleste andre kortslutninger i MedieMixeren tog træk ved sekundære grænseobjekter (f.eks. Lydboxens freestyle-modus) og tertiære grænseobjekter (f.eks. drengenes sang om Casper) fokus fra de primære grænseobjekter. Selv om dette eksempel på en kortslutning er meget uskyldigt, har det dog den konsekvens, at opstillingens primære objekter bliver overset, hvilket medfører, at pigerne hindres i muligheden for at gøre sig erkendelser om lydens rolle i medier.

Ligesom mæglingen ofte vedrører tekniske spørgsmål og problemer, kan kortslutningerne naturligvis også ske i forbindelse med tekniske spørgsmål. Anne og Berit fravalgte en e-billet, fordi museumsværtens mægling mellem MedieMixerens tekniske perspektiver og brugernes perspektiver gik galt.

ANNE: [...] så forklarede hun så, at (.) at man kunne lægge et link ud på Facebook, og så kunne man så give en kode til sine venner, der kunne gå ind og se den, fordi så beskyttede man sig selv på den måde. At man ikke bare lagde det ud. Det er lidt fjollet, men [...] så gik vi jo bare videre, fordi det havde vi ikke lyst til

ANNE: ((senere i samtalen)) Men man kunne også få et kort, hvor man bare var inde og se, hvad andre havde lavet.

BERIT: Ja

VV: Hvordan fungerede det?

ANNE: Det tror jeg også var på samme måde. Med at man fik en kode.

BERIT: Ja. Jeg ved det ikke helt.

Det er simpelthen en misforståelse, at brugerne får en kode, som man kan give til sine venner. Brugere med en profil kan med forholdsvis få klik dele produktioner på Facebook, ganske rigtigt i form af et link, og der er ikke brug for nogen kode. Men grundet misforståelsen synes pigerne, at det er for besværligt. Senere uddyber de:

VV: Hvordan kan det være, at I ikke optog det?

ANNE: Ej, det var også, jeg tænkte mere, så skulle vi igennem med koder [og (.) det tog for lang tid, så det var lige meget

BERIT: [ja

Især i den tekniske mægling er det meget vigtigt, at brugerne og mægleren (oftest museums værten) taler samme sprog, og i en del tilfælde opstår der misforståelser ligesom i ovennævnte episode. Brugere har generelt svært ved at forstå, præcis hvordan MedieMixerens informationsinfrastruktur fungerer, selv om museet har forsøgt at tingsliggøre dette i oversigtskortet på Lydboxen (som kan ses i appendiks B) og senere i en lille informationsfolder. Sådanne tingsliggørelser bliver helt overvejende negligeret af MedieMixerens brugere, og værternes tekniske mægling er derfor uundværlig.

Brugergrupper

Jeg skrev i metodeafsnittet, at jeg ville vende tilbage til en nærmere analyse af, hvad en brugergruppe helt præcist er. I første omgang blev grupper defineret som forholdsvis stabile enheder af to eller flere brugere, som færdes i MedieMixeren med et gensidigt engagement. Dette var primært baseret på mine data, som viser, at samtlige unge brugere færdes i en gruppe af den ene eller anden slags, hvilket også harmonerer med litteraturen, hvor Falk eksempelvis skriver at: "The overwhelming majority of museum visitors arrive as part of a social group" (Falk, 2009, s. 99). Det harmonerer også med den nationale DREAM-undersøgelse, som viser, at kun ca. 1% af unge danske museumsbrugere besøger museer alene (Kobbernagel, Schrøder, & Drotner, 2011). Indledningsvis var det således vigtigt at slå fast, at *gruppen* var en analytisk enhed, som jeg ville fokusere mere på end *brugeren*, og i de foregående afsnit har jeg også skrevet en masse om, hvad grupper *gør*.

Men det efterlader stadig nogle spørgsmål om, hvad grupper *er*, og hvordan man inden for rammerne af social læringsteori kan betragte en gruppe. Her er det klart, at der er nogle forbehold, som bunder i det faktum, at de grupper, som jeg har

undersøgt, primært er relativt homogene grupper af unge mellem 13 og 23 år. Familiegrupper er ofte langt mere heterogene og består undertiden af tre generationer, hvor børnene nogle gange forlader resten af gruppen med agendaer så forskellige fra de voksne, at jeg ikke er sikker på, at man kan tale om gensidigt engagement for hele gruppen. Derudover er der brugergrupper, som består af forskellige andre konstellationer af voksne og børn, lige fra virksomhedsgrupper til ægtepar. Mine data om disse grupper er ekstremt begrænset, så med brugergrupper mener jeg stadig de 13-23-årige.

I afsnittet *MedieMixeren som bidragende projekt* viste jeg et skema over de forskellige typer af sociale strukturer, som blev kortlagt af Wenger, McDermott & Snyder (2002): Praksisfællesskaber, formelle afdelinger, funktionsgrupper, projektgrupper, interessefællesskaber og uformelle netværk. Jeg tilføjede selv en social struktur, som er et pseudofællesskab, der udelukkende eksisterer i kraft af, at deltagerne bidrager til en fælles platform af mening, som kan, men ikke nødvendigvis behøver at, blive til et egentligt repertoire. Dette kalder jeg en bidragskæde.

På samme måde kan man betragte en brugergruppe som en bestemt type social struktur. Social læringsteori fokuserer i særlig grad på praksisfællesskaber, og brugergrupper har ligesom de førnævnte strukturer nogle fællestræk med praksisfællesskaber uden at være et sådant. I skematisk form kan en gruppe som brugergrupperne i *MedieMixeren* beskrives således:

	HVAD ER FORMÅLET?	HVEM HØRER TIL?	HVOR SKARPE ER GRÆNSERNE?	HVAD HOLDER DEM SAMMEN?	HVOR LÆNGE VARER DE VED?
Gruppe	At opleve sammen og skabe, udvide og udveksle viden og mening	Venner, familie, medstuderende	Skarpe	Involvering og identificering af gruppen samt en gruppeaktivitet eller udflugt.	Så længe den konkrete gruppeaktivitet varer, men den samme gruppe kan på ny finde sammen til en anden aktivitet eller udflugt

Formålet med at danne en gruppe er i høj grad at opleve noget sammen og ikke nødvendigvis, som i praksisfællesskaber, at udvikle individuelle kapaciteter i en praksis. De fleste informanter er i den pågældende gruppe, fordi de ønsker at opleve sammen med lige præcis gruppens konkrete medlemmer, som kerneinformanterne Lars, Niels og Morten forklarer:

NIELS: =Vi, vi cyklede, og (.) Vi cyklede, og så spurgte jeg hvad vi skulle lave eller et eller andet, om vi skulle sætte et eller andet op med Morten (.) eller hvordan var det? Og så sagde du, at vi skulle tage herved

LARS: Ja. For der er gratis entré torsdag. ((ler))

Gruppen vil altså lave noget sammen, og fordi der var gratis adgang om torsdagen ender det med et besøg på Brandts og i MedieMixeren. Hvis ikke, var det blevet noget andet. Den overordnede idé er, at Niels og Lars ville "sætte et eller andet op med Morten".

Grænserne for grupper er skarpe i modsætning til praksisfællesskabers uskarpe grænser: En bruger er medlem af én gruppe, og selv hvis gruppen er stor nok til at dele sig op, finder dens medlemmer hurtigt sammen igen eller rekonfigurerer sig som to nye selvstændige grupper. Det sidstnævnte ses af og til, når skoleklasser besøger museet, hvor eleverne potentielt set kan konfigurere sig i et væld af forskellige gruppekonstellationer. Undervejs sker det også, at elever ind- og udvandrer mellem grupper, ligesom det sker, at en elev kan være uenig med læreren om, hvilken gruppe eleven tilhører. Men det bliver aldrig et grænseløst fællesskab: På et hvilket som helst tidspunkt kan brugerne såvel som en iagttagere med stor nøjagtighed konstatere, hvilke grupper de enkelte brugere tilhører. Dette er forskelligt fra praksisfællesskaber, hvor de fleste mennesker blot kan identificere "nogle få praksisfællesskaber, som vi er centrale medlemmer af, og et større antal fællesskaber, hvori vi har en mere perifer form for medlemskab" (Wenger, 2004, s. 17).

At gøre det sammen

Da selve formålet med at indgå i en gruppe er at opleve sammen og skabe, udvide og udveksle viden og mening, er det også klart, at brugere helt overvejende ønsker at anvende opstillingerne sammen. Muligheden for at opleve sammen bliver ofte fremhævet af brugerne selv, såsom her, hvor jeg spurgte Anne og Berit, hvad Mediateket handlede om:

ANNE: Ja, hvor vi kunne øh, se gamle klip fra reklamer ((griner)) og børneudsendelser og Tv-avis. Sådan noget kan jeg rigtig godt li'. Det var (.) det var så hyggeligt. Der ku' vi også være to samtidig.

Det fælles har også central betydning for brugernes oplevelse af produktionsprocesserne i MedieMixerens studieopstillinger opstillinger. For nogle brugere er det tilstrækkeligt at stå udenfor et studie og følge med gennem glasfacaden og på skærme, men for mange brugere er denne adskillelse for stor til at opleve gensidigt engagement.

Kerneinformanterne Jens og Kasper, som gav et fælles interview i Den Varme Stol, forklarer, at det var vigtigt for dem at gøre det sammen. Jens fortæller om en oplevelse, han havde med det modsatte:

JENS: [...] jeg var herinde sammen med min søster, og hun stod udenfor og jeg synes, at det virkede, jeg ved ikke om man skal sige meningsløst, men det var bare (.) jo faktisk lidt meningsløst og det var sådan lidt akavet at sidde og

snakke, bare sidde for sig selv (det var) sådan utrolig ensomt. Sådan lidt forever alone-agtigt.

Jens refererer til internet-memet "forever alone", som udtrykker ensomhed og tristhed, for at beskrive sin oplevelse med at producere alene, imens hans søster stod udenfor. Omvendt beskriver Jens og Kasper deres fælles interview som "ping-pong" og som at "holde hinanden kørende". Sådanne oplevelser er meget udbredte blandt MedieMixerens brugere, hvilket er kommet bag på museet. Den første implementering af Den Varme Stol bestod af én meget fin stol, hvor en bruger kunne sidde under sit interview. Efter ganske kort tid knækkede stolen og måtte udskiftes, fordi hele brugergrupper satte sig på armlænen og lignende. Dette skete et par gange, hvorefter stolen blev erstattet med skamler fra Mixerpulten, som kan bæres ud og ind alt efter antallet af brugere i opstillingen. Denne løsning er mindre prangende men akkommoderer grupperne langt bedre.

Opstillingen er dog stadig grundlæggende designet til én bruger, hvilket kommer til udtryk gennem den virtuelle vært, som taler om "en gæst i studiet" og tiltaler brugerne "du". Flere brugere reagerer på dette, og i to ud af de 62 delte produktioner fra Den Varme Stol (produktionsID 5588 og 6609) kommenterer brugerne direkte på, at den virtuelle vært kun henvender sig til én person.

Også i de andre opstillinger ønsker brugerne som udgangspunkt at opleve sammen, og i Lydboxen, hvor der kun er mulighed for at kigge ind, og hvor der ikke er en udvendig højttaler, går grupper konsekvent ind i boksen sammen. I mine observationsdata er der ingen tilfælde af brugergrupper, som har delt sig op for at nogle skulle vente udenfor Lydboxen.

Ud fra antallet af synlige brugere i de analyserede produktioner, deltager gennemsnitligt godt to brugere aktivt i hver produktion ($M = 2,1$, $SD = 1,0$). Dette er de brugere, som er synlige bidragsydere. Derudover er der brugere, som er mere eller mindre engagerede tilskuere, og i nogle tilfælde er der tydelig kommunikation mellem de aktive brugere og brugere, som befinder sig offscreen. I omtrent 15 % af produktionerne er der kommunikation mellem de aktivt producerende brugere og brugere, som befinder sig offscreen. Dette viser, at brugere som befinder sig offscreen – på godt og ondt – kan være "med" i produktionen. I nogle tilfælde kommer de med kommentarer og tilråb, og i andre tilfælde henvender de producerende brugere sig til dem.

Det er vanskeligt at vide, om de brugere, som producerer alene, føler, at det er "meningsløst", "akavet" og "ensomt", ligesom Jens beskriver. Sådanne følelser kan ikke registreres ud fra produktionerne. Hvad der imidlertid kan registreres, er noget så enkelt som, om brugerne griner. Mange af opstillingernes oplæg har en behagelig og til tider humoristisk tone, så det ville ikke være overraskende, hvis brugere ler. En tankevækkende detalje her er, at størstedelen (78 %) af produktionerne med to eller flere brugere rummer større eller mindre udbrud af latter, mens kun en lille del (23 %) af produktionerne med én bruger rummer latter. Hvis man frafiltrerer de

produktioner, hvor der er tydelig kommunikation med brugere offscreen, ender tallet langt lavere: Kun 5 % af de brugere, som producerer alene uden kommunikation med brugere offscreen, ler.

Det er svært at konkludere noget endeligt på baggrund af manglende latter, og der hersker ingen tvivl om, at latter i mange tilfælde er et socialt fænomen. Man kan på ingen måde konkludere, at brugere, som ikke griner, har en dårlig oplevelse, men det tyder i hvert fald på, at der er en kvalitativ forskel på at anvende en opstilling alene eller at gøre det sammen.

Gruppemøder

Lidt tidligere beskrev jeg, hvordan grupper som social struktur betragtet har skarpe grænser. Når grupper mødes, vil grænsemødet således være også et møde med en vis barriere. Det ville være et særsyn, hvis et grænsemøde mellem to grupper resulterede i, at medlemmer i den ene gruppe opnåede perifert medlemskab af den anden gruppe: Enten er man medlem, eller også er man ikke.

Wenger (2004) beskriver tre typer af grænsemøder mellem fællesskaber: Ansigt-til-ansigt, fordybelse og delegationer. Ansigt-til-ansigt og fordybelse beskriver situationer, hvor ét medlem fra et fællesskab møder hhv. et andet medlem eller besøger et andet fællesskab. Delegationer beskriver derimod situationer, hvor flere medlemmer af et fællesskab deltager i et møde med flere medlemmer af et andet fællesskab. Dette minder meget om de gruppemøder, som finder sted på museet.

Det særlige ved delegationer er, at meningsforhandlingen på samme tid finder sted mellem medlemmer inden for hvert fællesskab og på tværs af grænsen. Wenger peger på to fordele ved at holde meningsforhandlingen i gang på multiple dimensioner på samme tid: "1. Forhandling om meningen med elementer fra den anden side kan ske gennem en forhandlingsproces inden for en praksis – dvs. med outsiders og indviede på samme tid. 2. Denne proces giver hver side mulighed for at få en fornemmelse af, hvordan meningsforhandlingen sker i det andet fællesskab" (Wenger, 2004, s. 135).

Gruppemøder i museumsrum kan betragtes analogt med Wengers delegationsmøder med nogle få tilføjelser:

- Det er som udgangspunkt hele grupper, som mødes, og ikke blot et udpluk af gruppernes medlemmer
- Grupper har ikke planlagt mødet, men mødes tilfældigt eller ved møder planlagt af museet

De potentielle fordele ved gruppemøder er de samme som ved delegationsmøder, altså at grupperne kan berige hinanden med elementer til meningsforhandling, samt

at grupperne kan få en fornemmelse af, hvordan meningsforhandlingen sker i den anden gruppe. Der er dog samtidig en risiko for at deltagerne kan "klynge sig til deres egne interne relationer, perspektiver og måder at tænke på", som Wenger (2004, s. 135) formulerer det.

I MedieMixeren sker gruppemøder på to måder, nemlig som henholdsvis fysiske møder med en anden gruppe og som møder med en anden gruppe, tingsliggjort i en produktion.

Når jeg inkluderer mødet med en anden gruppe via produktioner, skyldes det karakteren af MedieMixerens produktioner, hvor grupperne ofte fremstår meget tydeligt som grupper af mennesker. Dette giver mulighed for ikke alene at forholde sig til produktet, men også til gruppen, akkurat ligesom jeg har gjort, når jeg har brugt produktionerne som en datakilde til viden om brugerne. Undtagelsen er lydproduktioner fra Lydboksen, hvor man kun sjældent hører brugerne tale eller på anden måde give sig direkte til kende.

De fysiske møder mellem grupper i MedieMixeren er, med undtagelse af skolebesøg eller besøg af andre grupper, som deler sig op i mindre grupper, ikke noget, som finder sted for alle grupper. Dette skyldes simple forhold vedrørende antallet af besøgende i bygningen, og bygningens størrelse og mængden af udstillinger. På de gratis torsdagsaftener eller ved andre særlige lejligheder er der til tider mere end én gruppe i MedieMixeren, men meget ofte har en gruppe MedieMixeren "for sig selv".

I mine observationsdata har jeg ingen eksempler på gruppemøder, foruden møder mellem skolegrupper, som har resulteret i dialog mellem grupperne. Enkelte grupper hilser på hinanden, men de fleste fysiske gruppemøder tager form af mere distancerede møder, hvor grupperne betragter hinanden nu og da. Når der f.eks. på nogle torsdagsaftener er stor aktivitet i MedieMixeren bevæger grupperne sig tættere på hinanden og observerer gerne dele af andre gruppers produktion. Her virker opstillingernes design med glasfacader, skærme og højttalere efter museets hensigt, og af og til virker gruppers produktion som igangsætter for interne samtaler i andre grupper. Disse samtaler drejer sig ofte om forhold vedrørende den fysiske opstilling, og i nogle tilfælde bliver dette faktisk et springbræt til korte samtaler og kommentarer om primære grænseobjekter såsom chromakeying og medieillusioner.

I perioder med besøg af mange grupper kan der opstå kødannelse, og museumsværterne er meget opmærksomme på den situation. En vært fortæller, hvordan han somme tider dirigerer brugere væk fra kø ved Chromakeystudiet ved at rekruttere dem til Den Varme Stol:

VÆRT2: Det, brugerne er mest glade for, og der, hvor vi har de sjoveste oplevelser, det er jo nok Chromakey, for jeg kan se der er somme tider så meget kø, særlig hvis der er mange gæster, hvad vi heldigvis har, ret ofte er der jo KØ ved Chromakey, hvor jeg så somme tider må bryde ind og sige

nu (kan I) jo også lige gå ind og blive interviewet, hvis de ikke lige har fået meddelelsen i forvejen

I forbindelse med besøg af skoleklasser er denne type logistiske overblik fra museumsværternes side af stor vigtighed. Skoleklasserne har begrænset tid, og hvis en opstilling står ubenyttet hen, resulterer det i sidste ende i, at nogle grupper ikke når at prøve alle opstillingerne. Der er imidlertid nogle fordele ved kødannelsen, fordi kødannelsen faktisk skaber og fastholder et gruppemøde, som er nært uden at være grænseoverskridende. Det er legitimt for en gruppe at vente, og ventetiden bruges meget ofte på at følge med i den aktive gruppes produktion. Det er desuden bemærkelsesværdigt og positivt, at en opstilling er i stand til at holde på brugere i de fulde to minutter, som en Chromakeyoptagelse tager.

En af grundene til, at museumsværterne ofte dirigerer ventende brugere videre til andre opstillinger (og dermed en barriere for de fysiske gruppemøder), er imidlertid MedieMixerens tekniske problemer. Grundet den tekniske implementering af Chromakeystudiet, Den Varme Stol og Mixerpulten renderer opstillingerne videomaterialet efter endt produktion, hvilket tager omtrent fem minutter. I denne periode kan opstillingen ikke anvendes, hvilket betyder, at ventetiden forlænges markant. Hvis det ikke havde været tilfældet, ville der være en langt bedre mulighed for fysiske gruppemøder, hvor ventende grupper ville møde grupper, som lige havde afsluttet produktion og måske endda overvære disses reaktion på egne optagelser.

Udover de fysiske gruppemøder har grupper i MedieMixeren som bekendt mulighed for indirekte gruppemøder via andre gruppers delte indhold. Disse gruppemøder sker asynkront gennem en bidragskæde, hvor der udover gruppeinterne reaktioner kun er mulighed for at reagere gennem produktion og deling af nyt indhold, som så vil indgå i kæden, med mulighed for nye reaktioner gennem indhold. Den slags gruppemøde er naturligvis et pseudomøde, som ikke tillader begge parter meningsforhandling om den anden gruppes praksis.

Som tidligere beskrevet resulterer mødet med brugergeneret indhold ofte i enten oplevelser af identifikation eller fremmedgørelse, og dette gælder ikke mindst, når brugere står ansigt til ansigt med andre brugere på en skærm.

Et relevant spørgsmål er, om indirekte gruppemøder gennem indhold resulterer i meningsforhandling med den gruppe, hvis indhold man lige har set. Når en gruppe får en "en fornemmelse af, hvordan meningsforhandlingen sker i det andet fællesskab" (Wenger, 2004, s. 135) bliver dette til en ressource, som kan anvendes eller siges imod. Helt konkret kunne dette resultere i, at en optagelse fra f.eks. Chromakeystudiet ville rumme træk fra eller gå i dialog med den optagelse, som var at se på skærmen udenfor. En fri improvisation kunne f.eks. inspirere brugere til at lave en fri improvisation, eller en produktion, hvor gruppen spiller roller kunne inspirere den næste gruppe til også at spille roller.

Dette kan i princippet efterprøves, og da jeg har kodet for sådanne forhold i min indholdsanalyse af delte produktioner, er det i princippet muligt at søge efter eventuelle mønstre, hvor to eller flere på hinanden efterfølgende produktioner har de samme træk. For at kunne finde sådanne sekvenser med nogen statistisk sikkerhed er det dog nødvendigt med et langt større datasæt. Med blot 245 delte produktioner fordelt på fire opstillinger kan noget, som ligner en sekvens, lige så godt være en ren tilfældighed, og en sådan analyse er derfor værdiløs.

Alternativet til en statistisk analyse af sekvenser i indholdet er en rent kvalitativ analyse, hvor man søger efter træk, som går igen i to eller flere på hinanden efterfølgende produktioner fra samme opstilling. I forbindelse med min indholdsanalyse har jeg sideløbende forsøgt at udføre en sådan analyse. Jeg har grebet det heuristisk an og simpelthen vurderet, om der var unikke temaer, sætninger eller lignende, som går igen i to på hinanden følgende produktioner fra samme opstilling. Med undtagelse af de tilfælde, hvor der er tale om den samme brugergruppe, er svaret nej: Det er simpelthen ikke muligt at registrere et eneste eksempel på en produktion, som trækker på eller går i dialog med den forrige delte produktion.

Det kan ikke udelukkes, at en gruppe stadig kan være inspireret eller beriget af det indirekte møde med en anden gruppe gennem en delt produktion, og møder giver stadig mulighed for at en gruppe kan få en fornemmelse af, hvordan meningsforhandlingen sker i en anden gruppe. Men en direkte relation mellem produktioner, hvor en produktion anvender træk fra en tidligere delt produktion i sit repertoire, kan ikke ses i MedieMixeren.

Som de indirekte gruppemøder finder sted i MedieMixeren giver de altså ikke anledning til meningsforhandling på tværs af grupper, og set som bidragskæde er der ikke nogen tydelig sammenhæng mellem de enkelte bidrag i kæden.

Problematisering af den elektroniske billet

Som nævnt tidligere i afhandlingen skal brugerne logge ind på de forskellige produktionsopstillinger med den såkaldte "elektroniske billet", "e-billet" eller "MedieMixer-billet", hvortil brugerens profil er knyttet. Når produktioner skal ses på de små "ud"-skærme eller redigeres og publiceres fra MixerPulten, skal billetten ligeledes anvendes.

E-billetten spiller således en nøglerolle i det praktiske forløb lige fra ankomst og registrering til produktion og publicering. Der er imidlertid en række problemer forbundet med e-billetten, og i det følgende vil jeg problematisere e-billettens rolle i besøget i MedieMixeren. Som jeg vil vise, er der forskellige benævnelser for e-billetten, men jeg vil for overblikkets skyld konsekvent omtale den som en "e-billet".

Teknisk set er e-billetten et plastickort, som indeholder en MIFARE-chip. Kortets dimensioner følger ISO/IEC 7810-standarden, svarende til almindelige kreditkort. Eftersom MIFARE-teknologien anvender radiobølger, kan kortet aflæses af et væld af forskellige kontaktløse kortlæsere. På underleverandørens anbefaling valgte museet en konkret model, som er en motoriseret kortlæser, ligesom man kender det fra pengeautomater.

E-billetterne er blevet trykt i forskellige kulører ud fra den tanke, at brugerne dels får mulighed for at vælge en kulør, som passer til deres individuelle smag, dels at de ikke kommer til at bytte rundt på deres e-billetter, hvis disse tabes eller lægges bort. På den ene side af e-billetkortet står teksten:

BILLET

Tjek ind med din billet for at få adgang til MedieMixerens aktiviteter.

Billetten kan genbruges. Returner den venligst i billetsalget.

Dette ledsages af en engelsk oversættelse samt symbolet for genbrug. På den anden side af e-billetten ses MedieMixerens logo og en pil. Pilen er et redundant symbol, idet kortlæseren kan aflæse e-billetten korrekt, uanset hvordan den vendes. I projektgruppen mente vi dog, at dette stred mod brugskonventionerne for ISO/IEC 7810-kort, hvor eksempelvis bank- og kreditkort altid skal vende på en bestemt måde. Så for at undgå forvirring og spørgsmål om, hvordan e-billetten skal vendes, blev der påtegnet en pil. Dette har virket efter hensigten, så ingen brugere er i tvivl om eller spørger om, hvordan e-billetten skal sættes i kortlæseren.

Til gengæld er der en række problemer med e-billetten af både *teknisk* og *ontologisk* art.

De *tekniske problemer* med e-billetten hænger sammen med kortlæseren og består ganske enkelt i, at e-billetten meget ofte sidder fast i kortlæseren. Dette virker måske som en banal problematik, som ikke hører hjemme i nærværende afhandling. Grunden til at jeg alligevel behandler denne problematik er, at den i høj grad påvirker både brugen og oplevelsen af MedieMixeren.

I mine observationer er e-billetter, som sidder fast i kortlæseren, den hyppigst forekomne situation, hvor brugerne ønsker hjælp af museumsværterne. Det ville simpelthen være umuligt at tilbringe en dag i MedieMixeren uden at opleve problemet med e-billetter, som sidder fast, og museumsværterne hjælper de fleste brugere med problemet. Her udøver de både teknisk hjælp og frustrationskontrol.

Typisk bliver brugerne naturligvis overraskede over, at deres e-billet ikke bliver returneret af kortlæseren. Museumsværterne kender dog problemet indgående, så de er hurtige til enten at se, at der er et problem, eller at høre den karakteristiske lyd fra den motoriserede kortlæser, som fejler. Så oftest er museumsværten allerede på vej, når brugeren vender sig for at få hjælp. Proceduren er blevet en del af museumsværternes praksis, og de ved, hvordan de med en anden billet skal presse

den tabte e-billet ind i kortlæseren, så billetten får forbindelse til hjulene i kortlæseren og skubbes ud.

Opstår problemet i Lydboxen er det vanskeligt at høre kortlæseren, men som regel ser og løser værterne det hurtigt.

I de tilfælde, hvor MedieMixeren besøges af en hel skoleklasse, er problemet dog større. Støjniveauet er her så højt, at det er vanskeligt at høre lyden fra kortlæserne, når de fejler. Derudover er museumsværterne mere travlt optaget af andre opgaver såsom at hjælpe med at oprette brugerprofiler ude på gangen eller at besvare spørgsmål fra lærere eller elever. Det resulterer i, at en gruppe elever godt kan stå et minut eller mere og undre sig over, hvad der er galt. Set i lyset af at selv skolebesøg, som hører til de længste besøg i MedieMixeren, ofte varer mindre end en time (og kun 30 minutter i forbindelse med Formidlingscentrets forløb), kan blot et enkelt spildt minut afgøre, om en gruppe når at lave en produktion mere eller mindre. Dette gælder især, hvis problemet opstår ved en af de tre produktionsopstillinger, som i forvejen er flaskehalse og giver anledning til kødannelse.

Teknisk set kan det godt lade sig gøre at udskifte kortlæserne med en anden model, eventuelt en umotoriseret kortlæser. MedieMixerens hard- og softwareløsning er modulopdelt, og kortlæserens eneste funktion er at aflæse og sende nummeret på den brugerprofil, som e-billetten er knyttet til, videre til opstillingens software. Denne opgave kan løses af enhver MIFARE-kortlæser. Grunden til, at det ikke er sket, er ganske enkelt, at det er både besværligt og dyrt for museet, hvis alle kortlæserne skal udskiftes med en anden model.

Det er dog heller ikke sikkert, at løsningen med e-billetten er den bedste løsning på behovet for, at brugeren identificerer sig ved produktionsopstillingerne. Udover at problematisere e-billettens tekniske implementering, vil jeg også gerne problematisere billetten ontologisk.

De *ontologiske problemer* med e-billetten begynder allerede med ordet "BILLET", som står trykt på plastickortet. Spørgsmålet er, om e-billetten i virkeligheden er en billet.

En billet, f.eks. på et museum, er en tingsliggørelse af en adgangsrettighed. På overfladen tjener e-billetten i MedieMixeren også dette formål, idet brugerne ikke kan starte de tre produktionsopstillinger eller Mixerpulten uden en e-billet. Men brugerne kan imidlertid godt ytre sig i Ordet er Frit og søge i Mediateket uden en e-billet, hvilket taler mod e-billettens status som adgangsrettighed til MedieMixeren. Der er heller ikke tale om en privilegeret adgang, idet alle brugere får tilbudt en elektronisk billet ved indgangen til MedieMixeren. Tilbuddet er gratis, da enhver, som har adgang til Mediemuseet, naturligvis har adgang til MedieMixeren. Denne adgangsrettighed er tingsliggjort som en lille plasticclips, som udleveres i billetsalget og placeres på brugerens trøje. Så i praksis tjener plasticclipsen som billet, mens e-billetten fungerer som ID når brugerne skal logge ind på en opstilling.

Undersøgelser af brugernes og medarbejdernes forståelse af den elektroniske billet viser, at der hersker tvivl om e-billettens ontologiske status, og mange ved ikke helt, hvad de skal kalde den. Et eksempel er denne museumsvært:

VÆRT1: Dem vi jo primært henvender os til, det er jo nok dem fra fjorten til femogtyve (.) tredive måske. Og de har en meget nem tilgang til det, altså de, øh, mange når de får, altså de skal bruge sådan et øh indtjeningskort (.) plastickort

Trods ordet "BILLET", som er trykt på den elektroniske billet, anvender både værter og brugere næsten aldrig dette ord om e-billetten, og de opfinder tit nye begreber som det ovenstående "indtjeningskort". Mange brugere kalder blot e-billetten for "et kort" og opfatter den ikke som en billet. I deres øjne er billetten den clips, som er blevet udleveret i billetsalget.

Dette giver forståelsesmæssige problemer, når brugerne på loginskærme i MedieMixeren bliver bedt om at indsætte deres billet. Både museumsværterne og jeg selv har flere gange måttet skille en nedbrudt kortlæser ad blot for at finde en clips inden i kortlæseren. Disse clips bliver som regel stoppet ind i kortlæserne af brugere, som ikke har fået udleveret en e-billet og derfor anvender det objekt, som faktisk fungerer som billet. Da jeg på Lydboxens loginskærm udskiftede ordet "billet" til "kort", ophørte problemet med brugere, som stoppede clips i kortlæseren.

Det understreger, at tingsliggørelse i design ikke blot handler om at skabe en abstraktion men i høj grad også om de ord, som hæftes på abstraktionen. Tingsliggørelsen er ikke fuldendt ved at skabe et objekt, som kan tjene et formål – benævnelsen af objektet er en vigtig del af tingsliggørelsesprocessen. En tingsliggørelse som e-billetten kan betragtes som skabelsen af et tegn i Peirce'sk forstand, og her udgør både plastickortet og benævnelsen "billet" tegnets repræsentamen. Men hvis der opstår en konflikt (eksempelvis fordi noget andet minder mere om en billet), kortslutter semiosen, og interpretanten bliver en anden end den forventede. Wenger peger på, at "tingsliggørelse forudsætter i virkeligheden ikke en iboende overensstemmelse mellem et tegn og en referent, et værktøj og en funktion eller et fænomen og en fortolkning." (Wenger, 2004, s. 77). Senere skriver Wenger, at tingsliggørelse som konstituerende meningsfaktor altid er ufuldstændig, potentielt berigende og potentielt vildledende. Jo større tvetydigheder tingsliggørelse i design rummer, desto større sandsynlighed er der for, at brugere finder nye berigende eller vildledende meninger. I det konkrete tilfælde risikerer man situationer, hvor det er uklart, hvad der egentlig menes med en billet.

I museumsværtens udtalelse, hvor han søger efter et ord for e-billetten og ender med at kalde den et "indtjeningskort" og et "plastickort" viser han, hvordan de ansatte fortolker e-billetten i praksis: Som et simpelt plastickort, der anvendes, når man tjekker ind. Det er altså ikke en tingsliggørelse af en adgangsrettighed, men derimod en tingsliggørelse af handlingen "at tjekke ind", hvilket svarer til at tilkendegive "nu er jeg her". Dette fokus på tilstedeværelse frem for rettigheder og adgangskontrol

stemmer godt overens med MedieMixerens åbenhed, hvor der ikke er ret mange restriktioner, og hvor alle brugere inviteres til at producere og dele deres produktioner i rummet og online. Det stemmer også godt overens med museumsværternes praksis, hvor de udlåner allerede aktiverede e-billetter til brugere, som ikke ønsker at oprette en brugerprofil.

Men det peger samtidig på endnu en ontologisk problematik: Hvis e-billetten er et "indtjekningskort"; hvem tjekker så ind? Hvis en brugergruppe tjekker ind med et lånt kort giver handlingen "at tjekke ind" ingen mening. Så er e-billetten blot et nødvendigt onde for at aktivere en opstilling. Men også i de tilfælde, hvor en brugergruppe har oprettet en brugerprofil, er der en problematik i forbindelse med at "tjekke ind". Brugerne færdes i grupper, men profilerne er registreret i én persons navn. 92 % af profilerne (n=1190) bærer faktisk et identificerbart drenge- eller pigenavn. Det sker praktisk talt aldrig, at flere personer i en gruppe opretter selvstændige profiler, og selv hvis nogle gjorde, ville kun én af dem kunne "tjekke ind".

Dette er en direkte konsekvens af tingsliggørelsen i design, hvor brugere er tingsliggjort som personlige brugerprofiler, og hvor en brugers aktivering af en opstilling er tingsliggjort som det at logge ind på en opstilling med en e-billet. Men tingsliggørelsen kunne være designet på mange andre måder.

Fra projektgruppens og udviklernes side er hensigten med abstraktionerne "brugerprofil" og "e-billet" at skabe et værktøj til at administrere ejerskab af brugerproduktionerne. Dette er et designvalg, og man kunne også have valgt at give kollektivt ejerskab over produktionerne, hvilket ville fjerne behovet for at tingsliggøre brugerne i systemet. Der er imidlertid alternative måder at administrere adgang og ejerskab på.

Adgang og ejerskab

Nina Simon har identificeret nogle rent praktiske problemer med systemer, hvor museumsbrugere bliver udstyret med et fysisk objekt (såsom e-billetten), som er koblet til en brugerprofil: "There are two fundamental difficulties with these systems: they disrupt the social experience of exhibits by forcing groups to use an exhibit on by one (or to watch as a single member of the group uses the exhibit and records her experience), and they force a strict narrative on what is often a highly chaotic exhibit usage pattern" (Simon, 2010, s. 65). Simons sidstnævnte problematik kommer i MedieMixeren til udtryk gennem kravet om at udfylde en brugerprofil, før produktionsopstillingerne kan anvendes, hvilket nogle brugere oplever som en hæmsko. Men som tidligere nævnt, omgås denne problematik delvis af museumsværterne gennem udlån af deres e-billet. Mere interessant er dog Simons førstnævnte problematik, hvor hun antager, at brugere tager ture på skift i opstillinger. Her viser observationer fra MedieMixeren meget tydeligt, at flere brugere som udgangspunkt vil forsøge at deltage, selv om en opstilling som Den

Varme Stol er kun designet til én person. (se afsnittet *At gøre det sammen* om den ødelagte stol). Det er klart, at nogle museumsopstillinger kun fysisk kan rumme én person, men selv i de tilfælde vil jeg hævde, at mange, om ikke de fleste, museumsbrugere vil forsøge at omgå denne begrænsning. Et eksempel er en hovedtelefon: En enhed, som tydeligt er designet til én lytter. Præcis dette kan ses i Mixerpulten, hvor der er en enkelt hovedtelefon til hver arbejdsplads. Her deler grupper hovedtelefonerne, enten ved at holde hovedtelefonen imellem sig eller ved at skrue op for lyden og lægge hovedtelefonen på bordet.

Så jeg er uenig med Simons antagelse, om at personlige profiler nødvendigvis får brugergrupper til at anvende opstillinger efter tur. Jeg har ikke selv set noget tegn på dette. Jeg mener imidlertid, at det er et problem, at brugere grundet designabstraktioner er nødt til at finde deres egne måder, hvorpå de kan dele en oplevelse. Jeg mener, at tingsliggørelsen af brugere bør tage udgangspunkt i det faktum, at stort set alle brugere færdes i grupper. Simon har ikke noget endeligt bud på, hvordan de to problematikker kan løses, men hun skriver, at museer med fordel kan tage udgangspunkt i de måder, hvorpå brugerne allerede anvender museet. I mine øjne er en oplagt løsning at tage konsekvensen af, at brugere anvender museer som grupper – ikke som individer.

I indholdsorienterede opstillinger som dem i MedieMixeren, kan adgang til indhold tildeles på fire grundlæggende måder: *Personlig adgang, gruppeadgang, kollektiv adgang og unik adgang.*

Med *personlig adgang* mener jeg adgang gennem en personlig profil. Det er sådan, indhold bliver administreret via e-billetten i MedieMixeren.

Gruppeadgang er meget lig personlig adgang. Dog administreres adgangen gennem en gruppeprofil, som indeholder informationer om alle gruppens medlemmer, der hver især har adgang til alt det, som gruppen ejer.

Kollektiv adgang er i virkeligheden en form for ikke-ejerskab. Her har alle museumsbrugere lige adgang til alles indhold.

Unik adgang betyder, at indholdet tingsliggøres som et unikt, stedspecifikt objekt. Den eller de brugere, som opbevarer objektet har adgang til indholdet.

	Brugere betragtes som	Adgangsobjekt	Hvem har adgang	Profil påkrævet
Personlig adgang	Individer	Et personligt ID	En person	Ja
Gruppeadgang	Grupper	Et antal gruppe ID	Gruppemedlemmer	Ja
Kollektiv adgang	Flydende	Intet	Alle	Nej
Unik adgang	Flydende	Et lagringsobjekt	Den som opbevarer objektet	Nej

I MedieMixeren har det fra starten ligget fast, at brugere, som skaber indhold, skal have mulighed for at fravælge enhver form for deling. Kollektiv adgang er derfor udelukket her. Jeg har illustreret nogle problemer ved den måde, hvorpå administrationen af personlig adgang er blevet tingsliggjort, og jeg vil hævde, at nogle af problemerne skyldes en grundlæggende diskrepans mellem brugen af en personlig profil og det faktum, at brugerne færdes i grupper. Derfor er der to alternativer tilbage, som bør belyses, nemlig gruppeadgang og unik adgang.

Med gruppeadgang tager man i design konsekvensen af, at brugere ikke alene færdes i grupper, men også i de fleste tilfælde ønsker at skabe indhold i disse grupper. Det er et lille skridt væk fra den traditionelle individorienterede etos mod den nye mere fællesskabsorienterede etos. Frem for at registrere en brugerprofil, skal gruppen i stedet registrere en gruppeprofil, og frem for at få et personligt ID-objekt, kan gruppen dynamisk tilføje og associere så mange ID-objekter til profilen, som der ønskes. Det betyder, at en brugergruppe får muligheden for at skabe en fælles samling af indhold.

I de tilfælde, hvor en gruppe momentant splitter sig op i undergrupper (hvilket i MedieMixeren typisk ses, når grupper består af 5 eller flere medlemmer), vil medlemmerne således stadig bidrage til den fælles samling af indhold. Dette giver mulighed for nogle kreative gruppeprocesser, hvor grupper kan lægge en strategi for, hvordan medlemmerne i fællesskab – simultant eller forskudt – kan indsamle eller generere indhold, som kan sættes sammen til en større helhed. For de brugere, som ikke ønsker at skabe deres egen lukkede gruppe, kan der laves en åben gruppe, som enhver kan associere sig med. Åbne grupper er en abstraktion, som via design kan understøtte det behov, som i MedieMixeren bliver håndteret, når museumsværterne udlåner deres egne e-billetter. Og i modsætning til værternes udlånspraksis, hvor det er uklart, hvem der egentlig får adgang til det indhold, som genereres på en værtsprofil, vil det være tydeligt, at indhold skabt i en åben gruppe er tilgængeligt for alle i den åbne gruppe. For brugere, som bare vil "prøve" en opstilling, eller for brugere, som ikke er tilfredse med deres produktion, bør der være mulighed for at gemme eller at slette indholdet efter gennemsyn. I MedieMixeren er en sådan logik implementeret i Lydboxen men ikke i Den Varme Stol eller Chromakeystudiet, hvor brugerne ikke kan lave optagelsen om eller fravælge at gemme den.

I stedet for gruppeadgang er der også mulighed for at tingsliggøre adgangen til produktionerne uden at tingsliggøre brugerne. Denne adgangsform kalder jeg unik adgang.

Med unik adgang til indhold, tager man i design ikke stilling til, om brugere er organiseret som individer eller i grupper. I stedet tingsliggøres indholdet som et unikt, stedspecifikt objekt, som kan besiddes af en person eller en gruppe og kan skifte hænder. Enhver adgang til indhold kun ske gennem det unikke objekt, indtil indholdet er blevet overført til andre platforme såsom sociale netværk. Der er

således tale om en lagringsabstraktion frem for gruppeadgangens ID-abstraktion. I MedieMixeren kunne e-billetten meget let omdannes til et unikt adgangsobjekt. Det er vigtigt at understrege, at der stadig er tale om en tingsliggørelse på lige fod med eksempelvis brugerprofiler, altså: "At behandle (en abstraktion) som virkeligt eller som konkret materielt objekt" (Wenger, 2004, s. 72). At RFID-kortet teknisk set kun rummer en reference til noget data hindrer ikke, at det kan behandles og opleves som et lagringsmedie.

Med unik adgang til indhold vil en gruppe blot få udleveret et unikt identificerbart objekt (som e-billetten), og efterhånden som gruppen genererer og indsamler indhold, knyttes indholdet til dette objekt. Lagringsobjektet er således upersonligt, og for brugerne at se lagres indholdet i objektet, i modsætning til på en bruger- eller gruppeprofil.

Unik adgang står i modsætning til adgang via bruger- eller gruppeprofiler, men der kan godt eksistere en profil i forlængelse af lagringsobjektet. Det er blot ikke en profil, som er oprettet eller synlig for brugerne. Nina Simon (2010) skelner mellem to typer af brugerprofiler: *Aspirational* og *you are what you do*. Førstnævnte profiltype er, hvad jeg vil kalde en brugergenereret profil. Den oprettes af brugeren selv og består af dennes oplysninger, til- og fravalg. Med adgang til indhold gennem et upersonligt unikt objekt, er en sådan profil udelukket. Det er den sidstnævnte profiltype, som jeg vil kalde en systemgenereret profil, dog ikke. Denne profiltype dannes løbende via brugerens handlinger i museet. Her er der rige muligheder for at generere en profil ud fra producerede og opsamlede indhold, og bruge denne profil til at lade opstillinger tilbyde brugerne logiske handlings- og koblingsmuligheder i forhold til indholdet.

Unik adgang til indhold stiller to designkrav: For det første skal brugerne forstå objektet (f.eks. e-billetten) som et lagringsobjekt, og for det andet skal der være et værktøj til overførsel og deling af indholdet på platforme som sociale netværk.

Det første designkrav har primært at gøre med, hvordan objektet italesættes og håndteres af opstillingerne. Jeg har tidligere vist, hvordan en detalje som brugen af ordet "billet" på et interface kan skabe problemer. Men måden, hvorpå objektet bruges i opstillingen har også stor betydning. I MedieMixeren har mange brugere undret sig over, at e-billetten håndteres forskelligt i hhv. Lydboxen og Den Varme Stol samt Chromakeystudiet. I Lydboxen returneres e-billetten først fra kortlæseren, når brugeren til slut gemmer og afslutter, mens Den Varme Stol og Chromakeystudiet begge returnerer e-billetten, så snart opgaven er valgt, altså allerede inden optagelse. Som usabilityproblem er dette et problem med konsistens (consistency) (Nielsen, 2005). Brugernes undren skyldes dog ikke alene den manglende konsistens, men også at der er tale om forskellige implicite abstraktioner: Den Varme Stol og Chromakeystudiet behandler e-billetten som det, en museumsvært kaldte et "indtjekningskort", mens Lydboxen ved at holde fast på e-billetten indikerer, at den er mere end blot en tingsliggørelse af det at tjekke ind; at den faktisk bruges

undervejs. Hvis man ønsker at tingsliggøre idéen om et lagringsobjekt, kan det understøttes ved, som i Lydboksen, at opstillingen fastholder objektet indtil optagelsen er slut og i konceptuel forstand "overført" til objektet. Så ville systemet honorere det heuristiske usabilityprincip, Jakob Nielsen (2005) kalder "match between system and the real world".

Det andet designkrav handler om, at unik adgang til indhold nødvendiggør et værktøj til i konceptuel forstand at "overføre" indhold fra lagringsobjektet til brugerens egne enheder og/eller platforme som sociale netværk. Dette værktøj kan tingsliggøres som alt lige fra en museumsopstilling ligesom Mixerpulten til en simpel kode på objektet, som brugeren kan indtaste online for at få adgang til det indhold, som "lagres" på objektet. Nogle museer, såsom The British Music Experience, bruger selve papirbilletten som lagringsobjekt og lader brugerne få adgang til indholdet ved at indtaste en kode, som er fortrykt på billetten.

Analysen af MedieMixeren taler for, at museumsressourcer, hvor brugerne producerer eller indsamler indhold, med fordel kan anvende gruppeadgang eller unik adgang til indholdet frem for en personlig adgang. Brugergrupper opretter kun én personlig profil og anvender e-billetten som en mellemting mellem et ID-kort for hele gruppen og et simpelt lagringsobjekt. Da museumsværterne desuden er nødt til at udlåne deres e-billet til brugere, som ikke ønsker at oprette en personlig profil, peger det på, at gruppeadgang eller unik adgang ville være en bedre og mere logisk løsning.

En mere logisk løsning ville adressere nogle af de tidligere nævnte kortslutninger, som ellers kræver øjeblikkelig teknisk mægling fra en museumsvært. Kerneinformanterne Lars og Niels fortalte som tidligere nævnt om deres oplevelser med at logge ind på en opstilling:

LARS: Men jeg tror jeg ville have stået og prikket i lang tid på den der skærm og så bare sagt det virker ikke, det lort, og så have skredet

[...]

NIELS: Det var fordi der skulle (et kort) ind

Ligesom mange andre brugere forstod de ikke konceptet med at logge ind via en e-billet og ville være gået, hvis ikke en vært havde set deres problemer og udført teknisk mægling. Selv da valgte de, ligesom mange andre, at låne værtens e-billet på trods af, at de tilbragte mere end en time i MedieMixeren og producerede indhold i samtlige studieopstillinger. Når en eksemplarisk gruppe som Lars, Morten og Niels, som bruger MedieMixeren, ligesom museet har håbet, men stadig hverken forstår eller ønsker e-billetten, så er der brug for en anden designløsning.

Graden af deltagelse / participation inequality

En optælling af brugere og delte brugerproduktioner for februar og marts 2011 viser, at kun en lille del af brugerne deltager:

I perioden har der været 2620 brugere i MedieMixeren. Set i forhold til de konkrete åbningsdage i perioden, giver det middelværdien 51 brugere pr dag (med en standardafvigelse på 48 og varianskoefficienten 0,94). I samme periode er der blevet delt 12 studieproduktioner og skrevet 17 indlæg på bloggen *Ordet er Frit* (OrF). Det svarer til, at én ud af 90 brugere efterlod sig et digitalt bidrag, og at der i gennemsnit blev efterladt et digitalt bidrag hver anden dag.

I MedieMixeren kan brugerne deltage på forskellige måder, og det kan diskuteres, hvordan der skal skelnes mellem forskellige typer af bidrag.

Helt overordnet drager jeg et skel mellem analoge og digitale bidrag. Digitale bidrag defineres her som alle brugerbidrag, hvor produktet er digitalt og muligt at redigere eller mixe digitalt. Kategorien rummer således produktionerne fra Den Varme Stol, Lydboxen, Chromakey-studiet og Mixerpulten samt indlæg på bloggen til *Ordet er Frit*. Derimod regnes skrift skrevet på tavlen, Post-it-sedler og skrivemaskinen som analoge bidrag. Skrivemaskinen er et grænsetilfælde, men da produktet er hybridt og den digitale besked på lysavisen ikke kan kopieres, regnes bidrag herfra som analoge.

At ca. en ud af 90 brugere efterlader sig et digitalt bidrag skal ses som et omtrentligt tal. Da OrF er tilgængelig ikke alene i det fysiske museumsrum, men også via Internet, kan indlæggene i princippet komme fra brugere, der aldrig har været på museet og derfor ikke er med i optællingen. Jeg har dog ikke kunnet registrere en eneste bruger af den type: For alle blogindlæg hvor jeg har kunnet identificere brugeren, har det drejet sig om en bruger af det fysiske museum. At den typiske brugergruppe i MedieMixeren består af 2-4 personer, påvirker også tallet. En produktion er således typisk knyttet til mere end én person. Men da en gruppe samtidig ofte deler mere end én produktion, udlignes forholdet, og det forbliver således et rimeligt estimat, at omtrent en ud af 90 brugere – eller 1 % af brugerne – har deltaget med bidrag.

Tallet siger ikke meget i sig selv, så spørgsmålet er, om dette er meget eller lidt, hvis man sammenligner det med andre kontekster, hvor brugere kan dele digitale produktioner. En ofte citeret tommelfingerregel er den såkaldte *1 % rule*, som siger at det i internetkulturer kun er 1 % af brugerne af brugergenereret indhold, som også skaber og deler indhold (1% rule, i.d.). Tommelfingerreglen findes også i en *90-9-1*-udgave, som siger, at 90 % af brugerne modtager, 9 % kommenterer eller tilføjer og 1 % skaber materialet.

Usabilityeksperten Jakob Nielsen kalder fænomenet *participation inequality* (Nielsen, 2006). Han mener, at der altid vil være en meget ulige fordeling, men at uligheden med forskellige midler kan udjævnes en smule. Simon (2010) refererer til Nielsen og

argumenterer for, at 1 %-reglen ikke kun gælder online men også på museer og andre kulturinstitutioner, hvor der er mulighed for deltagelse.

At kun 1 % af MedieMixerens brugere har deltaget med bidrag stemmer tilsyneladende overens med 1 %-reglen og burde derfor ikke overraske. Jeg vil dog argumentere for, at 1 % digitale bidrag i MedieMixeren faktisk er overraskende lavt, hvis man betragter MedieMixeren som en unik kontekst med unikke brugere og vilkår.

For overhovedet at kunne sammenligne proportionerne er det vigtigt at gøre sig klart, hvad man inkluderer, og hvad man udelader. Jeg har som tidligere nævnt kun regnet digitale bidrag med. Dette skyldes for det første det praktiske forhold, at de digitale bidrag kan tælles præcist, idet de modsat sedler og skrift på tavlen ikke kan fjernes af brugere og værter. For det andet skyldes det, at der ønskes en vis sammenlignelighed med eksempelvis Niensens tal, som beskriver digitale tekster. Og endelig skyldes det, at de fleste analoge bidrag er så korte, at de snarere er kommentarer eller tilføjelser end egentlige produktioner

I modsætning til de analoge bidrag, er blogindlæggene ofte meget lange og selvstændige. Der er dog også blogindlæg, som er ganske korte og uselvstændige, og de er medregnet på lige fod med alle de andre digitale bidrag, selv om de snarere fungerer som korte tilføjelser eller kommentarer. Således kan man argumentere for, at de 1 % digitale bidrag i MedieMixeren svarer til de 9 % + 1 % i 90-9-1-fordelingen. Og så er 1 % brugerbidrag overraskende lavt.

At graden af deltagelse er overraskende lav ses dog endnu tydeligere, når man kigger på MedieMixerens konkrete brugere. 1 %-reglen er et omtrentligt tal, som bredt beskriver alle internetbrugere uagtet nationalitet eller alder. Størstedelen af MedieMixerens brugere (og samtlige af de brugere jeg har undersøgt) er teenagere og unge voksne fra Danmark. Og for denne gruppe mennesker har vi nogle helt andre tal. Jævnfør den nationale brugerundersøgelse udført ultimo 2010 af forskningscentret DREAM og Epinion ved vi, at 3 % af de unge i alderen 13 – 23 år uploader digitalt materiale til sociale netværk *dagligt* (Kobbernagel, Schrøder, & Drotner, 2011). På en ugentlig basis drejer det sig om 12 %.

Så selv om hele 12 % af MedieMixerens kernemålgruppe på en ugentligt uploader digitalt materiale til sociale sites, er det kun omkring 1 % af brugerne, som bidrager med digitale produktioner i MedieMixeren. Så man kan med rimelighed sige, at der er tale om en lav grad af deltagelse og at der formentlig er et potentiale for at udjævne uligheden mht. deltagelse.

Derfor vil jeg i det næste se nærmere på sammenhængene mellem brug af MedieMixeren og deltagelse i form af digitale bidrag.

Som det fremgår af varianskoefficienten for besøgstillene, er der store udsving i antallet af besøgende på forskellige dage: Nogle dage er der tæt på 200 besøgende –

andre dage tæt på 0. En oplagt første undersøgelse af sammenhænge er således at se, om graden af deltagelse af nogenlunde uniform, således at man ser digitale bidrag på de dage, hvor der var mange besøgende. En sådan sammenhæng findes dog ikke, og på den dag i perioden hvor der var flest brugere (211), er der ikke et eneste digitalt bidrag.

Derimod kan man se en stigning i antallet af bidrag, når der har været skoleklasser i MedieMixeren. Observationer og interviews med museets formidlere afslører, at dette skyldes, at nogle skoleklasser simpelthen får til opgave at lave et digitalt bidrag. Dette fænomen er en form for stilladsering (nemlig rekruttering) hvilket uddybes således i afsnittet *grænseobjekter, mægling og stilladsering*.

Bortset fra dette er der dog ikke nogen simple kvantitative sammenhænge for graden af deltagelse. Derimod kan der kvalitativt identificeres en række barrierer for deltagelsen, og ud fra det i MedieMixeren indsamlede data, kan jeg identificere fem barrierer under følgende overskrifter:

- Ingen produktion
- Ingen brugerprofil
- Uvidenhed om deling
- At prøve
- At være seriøs

Ingen produktion

Den første barriere, som forklarer en del af fraværet af delte produktioner, er som tidligere nævnt, at nogle brugere slet ikke producerer noget og dermed heller ikke har noget at dele. Disse passive brugere bliver stadig registreret som brugere af MedieMixeren, selv om de ikke anvender de digitale opstillinger. Såfremt flere af de passive brugere blev aktivt involveret med produktionsopstillingerne, ville der være et potentiale for deling og deltagelse.

Ingen brugerprofil

Mange brugere har ingen brugerprofil til MedieMixeren. Nogle oplever processen med oprettelse af brugerprofil omstændelig, hvilket bevirker at de brugere låner et af museumsværternes RFID-kort.

Teknisk set er det ikke nogen hindring, at en produktion er tilknyttet en museumsværts profil. Produktionen kan godt deles herfra. Dette sker dog kun sjældent, og i nogle tilfælde fortryder brugerne, at de ikke fik oprettet deres egen profil. I disse tilfælde sker det af og til, at brugerne efterfølgende ønsker at oprette en

profil og flytte produktionerne fra museumsværtens profil til deres egen, hvilket hverken brugere eller museumsværter dog har teknisk mulighed for at gøre.

Dette peger på to vigtige forhold:

For det første peger det på, at brugerne rent faktisk opfatter brugerprofiler som noget personligt. Man deler ikke produktioner fra det lånte RFID-kort, selv om det er muligt. For det andet peger det på, at der ville være et potentiale for videre arbejde og deling, hvis de pågældende brugere fra starten havde haft deres egen profil. En personlig profil og oplevet ejerskab og kontrol over produktioner kan altså være en forudsætning for deltagelse.

Uvidenhed

Mange brugere er simpelthen ikke klar over, at deres digitale produktioner fra MedieMixer kan deles.

I nogle tilfælde skyldes denne uvidenhed, at brugerne ikke opdager delingsfunktionen i Mixerpultens grafiske brugergrænseflade, eller at de er i tvivl om, hvordan denne funktion fungerer.

I andre tilfælde skyldes uvidenheden, at brugerne ikke har forstået, hvad Mixerpulten konceptuelt er. Et typisk eksempel er denne 21-årige kerneinformant, som sammen med to kammerater havde brugt alle opstillingerne undtagen Mixerpulten. Jeg pegede på den og spurgte, om de havde prøvet den:

LARS: Jeg troede bare, at det var sådan en server-ting

VV: Ja, okay, hvad troede du det var, siger du?

LARS: Jeg troede bare, at man kunne kigge lidt på en computer

VV: Okay, sådan gå på Internet og sådan noget?

LARS: Ja, mere det der, der er ret tit på sådan nogle servere, at der står en computer, og så kan man lige kigge lidt på noget med noget udstilling og sådan noget, og så (.) læse lidt på lidt wiki om et (emne)

VV: Okay, sådan noget. Ja. Så den var I slet ikke henne og rode med?

LARS: Jeg fattede ikke helt hvad pointen var.

Mixerpulten er som bekendt det eneste sted, hvor man kan redigere og dele sine produktioner. Brugeren har ret i, at der er adgang til MedieMixerens wiki herfra, men bortset fra det, har han ikke forstået MedieMixerens grundlæggende logik, hvor

Mixerpulten er det centrale samlingspunkt for al data, som illustreret på kortet over MedieMixeren (appendiks B).

Det er klart, at dette er en barriere for deltagelse, og den kan kun overvindes hvis brugerne hjælpes til bedre at forstå dataflowet i MedieMixeren, eller hvis de tilbydes andre indgange til redigering og deling end Mixerpulten.

At prøve

En del brugere giver udtryk for, at de allerede fra starten er fast besluttede på ikke at gemme eller dele produktioner. De vil dog gerne opleve, hvordan det er at sidde og svare på spørgsmål i Den Varme Stol eller at lave lyde i Lydboksen. Typisk beskriver disse brugere det som *at prøve*. Sagt med andre ord: Disse brugere ønsker interaktion og ikke deltagelse.

Ikke desto mindre er forklaringen på at nogle brugere ikke deltager, at de i stedet ønsker at *prøve*. Tre piger på 19-21 år taler om at prøve:

VV: I var henne og se jeres egen produktion. Kunne I finde på at dele den med nogen eller vise [den til nogen, eller få den med hjem, eller hvad ville I gøre med sådan en produktion?

DORTHE: [((ler))

CECILIE: Slette den ((ler))

DORTHE: Ja, det tror jeg også. Det var bare lige en oplevelse.

VV: Okay

EVA: Ja. Det var sjovt at [prøve

CECILIE: [Det var sjovt at prøve

At prøve hænger for brugerne sammen med at få en oplevelse, at udforske eller at eksperimentere. Det handler i langt højere grad om proces end om produkt. Dette indebærer bl.a., at brugere, som *prøver* ikke altid ser deres egne optagelser, og når de ses, afbrydes visningen ofte inden den nået til ende. Så også synet af sig selv på skærmen handler om *at prøve*, og så snart disse brugere har oplevet, hvordan det er at se sin egen præstation, er de klar til at gå videre med noget andet.

Der er således tydelige paralleller mellem brugere der "bare vil prøve" og *Experience Seekers* i Falks typologi over museumsbrugere (Falk, 2009).

At være useriøs

En anden kategori, som er opstået ved tematisk analyse af interviews med brugere, er kategorien *at være useriøs*. Dette er brugernes egen kategori, og informanterne har forholdsvis hyppigt beskrevet deres egne aktiviteter i MedieMixeren med præcis disse ord.

Kategorien er særligt interessant fordi der går en lige linje mellem "at være useriøs" og til ikke at dele sin produktion.

I et typisk eksempel fra et interview med en gruppe 15-årige tosprogede piger spurgte jeg, om de kunne finde på at dele deres produktioner på sociale netværk:

GITA: Nej

HANNAH: For vi ikke tog det seriøst ((ler))

VV: Men hvis I havde lavet det seriøst=

HANNAH: =Ja, så kunne vi godt=

FATIMA: =Så kunne vi faktisk godt=

En 20-årig mandlig bruger, som ikke havde sin egen brugerprofil, svarede tilsvarende på spørgsmålet om han kunne være interesseret i at dele sine produktioner på sociale netværk:

NIELS: Altså, det kunne jeg faktisk godt, hvis vi måske havde (.) altså lavet en bruger og så måske taget det lidt mere seriøst, at vi sådan havde prøvet. Altså, jeg tror, hvis vi brugte lang nok tid på et filmklip og sagde nå men nu gør vi det fand'ne eller sådan noget

Brugernes beskrivelse af sammenhængen synes altså simpel: Hvis man ikke tager det seriøst, så vil man heller ikke efterfølgende have lyst til at dele sin produktion. For brugerne er "seriøsitet" altså en forudsætning for at dele, mens "useriøsitet" kan være en barriere.

Genstanden for (u)seriøsitet er brugernes egen præstation i produktionsprocessen. Det handler således om processen og ikke om produktet, selv om der hos brugerne er en klar idé om at processen kan ses afspejlet i produktet. Man kunne ellers sagtens forestille sig, at brugerne også havde svært ved at tage museets oplæg seriøst, eller at de havde svært ved at tage det seriøst, når de efterfølgende så sig selv på en skærm. Men dette bliver afkræftet af eksempelvis den tidligere nævnte gruppe piger. Pigerne udtrykker tilfredshed med resultatet fra Chroma Key Studiet og beskriver produktet som "flot" og "godt". Men de kommer uopfordret med en indsigelse i forhold til deres egen præstation:

FATIMA: Altså, det var sådan lidt amatøragtigt

INEZ: Vi tog det ikke så meget seriøst.

VV: Okay

FATIMA: Vi var meget amatører

INEZ: Men det var også bare for at more os

Ud fra den sidste bemærkning om at "more" sig, kunne det tyde på at brugernes useriøsitet hænger sammen med noget lystfyldt. Det er det også oftest, men det er dog ikke helt dækkende, og jeg vil prøve at komme lidt nærmere en beskrivelse af hvad det vil sige *at være useriøs*.

Det første som kan slås fast er, er, at det at være useriøs ikke er det samme som at lave en humoristisk produktion. Især i Den Varme Stol, hvor oplæggene ikke er humoristiske, ses mange delte brugerproduktioner, hvor brugerne har forholdt sig humoristisk til interviewet, eksempelvis ved at lave grin med den virtuelle interviewer. Her virker tilstedeværelsen af humor – modsat useriøsitet – snarere som et incitament for at dele end som en barriere.

Fællestrækket for brugernes beskrivelser af at være useriøs er en oplevelse af, at ens præstation ikke var så god, som den kunne være. Men det kan dog sagtens være sjovt at være useriøs. Den 20-årige mandlige brugeres to jævnaldrende kammerater fortæller om Chromakey-studiet:

MORTEN: Altså det var jo lige så meget sådan, det var nok ikke for at komme ind og se nu laver jeg en nyhed. Det var mere sådan, hvis jeg går hen her, så kommer jeg op på sådan en lille skærm heroppe. Det er skidesjovt

LARS: Ja ((ler)) helt sindssygt

Beskrivelser som den ovenstående, hvor det fremgår, at brugerne i processen har været optaget af noget andet end at skabe et "godt" produkt er typiske. Dette smitter af på opfattelsen af produktet, som typisk vurderes negativt. Citat fra samme brugere om deres produktioner:

NIELS: Jeg tror måske, jeg tror måske oplevelsen, den øh, den (.) hvad hedder det, den (.) den var bedre end sådan, hvad hedder det=

MORTEN: =Resultatet=

NIELS: =Resultatet, lige præcis, og kvaliteten. Og det er nok, det havde nok ikke været særlig sjovt for andre (.) eller sådan=

MORTEN: =Ej, det var nok mere for egen fornøjelse

Brugerne her kunne altså ikke finde på at dele produktet, fordi de føler at useriøsiteten har smittet af på kvaliteten af produktet, som ikke er "særlig sjovt for andre". Det er væsentligt at understrege, at dette er brugernes egen evaluering af produktionen, og at andre måske ville vurdere den anderledes.

At de ovenstående brugere siger, at Chromakey-studiet for dem ikke handlede om at lave en nyhed, men at komme "op på sådan en lille skærm heroppe" ser jeg som at aktiviteten er *autotelisk* – altså et mål i sig selv. Dette er et typisk tegn på flow (Csikszentmihalyi, 1996). Da de samme brugere efterfølgende fortalte mig om deres oplevelse i Chromakey-studiet, var de meget optaget af mulighederne for at være usynlig og efterspurgte en grøn trøje eller heldragt, så de kunne gå i et med baggrunden. Der er altså også tydelige tegn på divergent tænkning, og der er et klart potentiale for tilblivelsen af kreative produkter. Men fordi brugerne var *useriøse*, vurderer de, at det ikke er "særlig sjovt for andre". Dette er en anden måde at sige, at den kreative indsats vurderes som upassende eller af lav nytteværdi.

Det er dog meget sandsynligt, at produktionerne fra en gruppe brugere som disse både af museets medarbejdere og af de andre brugere ville blive vurderet som passende, på trods af at gruppen tror det modsatte. Resultatet er en risiko for at kreative produkter ikke bliver delt, fordi skaberne ser dem som upassende og dermed som *useriøse* frem for som *kreative*.

For at adressere barrieren med at være useriøs, er man altså nødt til at hjælpe brugerne til at vurdere deres egen præstation mere positivt og til at få et mere realistisk og inklusivt billede af, hvad der er passende i MedieMixeren. Med denne hjælp vil nogle brugere enten kunne holde op med at opleve sig selv som useriøs eller også vil de kunne anerkende, at useriøsitet i visse tilfælde kan være passende og derfor ikke udgør nogen barriere for deling.

Der er mange midler til at give brugerne denne hjælp, og som jeg senere vil argumentere for, drejer dette sig om at skabe en bedre platform for deling, evaluering og feedback.

Kollaborativ emergens i MedieMixeren

Fælles for MedieMixerens tre studieopstillinger, Den Varme Stol, Chromakeystudiet og Lydboxen er, at produktet skabes i en lineær realtidsproces, hvor der ikke er mulighed for at stoppe eller tage en sekvens om. Det er oplevelsen af at "være på", og brugerne beskriver hyppigt aktiviteten som værende "live".

Denne skabelsesproces er kompleks, og brugerne reagerer både på opstillingen og på hinanden. Som jeg vil vise, opstår der ofte eller altid noget i øjeblikket, som hverken

opstillingernes design eller brugernes forhåndsplanlægning kan tages til fuld indtægt for.

Jeg mener, at dette "noget" kan betragtes som *kollaborativ emergens*, hvilket af kreativitetsforskeren R. Keith Sawyer beskrives som "a constantly changing ephemeral property of the interaction, which in turn influences the emergent processes that are generating it" (Sawyer, 2010, s. 377).

Interaktionen beskrevet af Sawyer er interaktionen mellem gruppemedlemmer, og begrebet *kollaborativ emergens* er således meget lig teorien om *reciprok stilladsering* (Holton & Thomas, 2001). Begge begreber beskriver den egenskab ved interpersonel interaktion, at medlemmerne i en gruppe, som er engageret i fælles virksomhed, løbende bidrager med input, som lægges til og forandrer grundlaget for gruppens fælles virksomhed. I Wengers sociale læringsteori beskrives sådan fælles virksomhed som "resultatet af en kollektiv forhandlingsproces", som "defineres af deltagerne i forbindelse med selve udøvelsen deraf" (Wenger, 2004, s. 95).

Et eksempel fra MedieMixerens studieopstillinger gives af de fire tosprogede kerneinformanter i gruppe 3. Da de trådte ind i Chromakey-studiet, udviklede aktiviteterne sig spontant og uden diskussion i gruppen til et interview, hvor det ene gruppemedlem var interviewer, mens to andre indtog rollen som "tyv" og "tyvens kone". Det sidste gruppemedlem var tilskuer og kommentator ude af kameraets felt. Jeg interviewede dem efterfølgende om denne produktion:

FATIMA: Ja, jeg var hende der skulle lave reportagen
VV: Okay
HANNAH: Og jeg skulle, og jeg blev interviewet=
INEZ: =Hun var kriminel=
HANNAH: =Jeg var den kriminelle
VV: Okay. Du var den kriminelle?
HANNAH: Ja.
VV: Ja. Hvordan kan det være at det lige var en kriminel. Var det en idé I lige kom på, eller..?
FATIMA: Det er jo... det er jo...ja... det er jo også det, vi er bedst til.
ALLE: ((griner))
FATIMA: Ej, det er fordi vi har så meget om det i skolen lige for tiden.

Interviewuddraget viser tre ting:

For det første har brugerne et naturligt forhold til den emergente historie om et interview med en kriminel. Hvor jeg som udenforstående undrer mig over, at de har valgt at indtage disse roller, taler brugerne selv om deres roller i bestemt form og med stor selvfølgelighed. Det emergente er både virkeligt og fælles.

For det andet spiller brugernes identitet og personlige kontekst en rolle. Brugerne peger på deres egen etnicitet og sætter et sarkastisk lighedstegn mellem deres identitet som indvandrere og rollen som kriminel. Etnicitet og fordomme var et

tilbagevendende tema for denne pigegruppe, som også undervejs i deres Chromakeyproduktion snakker om både "perkersprog" og om Pia Kjærsgaard.

For det tredje inddrager brugerne diskurser, som ikke på forhånd er repræsenteret på museet. Hverken diskursen om kriminelle indvandrere eller diskursen om tyveri er at finde i MedieMixeren. Disse diskurser inddrager brugerne på eget initiativ.

Præcis hvordan små enkeltkomponenter af identiteter, kontekster og diskurser skaber kollektiv emergens er umuligt at kortlægge i detaljer. Sawyer (2010) beskriver gruppekreativitet som et komplekst system – altså et system, hvor det emergente opstår i et spændingsfelt mellem orden og kaos (ofte kaldet "på randen af kaos"). Dette stemmer overens med Wengers beskrivelse af læringens emergente struktur i praksisfællesskaber: "Læring indebærer et tæt samspil mellem orden og kaos. Kontinuiteten i en emergent struktur skyldes ikke stabilitet, men tilpasningsevne" (Wenger, 2004, s. 118).

I en gruppe som de fire pigers er tilpasningsevnen og skiftene mellem "orden" og "kaos" tydelige. Der foregår en høj grad af improvisation, hvor der skiftevis introduceres ustabilitet gennem et indfald og stabilitet gennem gruppens reaktion på indfaldet. Resultatet er den kollaborative emergens. Dette ses eksempelvis i følgende ordveksling fra begyndelsen af pigernes CK-optagelse:

- FATIMA: Goddag, årh jeg er usynlig. Vi s.. ((griner)) Vi står nu ved øh... ((griner)) Øh, en kirke. Og vi har en tyv
- INEZ: Vi har en tyv ((gentager))
- GITA: Vi har en tyv ((gentager))
- HANNAH: (Ej, det er jeg ikke)
- FATIMA: ((griner)) Ej, nu er jeg usynlig. (.) Okay, øh, hvad, hvad gik det ud på? ((til Hannah))
- HANNAH: Bare fordi jeg er tyv
- FATIMA: Ej, mand
- INEZ: Du snakker et værre perkersprog
- HANNAH: Hvad du sagde? Hallo!
- FATIMA: Øh, hvad, hvad gik det ud på? Du påstår, at du er uskyldig. Hvordan kan det være?

Dette er første gang, at pigerne bruger ordet "tyv". Fatima har indtaget rollen som interviewer, og som en selvfølge introducerer hun situationen for publikum. Hun vælger at iscenesætte Hannah som en "tyv", og to andre gruppemedlemmer gentager anerkendende hendes introduktion. Hannah tager fra starten rollen på sig og benægter smilende, at hun er tyv. Ustabiliteten i indførelsen af rollen "tyv" medfører altså straks tilpasning i gruppen. Det samme ses med Inez's kommentar fra sin placering offscreen om at Hannah "snakker et værre perkersprog". Straks tilpasser Hannah sit sprog, så det bliver til en karikatur på indvandrersprog, og den

kollaborative emergens fører til en historie om en uskyldig tyv, hans kone og hærværk på en kirke.

Hvis vi, som tidligere diskuteret, således ser gruppedynamikkerne som analoge med små praksisfællesskaber, er pigernes kollaborative emergens et eksempel på, at "[evnen til] at balancere mellem kaos og orden, er et kendetegn, som gør praksisfællesskaber til en sandsynlig arne for kreativitet" (Wenger, 2004, s. 329). Kreativiteten opstår i kraft af at der en løbende proces introduceres noget nyt (kaos) og at det nye element gøres nyttigt (orden).

Dette er noget, som næppe kan analyseres og forklares på et individniveau. Sawyer (2010) foreslår, at en analyse på gruppeniveau er nødvendig, når et socialt system har følgende fem egenskaber:

1) Unpredictability, hvilket i pigernes tilfælde ses i kraft af turtagningen, hvor der på ethvert tidspunkt kunne indføres et andet element end det valgte. Hannah kunne eksempelvis præsenteres som en "politibetjent" i stedet for en "tyv", hvilket ville dreje historien i en anden retning.

2) Non-reducibility to models of participating agents. Intet tyder på, at pigerne ikke hver især har indflydelse på narrativet. FATIMA sætter scenen, men selv Inez, som står bagved kameraet indfører elementet "perker", som anerkendes og tilpasses i gruppen.

3) Processual intersubjectivity. Mellem pigerne er der nødvendigvis en form for intersubjektivitet. Det drejer sig ikke nødvendigvis om symmetriske repræsentationer, men snarere om en vilje til i processen at koordinere individuelle opfattelser i forhold til det kollaborativt emergente.

4) Creativity of the components. Gruppen består af individer med kreativt potentiale. Kun i kraft af pigernes villighed til at koordinere individuelle kreative bidrag, giver det mening at betragte den kreative proces på gruppeniveau.

5) The cost of explanation. Reduktionistiske modeller kan give indsigt i detaljer i interaktionen mellem pigerne. Men hvis man forsøger at inkludere elementer som pigernes individuelle psykologi, ender man hurtigt i med en model, som simpelthen er for indviklet til at være anvendelig. I kreative processer som pigernes er det ikke blot metodisk meningsfuldt, men også økonomisk, at analysere processen på gruppeniveau.

Jeg er således meget enig med Sawyer (2010) i at mange kreative processer, herunder produktionen i MedieMixeren, bør analyseres på gruppeniveau. Jeg vil dog tilføje et ekstra element, som Sawyer ikke tager højde for, nemlig rammesætningen af gruppens kreative proces.

I de tilfælde hvor rammesætningen foretages af en museumsvært, formidler eller lærer, forklares denne udmærket gennem Bruners stilladseringsbegreb som

beskrevet af Wood, Bruner og Ross (1976). Som det kan læses andetsteds, bidrager værter, formidlere og lærere med både rekruttering, reduktion af frihedsgrader, retningsfastholdelse, markering af kritiske træk, frustrationskontrol og demonstration.

Men også de enkelte opstillinger og MedieMixeren som helhed rammesætter den kreative proces, og denne rammesætning kan ikke i alle tilfælde forklares som simpel stilladsering. Jeg kalder denne rammesætning for *design* og anvender ordet i Wengers betydning som "en systematisk, planlagt og gennemtænkt kolonisering af tid og rum i et fortagendes tjeneste" (Wenger, 2004, s. 258). Selve opstillingens implementering er altså resultatet af design, mens brugernes kreative proces kan ses (blandt andet) som en reaktion på design.

Hvis man medtager *design* i analysen af den kollaborative emergens i MedieMixeren studieopstillinger, så giver det en mulig forklaringsramme for nogle af mekanismerne. I eksemplet med de fire pigers produktion i Chromakey-studiet bliver det tydeligt, at deres kreative valg befinder sig i grænselandet mellem det designede og det emergente, svarende til praksisdualiteten designet-emergent (Wenger, 2004). Følgende ordveksling uds spillede sig foran Chromakey-studiet, da pigerne navigerede i den grafiske brugerflade og valgte opgaven "Kriminalreportage" og vinklingen "kritisk":

FATIMA: Selvfølgelig tager man kritisk ((om menuvalget))
INEZ: (Ja)
FATIMA: Så
GITA: Og så
FORM: Ja, så taget I bare kortet, så går I ind og starter (den derinde)

Før ordvekslingen havde pigerne ventet længe bl.a. grundet tekniske problemer med kortlæseren og var tydeligt ivrige efter at komme i gang. De stod alle fire foran skærmen men talte ikke om valget af "kriminalreportage" og dermed baggrundsvideoen med Københavns Byret. Efter dette valg skal brugeren vælge mellem en kritisk eller en sympatisk vinkel, hvilket bestemmer det teleprompt, brugeren vil modtage i studiet. En af pigerne vælger den kritiske vinkel og en anden kommenterer, at "selvfølgelig tager man kritisk". Straks derefter yder formidleren dem retningsfastholdelse og markering af kritiske træk, hvorefter pigerne går ind i studiet.

Med menuvalget i mente giver nogle af pigernes valg bedre mening. Inde i studiet begyndte pigerne med det samme at iføre sig kostumer, hvor følgende ordveksling uds spillede sig:

FATIMA: Hvor er mikrofonen?
GITA: Skal, [skal, skal

HANNAH: [Jeg ved det ikke
INEZ: Den er her
HANNAH: Ej, det er der ikke
GITA: Skal du være kriminel? ((til HANNAH))
FATIMA: Hvem er kriminel?=
HANNAH: =Jeg er kriminel
ALLE: ((ler))
FATIMA: Okay, hvor er den røde knap?
GITA: [Skal jeg tage denne her?
HANNAH: [Hvad skal jeg gøre?
GITA: Skal jeg tage denne her på?
FATIMA: Okay, er I klar?
GITA: Nej, jeg gider ikke ((om parykken))
HANNAH: Okay
HANNAH: Hallo, hvad skal vi gøre?
FATIMA: Fem, fire, tre=flyt dig!

Idéen om at én af pigerne skal tage rollen som "kriminel" starter altså med spørgsmålet "Skal du være kriminel?". Eftersom pigerne et halvt minut tidligere tilsyneladende ureflekteret har valgt "kriminalreportage", tyder det på, at mindst én af brugerne alligevel har bemærket, at emnet er kriminalitet. Herefter går det hurtigt, og Fatima, som har taget mikrofonen og dermed rollen som interviewer spørger til "den røde knap". Teleprompter-skærmen skriver på det tidspunkt, at optagelsen starter, når brugerne trykker på den røde knap. Hannah siger "Hallo, hvad skal vi gøre?" og udtrykker altså tvivl, men der er allerede blevet trykket på den røde knap, så nedtællingen til optagelse er i gang, hvilket både illustreres på skærmen og af Fatima's tællen "Fem, fire, tre".

Herefter går optagelsen i gang. Den af gruppen og opstillingen skabte rammesætning ved start er altså, at den ene pige er interviewer, den anden er kriminel og vinklen er "kritisk". Herfra udvikles den kollaborative emergens, men bestemt i samspil med opstillingens design, som jeg vil vise.

Tilhørsforhold og social identitetsøkologi

Wengers model for tilhørsforhold i fællesskaber rummer tre måder at høre til på, kortfattet beskrevet som:

1. *engagement* – aktiv deltagelse i fælles meningsforhandlingsprocesser
2. *fantasi* – skabe billeder af verden og se forbindelser i tid og rum ved at ekstrapolere ud fra vores egen erfaring
3. *indordning* – koordinere vores energi og aktiviteter for at passe ind i bredere strukturer og bidrage til bredere virksomheder.

(Wenger, 2004, s. 200)

Brugerne i MedieMixeren gør alle tre dele, når de laver produktioner: De er engagerede, idet de i større eller mindre grad gør noget med hinanden og med en opstilling. De fantasierer, idet de i større eller mindre grad danner billeder af omverdenen, sig selv og deres muligheder, når de skal levere et input. De indordner sig, idet de i større eller mindre grad anvender MedieMixerens produktionslogik, stile og diskurser.

Der er imidlertid forskel på, hvor stor en rolle de tre grundlæggende måder at høre til på spiller i de enkelte produktionsprocesser. Nogle brugere indordner sig både under opstillingernes emne og form, men tilføjer et legende fantasielement, såsom denne gruppe kerneinformanter, som fortæller om deres brug af Chromakeystudiet:

- DORTHE: [...] det var Cecilie, der havde styr på det, men det var noget med at der var nogle undertekster, ikke, og så skulle man (.)
- CECILIE: [Det var det her med at komme ind i rollen
- DORTHE: [Sige det og agere ligesom. Ja
- CECILIE: Ja
- DORTHE: Prøve at være foran et kamera=
- CECILIE: =Og være på=
- DORTHE: =Og kunne bruge billede bag sig
- CECILIE: Ja

Gruppen lagde i deres produktion, som var en reportage fra Hindenburg-katastrofen, vægt på at læse teleprompten korrekt og pege på baggrunden med det brændende luftskib. Samtidig lagde de vægt på at "agere", hvilket bl.a. indebærer, at de gjorde meget ud af at virke chokerede under reportagen fra ulykken.

Andre brugere bryder komplet med både opstillingens emne og form:

- LARS: Men der havde jeg troet, at det var lidt mere sådan noget BANG, BANG, BANG, hvor det var bare at fortælle [om nogle fisk (.) på Kerteminde havn

MORTEN: [Om nogle fisk
MORTEN: På Kerteminde havn, ja
VV: Okay. Hvad synes I om dét?
LARS: Det var, det var fint nok. Vi fik da danset lidt og sådan noget
VV: I fik DANSET lidt?
LARS: Ja

Efter at have erfaret, at Chromakeyopgaven med børne-Tv ikke var, som gruppen havde forventet, begyndte gruppen at danse og improvisere helt uafhængigt af teleprompt, baggrund og den valgte historie om fiskere ved Kerteminde havn. Der var stadig spor af indordning, idet brugerne anvendte opstillingens rekvisitter, men processen bar i langt højere grad præg af, at brugerne var engageret i deres egne alternative aktiviteter og fantasifulde leg.

Jeg mener overordnet, at man kan betragte produktionsprocesserne som en form for kollaborativ emergens, hvor der er et hierarki mellem engagement, fantasi og indordning: Én gruppeproces kan eksempelvis være domineret af fantasi, hvor engagement og indordning har mindre indflydelse, mens en anden gruppes proces kan være domineret af indordning med mindre udpræget fantasi og engagement.

Et hierarki af disse tre tilhørsforhold giver seks mulige konfigurationer:

- Indordning > engagement > fantasi
- Indordning > fantasi > engagement
- Fantasi > indordning > engagement
- Fantasi > engagement > indordning
- Engagement > indordning > fantasi
- Engagement > fantasi > indordning

Det er umuligt at måle og veje en gruppes produktion for at finde ud af præcis, hvordan vægten er fordelt mellem fantasi, engagement og indordning. Det er imidlertid muligt at identificere nogle tegn på de forskellige typer af tilhørsforhold. Hvis en gruppe spiller roller, anvender metaforer eller skaber abstraktioner, er det tegn på, at fantasikomponenten præger processen. Hvis en gruppe følger et oplæg stringent, besvarer ja/nej-spørgsmål med "ja" eller "nej" eller på andre måder handler konvergent og i overensstemmelse med det forventede, er det tegn på, at indordningskomponenten præger processen. Hvis en gruppe forhandler mening i gensidighed, finder deres egen form og er mere fokuseret på tilstedeværelse end på at skabe abstraktioner, er det tegn på, at engagementskomponenten præger processen.

I undersøgelsen af processerne i MedieMixeren, er det muligt at identificere sådanne tegn ved undersøgelse af produkterne. Ved at stille simple spørgsmål om indholdet såsom "spiller brugerne roller?", kan man nå et stykke af vejen.

I forbindelse med min indholdsanalyse af de 245 delte produktioner, har jeg lavet en simpel operationalisering af komponenterne og undersøgt netop sådanne spørgsmål ved alle produktionerne.

De tre anvendte kodekategorier er "ontopic", "mekanisk brug af oplæg" og "spiller rolle", og der findes en beskrivelse af dem i kodebogen. Som det fremgår, er de binære og skal besvares med sandt eller falsk: Enten er en brugergruppe ontopic, eller også er den ikke. Enten bruger gruppen et oplæg mekanisk, eller også gør den ikke. Enten spiller gruppen roller, eller også gør den ikke. For at sikre, at kodekategorierne vurderes systematisk, er det nødvendigt, at der er klare kriterier for anvendelsen af kodekategorierne, hvilket vil medføre interkoder-reliabilitet. Som nævnt i metodekapitlet er der i den anledning blevet anvendt stikprøver.

Ud fra definitionerne af kodekategorierne kan en gruppe kun have "mekanisk brug af oplægget", hvis de samtidig er "ontopic": En gruppe, som er offtopic har automatisk bevæget sig bort fra oplægget og kan dermed ikke bruge det mekanisk. En sådan gruppe ville f.eks. i Chromakeystudiet ignorere teleprompten eller i Lydboxen producere lyd, som ikke relaterede sig til den valgte historie. Dette medfører, at de tre binære koder i alt har seks kombinationsmuligheder:

- Ontopic – mekanisk brug af oplæg – spiller rolle
- Ontopic – mekanisk brug af oplæg – spiller ikke rolle
- Ontopic – ikke-mekanisk brug af oplæg – spiller rolle
- Ontopic – ikke-mekanisk brug af oplæg – spiller ikke rolle
- Offtopic – ikke-mekanisk brug af oplæg – spiller rolle
- Offtopic – ikke-mekanisk brug af oplæg – spiller ikke rolle

Disse simple operationaliseringer afspejler det førnævnte hierarki af tilhørsforhold. I en gruppeproces, som er "offtopic", som har "ikke-mekanisk brug af oplæg" og hvor brugerne "spiller roller" vil den kollaborative emergens primært opstå via fantasi, hvorimod indordning fylder lidt eller intet i processen. Et eksempel på dette er fire brugere på omtrent 18 år, som 11/5 2011 producerede og publicerede en optagelse fra Chromakeystudiet (produktionsID 6574). Gruppen har valgt Hindenburg-katastrofen som oplæg, men i stedet for at tale om denne, udfører den ene bruger et interview med de to andre, som spiller et ægtepar. Interviewet har intet at gøre med oplægget og er baseret på absurd humor, bl.a. en historie om, at ægteparret har fået en krabbe i stedet for et barn. Denne type af kollaborativ emergens, hvor fantasi er mest dominerende og indordning mindst dominerende, kalder jeg fri fantasi. På samme måde afspejler de andre kombinationsmuligheder af operationaliseringer hver deres hierarki af tilhørsforhold, og indsat i et skema med nogle deskriptive benævnelser ser det således ud:

Type af kollaborativ emergens	Hierarki af måder at høre til på	Eksempel på operationalisering
Streng indordning	Indordning > engagement > fantasi	Ontopic – mekanisk brug af oplæg – spiller ikke rolle
Legende indordning	Indordning > fantasi > engagement	Ontopic – mekanisk brug af oplæg – spiller rolle
Rammesat fantasi	Fantasi > indordning > engagement	Ontopic – ikke-mekanisk brug af oplæg – spiller rolle
Fri fantasi	Fantasi > engagement > indordning	Offtopic – ikke-mekanisk brug af oplæg – spiller rolle
Centralt engagement	Engagement > indordning > fantasi	Ontopic – ikke-mekanisk brug af oplæg – spiller ikke rolle
Alternativt engagement	Engagement > fantasi > indordning	Offtopic – ikke-mekanisk brug af oplæg – spiller ikke rolle

Operationaliseringen er simpel, og de seks typer af kollektiv emergens kunne operationaliseres på et væld af mere nuancerede måder. Man kunne analysere ord eller kropssprog, som relaterer sig til fantasi, engagement og indordning, og det kunne designes som meget indviklede indholdsanalyser med mange kodekategorier. Pointen her er således ikke den konkrete operationalisering men derimod typerne af kollaborativ emergens, som hver især beskriver forskellige måder at høre til på, eller som Wenger (2004) beskriver det: Forskellige muligheder for læring og identitetsarbejde.

Ud fra ovennævnte operationalisering er det muligt at analysere måderne, hvorpå MedieMixerens brugere skaber indhold. Af de 245 delte produktioner er 21 (12 %) uvisse, hyppigst pga. tekniske fejl fra opstillingen. Størstedelen af disse produktioner mangler lyden, hvilket gør det umuligt at vurdere, hvordan brugerne forholder sig til oplægget.

De resterende 224 delte produktioner fordeles sig således:

Type	Hierarki af måder at høre til på	Antal	Del
Streng indordning	Indordning > engagement > fantasi	76	34 %
Legende indordning	Indordning > fantasi > engagement	36	16 %
Rammesat fantasi	Fantasi > indordning > engagement	45	20 %
Fri fantasi	Fantasi > engagement > indordning	9	4 %
Centralt engagement	Engagement > indordning > fantasi	44	20 %
Alternativt engagement	Engagement > fantasi > indordning	14	6 %

Der er flere interessante forhold vedrørende denne fordeling. Først er det værd at bemærke, at sammenlagt 50 % af produktionerne er domineret af indordningskomponenten i form af streng indordning eller legende indordning. Her har brugerne altså holdt sig til opstillingens emne samt fulgt opstillingens formmæssige mekanik nøje. Inkluderes de typer af kollaborativ emergens, hvor indordningskomponenten har en moderat indflydelse (rammesat fantasi og centralt engagement), så bliver tallet 90 %. Indordning har altså en stor betydning for den måde, grupper i MedieMixeren anvender opstillinger på. At der er en udbredt loyalitet over for opstillingerne er ikke i sig selv overraskende, men jeg havde forventet, at flere brugere ville bryde med indordningen af den simple årsag, at mange brugere oplever tekniske problemer i forbindelse med deres produktion. Her er den mest almindelige mekanisme dog, at brugere forsøger at indordne sig, lige indtil "tråden bliver tabt" som tidligere nævnt.

I den forbindelse bør det slås fast, at typen af kollaborativ emergens kan skifte undervejs i en produktion. Jeg har kodet efter den mest vidtgående brug af opstillingen, så hvis en gruppe spiller roller noget af tiden, er det kodet som "spiller roller". Ligeledes er det kodet som "offtopic", hvis brugerne starter ontopic og senere går over til at beskæftige sig med temaer, som ikke rummes af opstillingen. Ligesom kodekategorierne kan gøres mere finkornede, kan de enkelte produktioner også deles op i sekvenser, hvor typen af kollaborativ emergens skifter. Jeg har ikke gjort dette og vil derfor blot konstatere, at der kan ske skift, samt at skift typisk sker i forbindelse med at "tråden bliver tabt".

Selv om indordningskomponenten fylder meget, ses det dog, at 24 % af produktionerne overordnet er præget af fantasikomponenten, mens 26 % er præget af engagement som den væsentligste komponent. Dette betyder, at opstillingerne faktisk for halvdelen af de delte produktioners vedkommende har dannet ramme om mere frie produktionsforløb, hvor enten aktiv deltagelse i fælles meningsforhandlingsprocesser, eller billedskabelse, forstilling og ekstrapolering er i centrum. Værdien af dette skal findes i det simple forhold, at grupper er forskellige og ønsker at opleve og skabe på forskellige måder. Falk (2009) har fint redegjort for, hvordan museumsbrugere er forskellige, og DREAM's nationale brugerundersøgelse (Kobbernagel, Schrøder, & Drotner, 2011) belyser fint, hvordan danske unge bruger

medier og museer. Men grupper – og ikke blot individer – er også forskellige, og de har forskellige præferencer, når de skaber indhold.

Et eksempel er Den Varme Stol, hvorfra 45 % af de delte produktioner er præget af streng indordning. Her anvender brugerne opstillingen, som den dybest set er designet, til at lytte på den virtuelle værts spørgsmål og svare konkret på disse, indtil interviewet er overstået. Nogle brugere oplever dog et behov for at give modspil til den virtuelle værts sekvens af spørgsmål. Kerneinformanterne Jens og Kasper fortæller, at de "svarede lidt flabet" og "var meget sarkastiske". For dem er det vigtigt at skabe dialog ansigt til ansigt, og de oplever en kontrast mellem opstillingens struktur og en naturlig samtale:

- KASPER: Det er da nok nok mest optimalt til EN person, tænker jeg, det er den. Det ved jeg ikke, jeg tror, at man kan hurtigt, hvis man sidder der begge to, og skal svare på nogle spørgsmål, så kan man hurtigt komme videre, komme ind i noget andet. Hvis man nu er EN person, der er derinde, så kan man sidde og så kan man se, at (.) man kan ligesom mærke, at nu nu skal jeg til til og stoppe, for nu kommer der et nyt spørgsmål. [Hvis man nu sidder TO personer derinde, så kan man komme til at snakke sammen, og komme til at lave det dér, så kan man ligesom holde hinanden kørende, og så (.)
- VV: Mmm. [Okay holde hinanden kørende i hvad? Var det det I beskrev med, at I pjattede lidt?
- JENS: Nej, nej
- KASPER: Nej, hvis man nu - den ene siger EN ting og så supplerer den anden op med noget andet og så=
- JENS: =og så kan man blive ved med at fortælle videre og uddybe et spørgsmål

Jens og kasper siger med andre ord, at opstillingen, i deres øjne, lægger op til en bestemt form for indordning, som egner sig bedst til én bruger, mens engagementskomponenten faktisk var størst i deres egen produktion. Da de sad i Den Varme Stol, var det tydeligt, at det primært handlede om en fælles meningsforhandling mellem de to venner, selv om Jens førte ordet, og Kasper sagde knap så meget. De reagerede i langt højere grad på hinanden end på den virtuelle vært, og Kasper fortæller, at han "slet ikke kunne finde ud af at sidde derinde selv" på trods af, som han forklarer:

- KASPER: Det ville have FUNGERET bedre, men jeg ville have det mærkeligt med at sidde og snakke til en skærm, som det

jo er (.) altså selv om man jo skal forestille sig, at det ikke er

Dette indikerer, at opstillinger naturligvis kan opleves som noget, der lægger op til en bestemt brugsform. Opstillinger kan lægge mere eller mindre op til indordning, engagement og fantasi samt kombinationer af disse.

Hvis man laver en simpel optælling af produktioner fra de tre opstillinger, Den Varme Stol, Chromakeystudiet og Lydboksen, viser det sig også, at der er nogle tendenser i måden, hvorpå grupper producerer.

	DVS		CK		LB	
	antal	del	antal	del	antal	del
Streng indordning	28	45 %	38	32 %	10	23 %
Legende indordning	4	6 %	21	18 %	11	25 %
Rammesat fantasi	10	16 %	32	27 %	3	7 %
Fri fantasi	4	6 %	5	4 %	0	0 %
Centralt engagement	10	16 %	14	12 %	20	45 %
Alternativt engagement	6	10 %	8	7 %	0	0 %

Ikke overraskende fylder fantasikomponenten meget i Chromakeystudiet, hvor kostumer og rekvisitter klart lægger op til muligheden for, at brugere kan påtage sig roller. Der er omtrent lige så mange produktioner (27 %) med rammesat fantasi som produktioner med streng indordning (32 %). Lydboksen lægger tilsyneladende mest op til centralt engagement, altså den produktionstype, hvor indholdet skabes med fokus på engagementskomponenten og med sekundært fokus på indordning. Dette hænger godt sammen med opgaverne i Lydboksen, hvor der er mange løsningsmodeller, samtidig med at opgaverne oftest kun giver mening, hvis brugerne holder sig inden for den overordnede ramme. I Den Varme Stol fylder indordningskomponenten meget, og ikke overraskende synes opstillingen at lægge op til streng indordning, svarende til en velordnet spørgsmål/svar-struktur.

Jeg vil nu forsøge at se disse seks typer af kollaborativ emergens i forhold til de to identitetskomponenter; identifikation og negotiabilitet. Jævnfør Wengers model for sociale identitetsøkosystemer, bliver identifikation konstitueret af medlemskabsformer og fællesskaber, mens negotiabilitet bliver konstitueret af meningsøkonomier og meningsejerskab (Wenger, 2004).

De seks typer af kollaborativ emergens beskriver således selve relationen mellem identitetskomponenterne og deres konstituent i produktionsprocessen. Hvis en gruppe brugere eksempelvis engagerer sig i produktion, hvor processen er præget af legende indordning, indebærer dette, at gruppen identificerer sig på en bestemt måde, ligesom det indebærer, at de forhandler mening på en bestemt måde.

Et eksempel på legende indordning ses i en delt optagelse fra Chromakeystudiet fra 6/1 2011 (produktionsID 3582). Her laver et par, som ifølge brugerprofilen er 22 år, en kriminalreportage om "jetset-dronningen" med Københavns Byret som baggrund. En mandlig bruger, som har iført sig en trenchcoat, læser reportagen op fra teleprompteren med en alvorlig og professionel mine, mens en kvindelig bruger, klædt ud med paryk, tavst og smilende agerer "jetset-dronning" ved hjælp af tydeligt karikerede feminine bevægelser. Undervejs i oplæsningen peger den mandlige bruger anklagende på jetset-dronningen ved sætninger som "kvinden blev dermed ikke dømt for at være i besiddelse af 170 gram kokain, som hun ellers var tiltalt for", hvortil den kvindelige bruger straks responderer med en grimasse, som udtrykker overraskelse og karikeret uskyld.

Situationen viser et eksempel på, hvordan både identifikation og negotiabilitet foregår gennem en bestemt type af kollaborativ emergens, i dette tilfælde legende indordning:

Identifikationsprocessen er for begge brugere præget af en kombination af indordning under hhv. opstillingens iscenesættelse af reporteren (og gennem hans speak jetset-dronningen) hhv. brugernes forestilling om og portrættering af en reporter og en "jetset-dronning". For den kvindelige brugers vedkommende er det tydeligt, at der er tale om en ikke-deltagelsesidentitet: Hendes karikatur af "jetset-dronningen" lader ingen være i tvivl om, at fantasikomponenten i hendes legende indordning bygger på dissociation og ikke association med en "jetset-dronning". For den mandlige brugers vedkommende er det mere vanskeligt at afgøre, om der er tale om en deltagelsesidentitet eller en ikke-deltagelsesidentitet. Hans seriøsitet kan enten tolkes som association med rollen som reporter eller som en underspillet karikatur baseret på fordomme om anklagende kriminalreportere.

Negotiabilitetsprocessen er ligeledes præget af en kombination af indordning under opstillingens oplæg samt en bestemt forestilling om en række sagsforhold. Først og fremmest indordner brugerne sig ved at læse teleprompten, så selve udtalelserne om jetsetdronningen og måden, hvorpå de formuleres, stammer fra museets meningsøkonomi. Nogle brugere forholder sig mere frit til teleprompten og tager meningsejerskab ved at omformulere den skrevne speak, men i dette konkrete tilfælde vælger den mandlige bruger at bibeholde ordlyden. I stedet tager han meningsejerskab ved at betone forskellige ord og hæve stemmen ved sætninger som "kvinden blev dermed ikke dømt for at være i besiddelse af 170 gram kokain, som hun ellers var tiltalt for", mens han anklagende peger på den tiltalte. Den kvindelige bruger understøtter disse meninger med sit kropssprog, og der hersker ingen tvivl om, at jetset-dronningen er både skyldig og enormt ubegavet. Med forholdsvis få midler forhandler brugerne altså mening inden for rammen, men på en legende måde, hvor fantasikomponenten, i form af skabelsen af et bestemt billede af virkeligheden, anvendes i negotiabilitetsprocessen.

Dualiteten mellem identifikation og negotiabilitet bliver afspejlet i sameksistensen mellem fællesskaber og meningsøkonomier. Wenger (2004) betegner dette som tilhørsforholdets "dobbeltnatur", og det gør sig også gældende i MedieMixeren som social platform og bidragende projekt. Både produktionsprocessen og den efterfølgende mulighed for deling relaterer sig til meningsøkonomier og fællesskaber på én gang. Den lille grad af indordning, som selv produktioner af typen "fri fantasi" rummer, trækker på den institutionelle meningsøkonomi, mens selv produktioner med "streng indordning" har potentiale for at bidrage med nye meninger til den brugergenerede meningsøkonomi. Disse meningsøkonomier har overlap med de fællesskaber, hvis stile og diskurser museet såvel som brugerne bringer ind i opstillingerne, og som via produktion og deling kan spredes til andre fællesskaber eller grupper. Processen kan virke meget abstrakt, men hvis den operationaliseres som en social identitetsøkologi gennem forskellige betoning af indordning, fantasi og engagement, bliver den i mine øjne konkret og mulig at analysere.

Moderation

I udviklingen af MedieMixeren blev der flere gange stillet spørgsmål om moderation af brugergenereret indhold, og blandt nogle medarbejdere var der en vis bekymring om, at der kunne blive publiceret stødende eller forstyrrende indhold. Samtidig ønskede museet at skabe en åben platform for bidrag, som understøttede en brugergeneret meningsøkonomi, uden at denne skulle underlægges de samme værdier som den institutionelle meningsøkonomi. Spørgsmålet om moderation endte således med en politik, hvor eventuelt problematisk indhold håndteres ad hoc. Dette betyder i praksis, at museumsværterne har myndighed til at slette indhold, som efter deres vurdering er problematisk. Som udgangspunkt har projektgruppen dog defineret, at indhold, som lægger personer eller befolkningsgrupper for had, altid bør slettes, samt at indhold, som udløser klager fra brugere, bør undersøges nærmere.

Spørgsmålet om moderation kan virke banalt, men jeg ønsker at analysere det nærmere af to årsager; for det første fordi det viser noget om, hvordan meningsøkonomier fungerer, for det andet fordi det er et spørgsmål, som har ligget både MedieMixerens projektgruppe og interesserede medarbejdere fra andre museer meget på sinde.

Overordnet set er der i løbet af MedieMixerens første år ikke blevet slettet noget indhold, fordi det blev vurderet som værende stødende. Samtidig har museet ikke modtaget nogen klager fra brugere, som har følt sig stødt over brugergeneret indhold. Dette skal ses i forhold til mængden af brugere, hvor op til 28.097 brugere i huset har haft adgang til MedieMixeren, og hvor brugere har oprettet i alt 2.472 brugerprofiler og delt mere end 500 digitale produktioner samt et større antal analoge indlæg. Umiddelbart synes den minimale moderation altså at fungere godt. Jeg vil dog vise, at det ikke er helt så simpelt.

Nina Simon noterer om moderation, at: "Even a simple comment board requires ongoing moderation and organization of visitor content. Developing consistent systems for maintaining, documenting, and supporting participatory platforms can prevent this work from becoming overwhelming" (Simon, 2010, s. 340). Dette bekræftes i MedieMixeren, hvor især Ordet er Frit faktisk kræver jævnlig vedligeholdelse.

Hvor der ikke er blevet slettet indhold, fordi det var stødende, er der blevet slettet enkelte ytringer i Ordet er Frit af andre årsager: "Enkelte gange har der været meget lange nonsensbeskeder på lysavis og blog, som på grund af deres længde har været forstyrrende for læsningen. Disse er blevet tolket som fejl eller bevidst spam og er derfor blevet slettet" (Mortensen & Vestergaard, 2011, s. 56-57). Samlet drejer det sig om i størrelsesorden 10 beskeder på et år, hvilket dog skal ses i forhold til antallet af digitale indlæg på OrF-bloggen, som sammenlagt tæller 96 indlæg for alle brugere på et år. Ligeledes er der blevet fjernet analoge bidrag i form af sedler og ytringer på tavlen, men det er uvist, hvor mange det drejer sig om. Som jeg kommer nærmere ind på, bliver ytringerne med jævne mellemrum fjernet for at give plads til nye indlæg.

Den britiske blogger og sociale medieentreprenør Tom Coates skelner mellem fire alment anerkendte former for indholdsmoderation: Præ-moderation, post-moderation, reaktiv moderation og distribueret moderation (Coates, 2003). Præ- og post-moderation betegner unilaterale moderationsformer, hvor en moderator vurderer og godkender (eller afviser) alt indhold hhv. inden eller efter, at det bliver tilgængeligt for andre brugere. Præ-moderation har den åbenlyse ulempe, at brugerne ikke får øjeblikkelig feedback på deres bidrag, hvilket ifølge Coates kan være dødbringende for onlinefællesskaber. Dette er ifølge Simon også et problem på mange museer: "Too many participatory projects have broken feedback loops, where the ability to see the results of participation are stalled by opaque and slow-moving staff activities like moderation or editing" (Simon, 2010, s. 19). Dog yder præ-moderation en sikring mod, at uønsket materiale vises, hvorimod post-moderation betyder, at uønsket og indhold vil blive vist, indtil moderationen udføres. Hvis moderation af alt indhold vurderes at være for tidskrævende, kan der i stedet anvendes reaktiv moderation, hvilket er baseret på den antagelse, at brugere vil få øje på eventuelt uønsket indhold og anmelde det til en moderator, som først da vil vurdere indholdet. Ifølge Coates er denne form for moderation langt den mest udbredte online, særligt på sites med stor aktivitet såsom forummer, hvor det ofte ville være umuligt at moderere hver eneste besked. Som alternativ til dette er der dog mulighed for at anvende forskellige typer af distribueret moderation, hvor brugerne selv modererer indholdet. Dette er mere sjældent, men der findes eksempler, hvor det teknologirelaterede nyhedssite Slashdot (<http://slashdot.org>) er det mest berømte. Slashdot anvender et avanceret distribueret moderationsystem, hvor indhold tildeles både point og deskriptorer, og systemet rummer desuden et metamoderationssystem, hvor selve moderationen også tildeles point for at undgå misbrug af og fejl i moderationen.

Foruden Coates' fire former for indholdsmoderation vil jeg tilføje yderligere to: Spontan moderation og algoritmisk moderation. Collison, Erlbaum, Haavind & Tinker (2000) indfører begrebet spontan moderation om de tilfælde, hvor der ikke er nogen funktionalitet, som understøtter moderation. Her vil brugerne i større eller mindre grad spontant udøve moderation ved at kommentere på eventuelt upassende indhold. Med algoritmisk moderation mener jeg moderation, som udføres af systemet på baggrund af dertil indrettede algoritmer. Dette kan dreje sig om automatisk genkendelse af ord, billed- eller lydmateriale, som er i strid med systemets politik. Anvendelsen af ordlister er almindelig, men automatisk billed- og lydgenkendelse er også vundet frem på mange sociale sites og tjenester, særligt for at bekæmpe deling af indhold, som er beskyttet af ophavsret. Fildelingstjenesten Napster er et af de mest omtalte eksempler på en tjeneste, som fik store juridiske problemer på grund af delingen af ophavsrettighedsbeskyttet musik. I en afhandling om indholdsbasert lydgenkendelse skriver Pedro Cano (2006), om Napsters forsøg på at efterleve domstolens krav om moderation ved i første omgang at implementere en algoritme, som skulle sammenligne navnene på de delte filer med en database leveret fra pladeselskaberne. Dette resulterede imidlertid i, at brugerne begyndte at anvende mere kreative filnavne, som snød systemet. Senere forsøgte Napster sig med et lydgenkendelsessystem ("audio fingerprinting"), og i dag anvender MySpace, YouTube og andre store sociale sites sådanne systemer.

Som det ses, er der således tre typer af agens i moderation: Unilateral (ved f.eks. en museumsmedarbejder), distribueret (ved brugerne) og algoritmisk (ved systemet).

Som jeg tidligere nævnte, sker der dog også omorganisering af indhold for at gøre plads til nyt indhold. Jeg nævnte, at det sker i Ordet er Frit, hvor sedler bliver fjernet og tavler visket rene, men det sker også på skærmene i udstillingen via et rotationssystem. Ligeledes sker det på hjemmesiden, hvor gammelt indhold viger til fordel for nyt.

Jeg finder det nyttigt at skelne mellem på den ene side moderation og på den anden side de processer, hvor der bliver gjort plads til nyt indhold. De er begge redaktionelle processer, men de tjener forskellige formål. Formålet med indholdsmoderation er at fjerne indhold, som iflg. et givet normsæt er upassende. Formålet med indholdsorganisering er at fremhæve udvalgt indhold på baggrund af nogle principper (nyeste indhold først, populæreste indhold først etc.). Ligesom moderation kan organisering også udføres unilateralt, distribueret og/eller algoritmisk. Det giver følgende typer af mulige redaktionelle processer i forbindelse med indhold:

	Unilateral (medarbejder)	Distribueret (brugere)	Algoritmisk (system)
Moderation af indhold	F.eks. præ- eller post-moderation	F.eks. spontan moderation eller pointbaseret moderation	F.eks. moderation via ordlister, lyd- eller billedanalyse
Organisering af indhold	F.eks. ad hoc organisering på baggrund af oplevet relevans	F.eks. organisering via tagging eller på baggrund af "likes" eller visninger (popularitet)	F.eks. organisering via kategorisering, rotation eller forældelse

Disse redaktionelle processer kan kombineres på kryds og tværs. Reaktiv moderation er dybest set en kombination af distribueret moderation og unilateral moderation, idet man anvender brugernes samlede kapacitet til at identificere muligt problematisk indhold, hvorefter en medarbejder, eller en anden udpeget moderator, evaluerer indholdet og træffer en afgørelse vedrørende moderation. Det er også muligt at lave kombinationer af organisering og moderation, hvor indhold organiseres efter bedømmelser, men hvor indhold, som får tilstrækkeligt lave bedømmelser, bliver udsat for moderation og eventuelt fjernet.

I MedieMixeren anvendes en kombination af redaktionelle processer. Som udgangspunkt er MedieMixeren designet med henblik på, at museet skal træffe så få redaktionelle beslutninger som muligt, og dette er blevet realiseret via algoritmisk organisering og reaktiv moderation:

Indholdet organiseres af systemet, som giver plads til et vist antal produktioner. Betraget som abstrakt datatype er der tale om en kø med en fast størrelse. Køer er FIFO-strukturer (First In, First Out), og i MedieMixerens tilfælde skubber nyt indhold automatisk gammelt indhold ud af køen. For de såkaldte "demofeed-skærme" ved Chromakeystudiet og Den Varme Stol er der kun én plads i køen, hvilket vil sige, at den sidst delte produktion vises, lige indtil en ny produktion af samme type bliver delt. Skærmen foran sofaen rummer en kø med fem pladser af vilkårlig type. Ved at logge ind ved et af produktionsstudierne fås adgang til køer bestående af de 18 mest populære samt de 18 nyeste produktioner af samme type. Ligeledes er lysavisen og telefonen ved OrF køer, som rummer de fem sidste indlæg. Organiseringen af digitalt indhold er altså primært algoritmisk. Kun i tilfældet med populære produktioner er organiseringen distribueret og styret af brugerne gennem tildelingen af "likes".

Indholdet modereres reaktivt. Indhold bliver ikke systematisk evalueret af medarbejdere, og kun hvis nogen ved et tilfælde bemærker indhold, som synes problematisk, bliver det underlagt moderation. Systemet understøtter dog ikke den reaktive moderation i sit design, og der er ingen funktionalitet til at anmelde eller

markere indhold som upassende. Brugere, som måtte opleve stødende indhold, skal altså på eget initiativ henvende sig til museets personale.

Det kan ikke udelukkes, at noget indhold rent faktisk ville være blevet anmeldt som upassende, hvis systemet havde denne funktionalitet. At ingen har henvendt sig til personalet betyder ikke nødvendigvis, at ingen har oplevet indhold som problematisk eller upassende. Som jeg vil vise, tyder noget derimod på, at potentielt stødende eller uønsket indhold med stor sandsynlighed forbliver uberørt i systemet.

En museumsvært fortæller omkring behovet for moderation af produktioner fra studieopstillingerne:

VÆRT2: Altså selve det produkt, som de har fået ud af deres øh ophold i det ene eller andet studie, det synes jeg altid, det har ikke været noget som helst problem.

Omkring Ordet er Frit forklarer han:

VÆRT2: Jamen altså nede i, nå men Ordet er Frit, der ville jeg jo ikke øh, der synes jeg, at når nu den hedder "Ordet er Frit", så siger jeg: "Nu er det os selv, der bestemmer hernede", ikke? [...] der synes jeg egentlig ikke der er nogen grænse, der skal man bare sådan øh bruge ytringsfriheden og, og sætte det på, som er aktuelt ude i samfundet, og i det tilfælde, når vi snakker Ordet er Frit, så er det jo egentlig GÆSTEN, der skal finde ud af, om det er grænseoverskridende for vedkommende.

En anden vært forklarer, hvor grænsen går for ham i studieopstillingerne:

VÆRT1: Jamen, det var jo nok, hvis de begyndte at optage pornofilm eller sådan noget i den stil der ik' også? ((ler))

Om Ordet er Frit siger han:

VÆRT1: Men der har jeg heller ikke været udsat for noget anstødeligt.

VV: Nej, okay.

VÆRT1: Men nu er folks grænser for det anstødelige, det ligger jo nok også forskellige steder ik' også. Men jeg vil nok sige, at hvis der står sådan (.) altså (.) "p", "i", "k"-ord og sådan noget der, så vil jeg måske nok overskrive det indtil (.) ja, altså det vil jeg nok fjerne.

Grænsen for, hvornår værterne ville skride ind som indholdsmoderatorer, er altså meget hypotetisk og går fra, at der ikke er nogen grænse, til at der ville blive skredet

ind, hvis brugere eksempelvis opfører sig blufærdighedskrænkende. Dette stemmer overens med værternes praksis, hvor de ikke har oplevet noget behov for at udøve moderation.

Undersøger man indholdet, kan man godt finde eksempler på indhold, som kandiderer til at være stødende. Et indlæg fra OrF-bloggen 3. november 2010 lyder:

[navn]

Posted 3. november 2010 at 14:13:54

hej mit navn er [navn] og bor på fyn, jeg bliver tændt af børneporno. jeg onanere tit til det...

Ud fra de tidligere indlæg at dømme tilhører navnet en skoleelev, som har besøgt museet, og det er næppe eleven selv, som har skrevet det lidet flatterende indlæg, hvor vedkommende nævnes med for- og efternavn. I samme debattråd finder man følgende indlæg:

hans pilgaard

Posted 22. september 2011 at 12:43:10

jeg synes tegnefilmsporno er s@rdeles dejligt. det kilder i mavsén hver gang jeg t@nker pA det raaauw

Her har brugerne anvendt navnet på en kendt Tv-vært til at skrive et lidt mere uskyldigt, men stadig potentielt krænkende, indlæg i en andens navn.

Enkelte beskeder på Post-it-sedler og på tavlen er også potentielt stødende. En seddel fra november 2010 lyder f.eks. "Jeg hader bøsser".

I enkelte af de delte produktioner fra studieopstillingerne finder man også potentielt stødende indhold. I en delt produktion fra Den Varme Stol 15/12 2010 (produktionsID 3408) adresserer fire drenge den virtuelle vært i skikkelse af journalisten Louise Wolff med seksuelle tilnærmelser og nedværdigende kommentarer. De anvender ord som "pik" og omtaler den virtuelle vært som en "kælling".

Hverken medarbejdere eller brugere har påtalt dette indhold, som derfor ikke er blevet udsat for moderation. I det første tilfælde, hvor en bruger hænges ud med navns nævnelse, omfattes det umiddelbart af projektgruppens oprindelige kriterier, som fastslår, at indhold, som lægger personer eller grupper for had skal fjernes. Beskeden "Jeg hader bøsser" lever umiddelbart også op til dette kriterium. I andre tilfælde kan det diskuteres, hvor grænsen går, for som den ene vært siger: "[...] folks grænser for det anstødelige, det ligger jo nok også forskellige steder". Pointen er ikke, at disse indlæg nødvendigvis bør udsættes for moderation. Pointen er, at denne diskussion aldrig bliver taget, og min påstand er, at det skyldes design.

Negotiabilitet og redaktionelle processer

Jeg har tidligere beskrevet MedieMixerens sociale struktur som en bidragskæde. I en bidragskæde engagerer mennesker sig kortvarigt, anvender tidligere bidrag og skaber nye bidrag i forlængelse af disse. Tidligere bidrag kan bruges som inspiration eller provokation, eller også kan de ignoreres.

Som udgangspunkt rummer bidragskæder intet designet moderationssystem. Føler man sig stødt over et indlæg i bidragskæder som i en gæstebog eller på en graffitivæg, må man enten ignorere det eller anvende spontan moderation ved at komme med et bidrag, som korrigerer eller fordømmer det, man oplever som stødende.

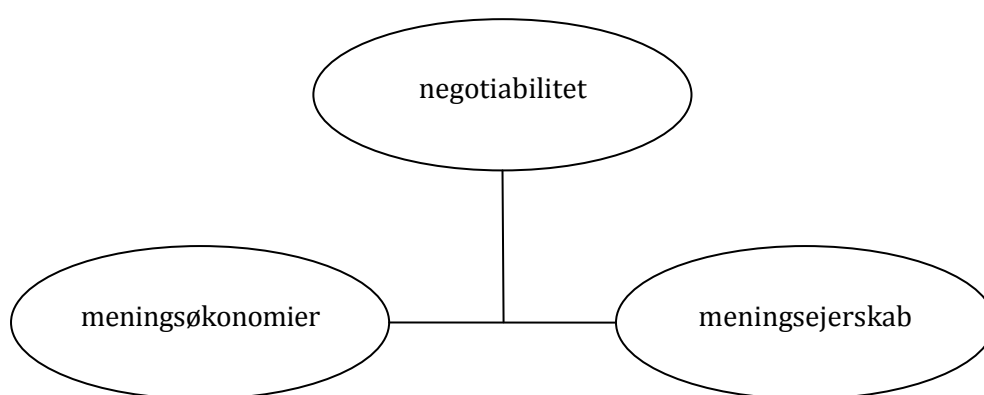
Som tidligere nævnt er moderationen i MedieMixeren planlagt ud fra en reaktiv model, hvilket indebærer, at nogen skal reagere på indhold, såfremt det findes upassende. Da brugerne ikke bliver gjort opmærksom på denne mulighed, er min påstand dog, at indholdsmoderationen de facto er baseret på spontan moderation frem for den hypotetiske reaktive moderation, hvor brugere henvender sig, såfremt noget opleves stødende. Spontan moderation i Ordet er Frit er muligt, i og med at enhver bruger kan producere et nyt indlæg i forlængelse af det indlæg, brugeren måtte finde stødende, hvad enten det er produceret på telefon, skrivemaskine, tavle, blog eller Post-it-sedler. Derimod er det praktisk talt umuligt at gå i rette med en produktion fra Chromakeystudiet, Den Varme Stol, Lydboxen eller Mixerpulten. Selv hvis en gruppe brugere besluttede sig for at gennemføre en produktion, hvor de klagede over en anden produktion, som de fandt forargelig, ville der ikke være nogen måde at koble produktionerne til hinanden via links eller andre associationer. Her er spontan moderation for brugernes vedkommende altså udelukket.

Af mine indsamlede data fra Ordet af Frit (blog-indlæg, telefonbeskeder, fotos af tavler, papir fra skrivemaskine samt Post-it-sedler) er der i alt kun tre eksempler på spontan moderation. De to eksempler er fra sedlerne, hvor en seddel lyder "Tag det roligt", mens en anden lyder "Chillax Homie! Find noget relevant at bitche over!". Det tredje eksempel er fra tavlen, hvor beskeden lyder "Hvad er I for en flok hystader?". Disse er de eneste eksempler på metakommentarer, hvor brugere påtaler andre brugeres tone eller form, og ingen har svaret på disse modererende kommentarer. Der forekommer altså enkelte tegn på spontan moderation, omend sjældent. Dette overvejende fravær af moderation kan tolkes på to måder: Enten oplever brugerne generelt indholdet som passende og acceptabelt, eller også har brugerne brug for andre redskaber til at påtale upassende indhold.

For at komme nærmere et svar på dette spørgsmål er det relevant at drage det skel, jeg opstillede tidligere, mellem to forskellige redaktionelle processer: Moderation og organisering. Hvor moderation primært drejer sig om at fjerne indhold, som strider mod et sæt af normer, drejer organisering sig om at fremhæve indhold på baggrund

af nogle principper, hvilket nødvendigvis medfører nedprioritering eller undertrykkelse af noget andet indhold.

Begge dele kan ses som tilhørende den proces, Wenger beskriver som negotiabilitet: "Negotiabilitet refererer til evnen, muligheden og retten til at bidrage til, påtage sig ansvar for og forme de meninger, der har betydning i en social konfiguration" (Wenger, 2004, s. 227). Negotiabilitet defineres således med hensyn til sociale konfigurationer og menneskers position deri. Her er der altså tale om meningsøkonomier, og inden for disse meningsøkonomier kan mennesker have forskellige grader af meningsejerskab.



(Wenger, 2004, s. 228)

MedieMixeren søger i særlig grad at understøtte en brugergeneret meningsøkonomi (i modsætning til den institutionelle meningsøkonomi), men i enhver meningsøkonomi vil der kunne erhverves meningsejerskab på den pågældende meningsøkonomis præmisser. I MedieMixeren, hvor museet har designet rammen for den brugergenererede meningsøkonomi, har museet også delvist defineret disse præmisser. MedieMixeren er resultatet af design, mens anvendelsen af MedieMixeren derimod (blandt andet) er en reaktion på design. Jævnfør Wenger (2004) er meningsøkonomier kendetegnet ved at være sociale systemer af forhandlede relative værdier, hvor der er mulighed for at akkumulere meningsejerskab og for at bestride sådanne positioner gennem legitimeringssystemer, der til en vis grad regulerer forhandlingsprocesserne. Både mulighederne for moderation og for organisering af indhold er legitimeringssystemer, som tillader brugerne at stille spørgsmål ved meningsejerskab, blot på forskellige måder. Moderation bestrider selve grundlaget for meningsejerskabet og søger at diskvalificere indhold fra at indgå i meningsøkonomien. Hvis sedlen med udtalelsen "Jeg hader bøsser" var blevet fjernet, ville det betyde, at en sådan mening ikke var gangbar valuta inden for denne meningsøkonomi. Det svarer til, at nogle varer i samfundsøkonomier ikke er

gangbare (hælervarer, narkotika etc.). Organisering er derimod en måde, hvorpå meningsejerskab både kan bestrides og bakkes op, ligesom det er en måde, hvorpå meninger kan tillægges betydning og systematiseres efter bestemte principper. Hvis brugere i MedieMixeren eksempelvis giver en produktion "thumbs up", er det en måde at fremhæve denne produktion i forhold til de resterende produktioner.

Ud fra mine data kan det hverken af- eller bekræftes, at brugere har oplevet mangelfuld moderation af indhold. Ingen brugere har hverken over for mig eller over for museets medarbejdere ytret ønske om at få fjernet indhold. Det kan dog ikke afvises, at dette netop skyldes fraværet af tydelige legitimeringssystemer til udfordring af meningsejerskab. Mine data viser derimod, at brugere oplever mangelfuld organisering af indhold, hvilket manifesterer sig som irritation over indhold, som betragtes som havende lav eller ingen værdi for meningsøkonomien.

En museumsvært forklarer om Ordet er Frit, at der kan være indhold, som ikke har meget med opstillingernes tema at gøre:

VÆRT1: Altså, rimelig meget af det har slet ikke nogen sammenhæng med Ordet er Frit-opstillingen.

VV: Okay.

VÆRT1: Det er jo klart. Det er jo (.) Segmentet er jo yngre mennesker, og hormonerne kører rundt, så det er jo meget med at "jeg elsker den" og "hun er sød" og "han er sød". Så, men der bliver også skrevet noget, der har relevans til det der står eller den udstilling og det dilemma, vi nu kører.

Mange brugere oplever den slags indhold som forstyrrende. En kerneinformant fortæller om sin oplevelse ved Ordet er Frit i en periode, hvor temaet tog udgangspunkt i sundhedsminister Bertel Haarders sammenstød med en journalist:

NIELS: Nej. Men jeg tror også, at sådan nogle ting der, at man bliver måske hurtigt sådan (.) øh, lidt sådan forstyrret af at øh (.) tit så står der sådan nogle øh, altså der står der jo ikke, altså så står der "Philadelphia" på tavlen eller sådan noget, så jeg derinde. Eller sådan så det, det ender med ligesom ikke rigtigt at handle om det emne, måske fordi der er mange skoleelever, som har været her og sådan noget, og så står der et eller andet (.) der stod et eller andet "Musse er min bedste ven" på den der skrivemaskine eller et eller andet

VV: Ja. Hvad gør det for dig, at der står de ting?

NIELS: Det fjerner fokus, tror jeg, fra emnet, ikke? Og så tænker man bare, at det var sjovt, at det var Bertel Haarder, og så når man nok ikke rigtig videre i den proces

I stedet for at bestride det indhold, som er forstyrrende, reagerer brugere som Niels ved ikke rigtigt at nå videre i processen. Det er ikke fordi de andre brugeres meninger ikke tillægges nogen værdi. Tværtimod:

NIELS: Ja, men, men det kunne måske være sjovt at på en eller anden måde i stedet for det der med at giv din mening at på en eller anden måde (.) måske lægge op til debat, det ved jeg ikke lige hvordan man skulle formidle, men det, det er mere interessant at diskutere øh med nogen, end det er at skrive "jeg synes, at Bertel Haarder er dum"

Brugere som Niels oplever altså, at "det er mere interessant at diskutere med nogen", end det er at skrive en løsrevet ytring. Men på trods af at gruppen, som Niels tilhører, fremhæver mødet med temaet som noget positivt og indikerer, at de egentlig gerne ville diskutere det, oplever han manglende muligheder for at engagere sig i debat og føler, at opstillingen lægger op til singulære ytringer. Dette svarer præcis til, hvad andre brugere oplever. Adspurgt om, hvad der var vigtigt ved oplevelsen i MedieMixeren, forklarer Cecilie:

CECILIE: Altså, jeg tror for eksempel, det der med Bertel Haarder, hvordan kunne det sådan øh diskuteres bedre eller sådan

VV: Ja?

CECILIE: Jeg tror bare, at det er fordi at hele rammen omkring det er (.) altså jeg ser det bare, det er mit blik, som en eller anden lidt legetøjsmaskine eller sådan. Så jeg synes ikke, at det bliver sådan super sagligt eller reelt, eller sådan at vi gerne vil diskutere det her eller sådan. Jeg ved heller ikke, om det er hensigten.

Cecilie peger på rammen, altså selve opstillingen, som problemet og beskriver Ordet er Frit som en "legetøjsmaskine". Hun oplever, at diskussionen hverken er saglig eller reel og ved ikke, om det overhovedet er hensigten, at man vil diskutere dilemmaet. Ligesom Niels indikerer hun en interesse for at diskutere og oplever kort sagt manglende negotiabilitet forstået som "evnen, muligheden og retten til at bidrage til, påtage sig ansvar for og forme de meninger, der har betydning i en social konfiguration" (Wenger, 2004, s. 227).

For Niels, Cecilie og mange andre brugere er der altså et meningsøkonomisk problem. De siger ikke, at de ønsker andre brugeres indhold fjernet, men de siger tydeligt, at MedieMixeren – i dette tilfælde Ordet er Frit – ikke formår at skabe en tilfredsstillende ramme for meningsforhandling. Brugerne har mulighed for spontan moderation, ligesom de har mulighed for at producere nye singulære indlæg, men det er ikke det, de ønsker. Det, denne gruppe af brugere har brug for, er en designet ramme for negotiabilitet, hvor meningsøkonomien rummer andre

legitimeringssystemer til at regulere forhandlingsprocesserne end blot de spontane. I en meningsøkonomi har meninger ikke samme værdi og gangbarhed; ellers ville det ikke være økonomi. Museets forsøg på at facilitere en brugergenereret meningsøkonomi med et minimum af redaktionel indgriben har imidlertid resulteret i en platform, som for nogle brugere opleves som frustrerende, netop fordi alle meninger bliver fremstillet som havende samme værdi og gangbarhed – selv beskeder som "Philadelphia" og "Musse er min bedste ven", der opleves som meningsforstyrrende.

Det paradoksale er, at den tilsyneladende lige tildeling af meningsejerskab i en bidragskæde, hvor alle kan bidrage, faktisk ender med, at nogen ikke bidrager. Alternativet ville være et system med øget redaktionelle redskaber, og selv om det ville give øgede muligheder for at regulere meningsejerskab, ville det ikke af den årsag give ringere mulighed for at deltage, snarere tværtimod. Wenger (2004) beskriver meningsejerskab som et begreb, der hverken er antagonistisk eller individualistisk: "Meningsejerskab kan deles, og det kan have grader. Det bliver i virkeligheden ikke mindre af at blive delt. Eftersom meninger er socialt forhandlet, kan fælles ejerskab tværtimod udvide deltagelsen i deres produktion og dermed øge ejerskabet for alle deltagere. En meningsøkonomi er derfor ikke nødvendigvis opsplittende, aggressiv eller kontroversiel" (Wenger, 2004, s. 231).

Et veludvalgt distribueret redaktionelt system, hvor brugerne gives værktøjer til moderation og organisering af indhold kunne således give brugerne muligheder for bedre at engagere sig i diskussion, som eksempelvis Cecilie og Niels efterlyser, og i fællesskab at forhandle mening med hinanden. I den forbindelse er det vigtigt også at huske på, at MedieMixerens brugere rummer unge med både sproglige og sociale vanskeligheder. For disse brugere kunne museet via design stille værktøjer til rådighed, som gav dem en reel adgang til negotiabilitet. Spontan moderation og bidragskæder kræver, at brugere selv tager initiativ til at formulere holdninger og kritik. Med andre modeller for distribueret redaktion – eksempelvis pointbaserede systemer – er det muligt også at forhandle mening ved at tage stilling til andre brugeres indhold, og sådanne systemer har således nogle inkluderende egenskaber, som spontane distribuerede, unilaterale og algoritmiske redaktionelle systemer ikke har.

Design for moderation og organisering af brugergenereret indhold

Der er ikke ét design for redaktionelle processer, som er andre design overlegen, men det valgte design har stor betydning for, hvordan brugere oplever muligheden for negotiabilitet. Et redaktionelt design kan inspirere, afskrække eller provokere til at forhandle mening på bestemte måder.

Uddannelsesforskeren Kay Seo (2007) har udført forsøg med distribueret moderation i onlinediskussioner, hvor ikke-modererede (spontant modererede)

diskussioner blev sammenlignet med diskussioner, hvor brugerne var udstyret med et moderationsystem. Resultaterne viser, at de diskussioner, som benyttede et brugerstyret moderationsystem, indeholdt flere indlæg, som relaterede sig til tidligere indlæg, samt at indholdet i højere grad relaterede sig til diskussionen og bidrog med nye betragtninger.

I MedieMixeren ville det være muligt at give brugerne lignende redskaber til at erhverve meningsejerskab. I skrivende stund tilbyder MedieMixerens design to muligheder, nemlig at lave nyt indhold eller at give eksisterende indhold "thumbs up". Sidstnævnte er en form for organisering, hvor brugerne kan fremhæve produktioner, så de bliver vist blandt de mest populære. Systemet er dog dysfunktionelt, bl.a. af den simple årsag, at der ingen grænse er for, hvor mange gange, en brugerprofil kan tildele produktioner "thumbs up". En undersøgelse af de 245 delte produktioner viser, at kun 53 (22 %) produktioner har fået "thumbs up". Hvis man kun ser på produktioner, som har fået mere end én "thumbs up", drejer det sig om blot 20 (8 %). Seks af disse produktioner er end ikke delt, hvilket betyder, at det er producenterne selv, som har tildelt "thumbs up". En enkelt produktion med tre drenge, der laver sjov, har modtaget hele 168 "thumbs up", og det er ikke usandsynligt, at det også her er producenterne selv, som har belønnet produktionen.

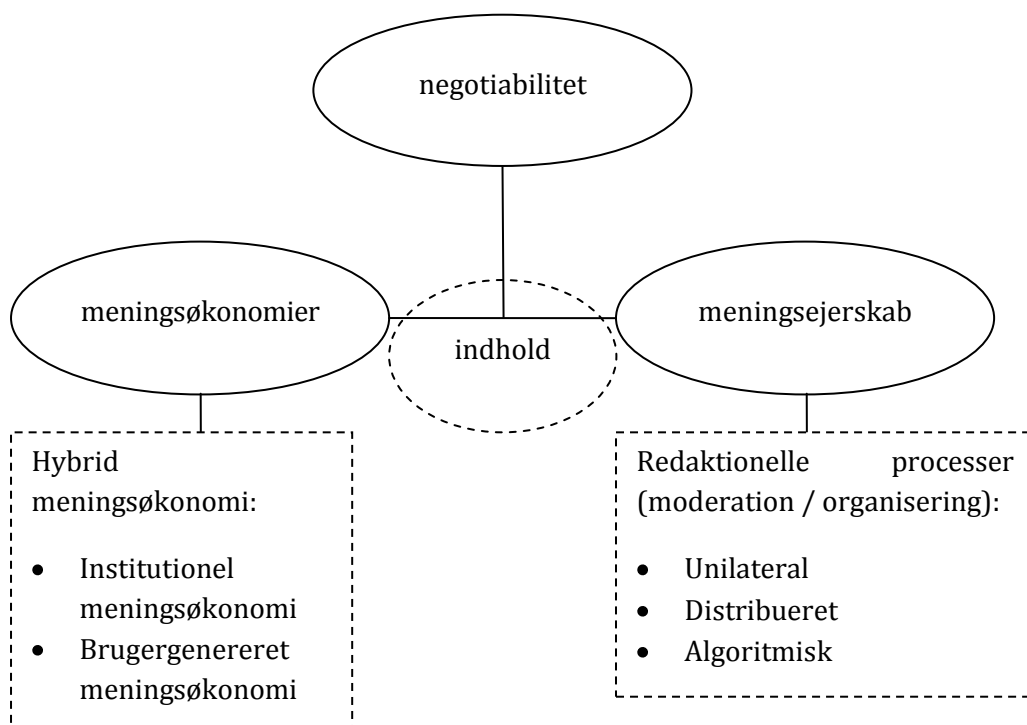
Der er dog utallige muligheder for at give brugerne i MedieMixeren og i lignende læringsrum nye redskaber til distribueret moderation og organisering af indhold. Eksempler inkluderer:

- Pointbaserede systemer, hvor brugere gives et antal point, som kan tildeles indhold
- Mulighed for at markere indhold med nøgleord / tags
- Mulighed for at nominere indhold til sletning
- Mulighed for at nominere indhold til bevaring eller udstilling
- Uddeling af fysiske mærker til fysisk indhold i f.eks. Ordet er Frit
- Mulighed for at flytte fysisk indhold til zoner med positiv eller negativ betydning
- Mulighed for at skrive kommentarer til digitalt indhold, eller lave links mellem indhold

Der er adskillige måder, hvorpå man kan tingsliggøre meningsejerskab og meningsforhandling gennem redaktionelle systemer. Moderation og organisering kan designes som adskilte processer, eller processerne kan kombineres, så indhold, der vurderes lavt, til sidst bliver genstand for moderation. Et distribueret system hindrer heller ikke, at man kan have sideløbende unilaterale og algoritmiske systemer. Tematisk og kronologisk organisering af indhold kan meget vel udføres algoritmisk, uden at det vil influere på brugernes negotiabilitet. Ligeså er det muligt at have en sideløbende institutionel meningsøkonomi omkring det brugergenererede indhold, hvor man fra museets side eksempelvis kunne fremhæve indhold, som var særlig kreativt eller relevant set fra institutionens synsvinkel. Med en klar

konceptuel adskillelse mellem den brugergenererede meningsøkonomi og den institutionelle meningsøkonomi, kan økonomierne uden problemer fungere på vidt forskellige præmisser.

Det væsentlige er, at måden, hvorpå redaktionelle processer bliver organiseret, har direkte indflydelse på brugernes meningsejerskab, altså deres evne til at påtage sig ansvar for forhandling af mening og gøre meninger til deres egne. Hvis negotiabilitet jfr. Wengers model defineres gennem meningsøkonomier og meningsejerskab, ligger MedieMixerens brugergenererede indhold i midten af en sådan relation. Meningsøkonomierne rummer så hhv. en institutionel og en brugergenereret meningsøkonomi, og meningsejerskabet rummer de mulige redaktionelle processer, som vist i modellen.



Kreativitet i MedieMixeren

Det mest elementære og samtidig det vanskeligste spørgsmål at besvare i forbindelse med mine undersøgelser i MedieMixeren er, om brugerne er kreative, og i så fald på hvilke måder.

Som tidligere nævnt betragter jeg, meget lig Klausen (2010), grundlæggende kreativitet som produktion af noget, der er nyttigt på en nyskabende måde eller noget, der er nyskabende på en nyttig måde. Kreativitet ser jeg som havende at gøre med de fire P'er: Produkt (product), proces (process), person (person) og påvirkninger (press of the environment). Desuden skelner jeg grundlæggende mellem de fire C'er: Mini-c (mini-c), lille-c (little-c), Pro-c (Pro-c) og Store-C (Big-C).

Som diskuteret tidligere går jeg teoretisk ud fra, at bæreren af kreativitet er produktet. Processerne, personerne, og de påvirkninger, som er involveret i skabelsen af produktet, betragter jeg som elementer, der kan være mere eller mindre fordrende for kreativitet. Hvis jeg betegner processer, personer eller påvirkninger som kreative, er det altså fordi de fører til kreative materielle eller immaterielle produkter. I de tilfælde, hvor en arbejdsproces i sig selv er ny og nyttig, betragter jeg selve processen som et produkt – nærmere bestemt et kreativt immaterielt produkt på lige fod med kreative samtaler eller performances.

En evaluering af kreativitet i MedieMixeren må således tage udgangspunkt i produkter, og her har jeg identificeret tre typer af produkter:

- Indhold skabt i opstillinger
- Personlige begrebsdannelser
- Det kollaborativt emergente

Alle tre kan betragtes som produkter, men de er tingsliggørelser, som ontologisk set er forskellige: *Indhold skabt i opstillinger* er tingsliggjort som medietekster i form af kommentarer, video- og lydproduktioner. De er eksternaliserede og let delbare. Kreativitet i forbindelse med disse vil typisk være af typen lille-c, da der hverken er tale om strengt personlig kreativitet (mini-c), professionel kreativitet (Pro-c) eller eminent kreativitet (Store-C). *Personlige begrebsdannelser* vil derimod involvere kreativitet af typen mini-c. De er interne og subjektive og er vanskeligt tilgængelige for andre. *Det kollaborativt emergente*, som jeg tidligere har beskrevet, eksisterer mellem deltagere som en "socially shared emergent entity, which constrains the next dramatic action" (Sawyer, 2010, s. 376). Produktet er på én gang internt og eksternt, og det kan ikke blot sættes lig med intersubjektivitet, idet deltagere meget vel kan have forskellige indre repræsentationer af det emergente, samtidig med at de har visse overlappende fortolkninger af dette, som tillader koordination og meningsforhandling i gruppen. Denne form for kreativitet rummer i MedieMixeren således både mini-c og lille-c.

Forskellene på de tre typer af produkter ses illustreret i følgende skema:

	Tingsliggørelse	Type af kreativitet	Eksempel på produkt
Personlige begrebsdannelser	Internt i form af repræsentationer	Mini-c	En repræsentation af den grønne skærm som et vindue man kan kigge igennem
Indhold skabt i opstillinger	Eksternt i form af medietekster	Oftest lille-c	En lydproduktion fra Lydboxen
Det kollaborativt emergente	Internt og eksternt i form af en delt entitet som hænger sammen med deltagernes forskellige repræsentationer	Mini-c og lille-c	En historie, som opstår under et brugerdrevet interview i Chromakeystudiet

Der kunne i princippet findes mange andre former for kreative produkter i et rum som MedieMixeren. Brugere kunne f.eks. producere simple storyboards, som de kunne følge i produktionen, eller de kunne tage fotografier og optage film med medbragte enheder. Mine observationsdata viser dog, at sådanne produkter praktisk talt ikke bliver fremstillet i MedieMixeren. Dette kan måske undre, men det må betragtes som en reaktion på MedieMixerens design: Opstillingerne inviterer til umiddelbar produktion uden forberedelse, og det er produktionen, som er i fokus – ikke udstillingsgenstande. På det punkt kan man sige, at rummets design med succes adskiller MedieMixeren fra traditionelle genstandsorienterede udstillinger. Selv den monumentale rotationspresse i bunden af MedieMixeren opleves typisk som en slags udsmykning af rummet og får kun i sjældne tilfælde brugere til at tage fotos eller lignende.

Derfor fokuserer jeg på kreativitet forbundet med produktionen af indhold, personlige begrebsdannelser og kollaborativ emergens. Disse kreative former er ikke nødvendigvis adskilte, ligesom de heller ikke nødvendigvis er sammenhængende. Personlige begrebsdannelser kan f.eks. anvendes i produktion af indhold, men produktion af indhold kan også give anledning til personlige begrebsdannelser, ligesom indhold også kan skabes helt uafhængigt af disse. Situationen kan være voldsomt kompleks: En bruger kan danne kreative indre repræsentationer, som i samvirkning med andre brugeres repræsentationer skaber kollaborativ emergens under en optagelse, som slutteligt resulterer i kreativt indhold. Denne kompleksitet gør det meget vanskeligt at vurdere, præcis hvilke kreative fænomener som katalyserer andre kreative fænomener i forskellige situationer. Mere frugtbart er det at vende tilbage til det indledende spørgsmål om, i hvilket omfang MedieMixerens unge brugere kan siges at være kreative – her betragtet inden for de tre ovennævnte kategorier af kreativitet.

Kreativitet i form af personlige begrebsdannelser

Da en omtrent 13-årig bruger i MedieMixeren over for sin storebror omtalte den grønne skærm i Chromakeystudiet som et "vindue" man kigger igennem, var der tale om brugerens egen personlige fortolkning af oplevelsen af skærmen. Som voksne forstår vi, hvad han mener, men det er hans individuelle begreb – ikke vores. De fleste af os forstår formentlig den grønne skærm som noget andet end et "vindue", og nogle af os har svært ved at forstå den som andet end en specifik teknologi.

Kaufman & Beghetto definerer mini-c som "novel and personally meaningful interpretation of experiences, actions, and events" (Kaufman & Beghetto, 2009, s. 3). Der er altså tale om personlig kreativitet, hvor et menneske dynamisk og fortolkende skaber ny og for vedkommende nyttig viden og forståelse i en bestemt sociokulturel kontekst.

Målet med overhovedet at beskæftige sig med mini-c er "to broaden current conceptions of creativity by recognizing that intrapersonal insights and interpretations, which often live only within the person who created them, are still considered creative acts" (Kaufman & Beghetto, 2009, s. 4). Jeg ønsker at understrege vigtigheden af dette i en museums kontekst af to årsager: For det første er mini-c-kreativitet vigtig, fordi museer typisk er steder, hvor brugerne konfronteres med det fremmede og det spektakulære. Disse oplevelser skal internaliseres via en transformation og reorganisering sammen med mentale strukturer baseret på individets eksisterende viden og træk. Brugere – særligt børn og unge – kan ikke forventes at placere deres oplevelser kronologisk, tematisk og geografisk på samme måde, som en fagperson ville gøre. Så her må man som museum forstå, værdsætte og understøtte, når brugerne skaber nye personligt meningsfulde fortolkninger af noget hidtil fremmed og ukendt. For det andet er mini-c-kreativitet meget ofte brugernes eneste mulighed for at være kreative i udstillinger. De færreste udstillinger opfordrer brugerne til kreativ produktion ligesom i MedieMixeren, men det er ikke ensbetydende med, at brugerne ikke bruger det udstillede til at skabe noget nyt. Dette nye har blot en intern eksistens. Hvad enten man er inspektør, formidler, lærer eller museumsforsker, er det vigtigt ikke at forveksle mini-c kreativitet med fejlslagen læring. En brugers meget personlige og tilsyneladende arbitrære fortolkninger og begrebsdannelser kan meget vel være et skridt på vejen til en bredere og mere formel forståelse af et felt eller tema.

Eftersom personlige begrebsdannelser er interne, er de vanskelige, men ikke umulige, at registrere, for at mini-c-kreativitet har en intern eksistens "does not mean that mini-c creativity is never expressed" (Kaufman & Beghetto, 2009, s. 4). Gennem mine interviews med brugere har jeg kunnet registrere tegn på mini-c-kreativitet, men jeg har også kunnet registrere sådanne i mine naturlige data fra observationer samt fra det brugergenererede indhold. Kaufman & Beghetto anbefaler selvevaluering og mikrogenetiske metoder til at undersøge kreativitet på mini-c-niveau, og det peger naturligvis på det forhold, at det kan være vanskeligt, om ikke

umuligt, at vurdere præcist, hvad der er nyt og meningsfuldt for andre. Der er ingen direkte adgang til informanternes individuelle og sociale virkelighed, og det er således nødvendigt at tolke og formidle dette indirekte gennem sprog og andre tegnsystemer, hvilket svarer til grundtanken i mit videnskabsteoretiske udgangspunkt i diskursiv realisme. Mikrogenetiske metoder løber typisk over uger eller måneder, men i mit tilfælde har jeg som bekendt undersøgt selve forløbet i MedieMixeren, altså en periode som ikke måles i uger, men i minutter. Det sætter naturligvis visse begrænsninger for registreringen af nyttige tilføjelser og ændringer og i brugernes personlige begrebsapparater.

Ikke desto mindre har jeg forsøgt at identificere mulige begrebsdannelser i mine interviews med brugere, samt i observationer og ustrukturerede interviews i forbindelse med disse. Her har der været et overordnet fravær af registrerbare nye begrebsdannelser eller mentale koblinger vedrørende de primære grænseobjekter (temaerne) samt de tertiære grænseobjekter (det brugergenererede indhold). Derimod er der hos brugerne en række af de samme retrospektive fortolkninger af begrebs- og meningsdannelse, som man også tilstræber i mikrogenetiske metoder, når det drejer sig om de sekundære grænseobjekter (opstillingerne).

Et eksempel på dette er kerneinformanten Cecilie, som er skeptisk over for Ordet er Frit. Om opstillingen forklarer hun:

CECILIE: [...] altså jeg ser det bare, det er mit blik, som en eller anden lidt legetøjsmaskine eller sådan. Så jeg synes ikke, at det bliver sådan super sagligt eller reelt, eller sådan at vi gerne vil diskutere det her eller sådan.

Nøgleordet er "legetøjsmaskine", som er et ord, Cecilie selv danner som et billede på, hvordan hun oplever Ordet er Frit. Dette er et klart eksempel på mini-c-kreativitet, og det er tydeligt, også i eksternaliseret form. Tilsvarende tydeligt analyserer den generte Berit, hvorfor hun ikke bryder sig om at producere i studieopstillingerne:

BERIT: Jamen, (.) jeg føler bare, at jeg ikke har brug for at sidde i et akvarium. Sådan har jeg det.

At Berit fortolker det at bruge studieopstillingerne som at "sidde i et akvarium" er en ny og personlig meningsfuld måde for Berit at betragte en situation, hvor man sidder til skue, ligesom man gør bag opstillingernes glasfacader. Som al anden mini-c-kreativitet er fortolkningen vældig personlig, og det er ikke til at vide, om den giver anledning til yderligere indsigter om f.eks. Berits egen generthed.

Lidt mindre tydeligt er det, når kerneinformanten Kasper fortæller om sine idéer vedrørende telefonen i samme opstilling:

KASPER: Jeg tænkte først over over øh tænkte over, om det var meningen, om det var noget, der var indtalt, så man skulle tro, det var rigtigt [...] jeg tænkte lidt abstrakt

Kasper fortæller en masse om, hvordan han oplevede telefonen, og til at starte med forestillede han sig f.eks., at brugernes kommentarer var en gimmick fra museets side, som skulle fremhæve bestemte pointer. Det vigtige her er, at Kasper lavede nogle meget personlige, mentale koblinger, så opstillingen gav mening ud fra hans partikulære oplevelse. Han tænkte "lidt abstrakt", som han selv formulerer det.

Mange andre brugere fortæller på samme vis om nye personlige, meningsfulde koblinger, de skaber, for at forstå opstillingerne i MedieMixeren.

Der kan være flere forskellige årsager til, at det er opstillingerne og ikke temaerne eller det brugergenererede indhold, som er genstand for brugernes lille-c-kreativitet.

En mulig forklaring kan være interviewtekniske omstændigheder, idet brugerne er blevet spurgt om oplevelsen af de forskellige opstillinger, som de har prøvet. Som regel er spørgsmålet dog åbent og lyder "hvad handlede det om?", så her ville det være lige så oplagt at forklare om interviews, reportager, kendiskultur osv. Det kan dog ikke udelukkes, at brugerne har oplevet, at der er blevet spurgt særligt til de fysiske opstillinger.

En anden, og i mine øjne mere plausibel, forklaring er, at opstillingerne er det grænseobjekt, som forekommer mest nyt og fremmed for brugerne. Hvor man godt kan antage, at de unge brugere er bekendt med fænomener som interviews, reportager, realityshows osv., har de færreste brugere oplevet opstillinger som i MedieMixeren. Enkelte brugere fortæller, at de har oplevet opstillinger, som minder om MedieMixerens, på Experimentarium, men for de fleste er opstillingerne nye og fremmede. Og selv for de brugere, som har oplevet en greenscreen eller en kamerabaseret opstilling før, er MedieMixerens opstillinger designet på en bestemt og unik måde.

Hvis dette er tilfældet, kan det have både positive og negative implikationer. Overordnet set er målet med MedieMixeren, at det væsentlige skal være de primære og de tertiære grænseobjekter. De sekundære grænseobjekter, altså opstillingerne, er blot midler til at selektere og tilgængeliggøre træk fra de primære grænseobjekter, så de kan anvendes i produktionen af tertiære grænseobjekter. Et alt for stort fokus på opstillingernes udformning er således ikke ønskværdigt. Det er dog positivt, at opstillingerne som sekundære grænseobjekter formår at virke nyskabende og skabe refleksion omkring, hvordan de formidler og kommunikerer. Men når brugere som Cecilie konkluderer, at en opstilling er en "legetøjsmaskine" som faciliterer skabelse af indhold, som ikke bliver "super sagligt eller reelt", så peger det samtidig tilbage på problemer i opstillingerne.

Kreativitet i form af indhold skabt i opstillinger

Indhold fra opstillinger kan betragtes som kreativt på lille-c-niveau, såfremt det er nyskabende på en nyttig måde eller nyttigt på en nyskabende måde. Med Kaufman & Beghettos (2009) 4C-model, hvor personlige, nye og meningsfulde koblinger er udskilt i mini-c-kategorien, skal lille-c-kreativitet altså vurderes i en bredere optik end den mini-c's intrapersonelle optik: Lille-c-kreativitet i MedieMixerens indhold drejer sig om, hvorvidt indholdet er nyt og nyttigt i forhold til MedieMixerens hybride meningsøkonomi og i forhold til de specifikke, tilstedeværende forudsætninger for at producere indhold i MedieMixerens opstillinger.

Som nævnt i metodeafsnittet har jeg i forbindelse med min indholdsanalyse af brugerproduktioner udført en ekspertevaluering på linje med Kaufman & Beghettos anbefalinger af bl.a. "Teacher/parents/peer ratings" (Kaufman & Beghetto, 2009, s. 8), samt inspireret af Amabiles CAT-metode. På baggrund af sammenligninger mellem produktionerne, viden om produktionsforhold, temaer og muligheder har jeg vurderet fire af de 245 delte produktioner som kreative.

At der er tale om så få produktioner gør, at der ikke med statistisk signifikans kan drages nogen generelle konklusioner om de kreative produktioner. To af produktionerne er f.eks. udført af enkeltpersoner, mens de to andre er udført af tomandsgrupper. Dette virker iøjnefaldende, men statistisk set kan det være helt tilfældigt. Ikke desto mindre giver de fire produktioner anledning til overvejelser omkring skabelsen af kreative produkter i MedieMixeren.

Tre af de kreative produkter er skabt i Chromakeystudiet:

Den første (produktionsID 1964) er udarbejdet af to piger på ca. 14 år, som laver en politisk reportage foran Christiansborg. Den ene pige interviewer den anden om nedskæring og skolelukning – et emne, som ikke er at finde nogen steder på Mediemuseet – og produktionen er både nyskabende og nyttig. De tilføjer og behandler selvstændigt et valgt tema, som klart er passende i forhold til MedieMixerens ramme, og som i høj grad føjer værdi til den brugergenerede meningsøkonomi.

Den anden Chromakeyoptagelse (produktionsID 5192) er udarbejdet af to brugere, hvoraf den ene befinder sig offscreen. Brugerne har valgt temaet "børne-Tv", og baggrunden viser en havnekaj. Onscreen ses en ca. 14-årig pige, som står med en plasticfisk og en mikrofon – to rekvisitter fra opstillingen. Her gennemfører pigen et karrikeret pædagogisk interview med "Torben Fisk" om det at være fisk, mens brugeren, som befinder sig offscreen, lægger stemme til fisken. Virkemidlet med brugeren, som befinder sig offscreen, er ikke set i andre produktioner, og samlet fremstår produktionen som både vældig nyskabende og vældig nyttig i forhold til opstillingens tema børne-Tv.

Den tredje Chromakeyopagelse (produktionsID 6604) bliver udført af en bruger på ca. 16 år, som har valgt at lave en reportage fra "Dronningens Fødselsdag". Her udfører han et interview med sig selv ved konstant at springe frem og tilbage mellem højre og venstre side af billedet med hhv. en mikrofon og en paryk som rekvisit. Interviewet grænser til sort humor, og virkemidlet, hvor brugeren spiller både journalist og interviewperson, fremstår som en parodi på dels interviewgenren, dels det kunstige ved hele situationen. Således er produktet klart nyskabende, og det er også en passende og nyttig kommentar i MedieMixerens hybride meningsøkonomi.

Det fjerde kreative produkt er produceret i Den Varme Stol af en dreng på ca. 17 år (produktionsID 2151). Han lader sig interviewe om kendte personer og om, hvorvidt det er "godt" eller "fedt" at være kendt. Brugeren præsenterer sig som Frederik Bertram Poulsen, en "professionel Elvis Presley-klon og kortspiller". Gennem hele interviewet fastholder brugeren denne rolle og svarer konkret, men absurd, på de spørgsmål, som han får stillet. Svarene rummer fortællinger om Fred Flintstone, Frankensteins monster og Steven Spielberg. Brugeren refererer også til temaet i Ordet Er Frit – noget som ikke er set i andre produktioner. Så udover, at produktet er nyskabende, er det også nyttigt, idet der inddrages en række kendte temaer og figurer fra film og Tv, og det hele kædes sammen i ét (absurd) narrativ.

Ingen af de fire produkter er redigerede, så kreativiteten er i disse tilfælde at finde i grundidéen og udførelsen af denne. De bygger alle fire på en klar idé, og producenterne holder fast i idéen fra start til slut. I de to tilfælde, hvor flere brugere skaber sammen, kan man godt tale om kollaborativ emergens, men det kreative skyldes i disse tilfælde ikke den emergente struktur, men derimod den planlægning og koordinering, som brugerne har foretaget inden optagelse. Improvisationen er altså med til at kvalificere og forme produktet, men der improviseres inden for en ramme, som er opstillet af brugerne selv, og det er denne ramme, som er relevant. Dette peger nemlig på, at man, hvis man fra museets side ønsker at støtte skabelsen af kreative produkter, må fokusere mere på de forberedelser, brugerne gør sig inden produktion. Hvis man kan støtte idégenereringen, så vil det formentlig også resultere i mere kreative produkter. Én måde, som jeg snart kommer ind på, har at gøre med evaluering. Her vil jeg vise, hvordan der gennem evaluering kan skabes en selvforstærkende effekt, hvor kreative produkter fordrer produktionen af nye kreative produkter.

Kreativitet i form af kollaborativ emergens

I tidligere afsnit har jeg beskrevet, hvordan der opstår kollaborativ emergens under produktionen af indhold i MedieMixerens opstillinger. Jeg vil ikke uddybe dette yderligere, men derimod kort forsøge at besvare det indledende spørgsmål om, hvorvidt der er tale om kreativitet.

Det er fristende at kalde enhver form for kollaborativ emergens for kreativ, men Sawyer (2010) nøjes med besindigt i sin teori at kalde fænomenet for "novelty". Som

tidligere forklaret kræver kreativitet, at der ikke alene er tale om nyskabelse, men også nytte: Det kreative skal være nyttigt på en nyskabende måde eller nyskabende på en nyttig måde. Spørgsmålet er derfor, om den emergente struktur, som brugerne i samspil med hinanden og en opstilling skaber i et komplekst system af identiteter, kontekster og diskurser, er både ny og nyttig.

Her refererer jeg igen til Kaufman & Beghettos 4C-model (Kaufman & Beghetto, 2009). Vurderingen af det kreative må, jævnfør denne model, afhænge af, hvilket niveau af kreativitet, der er tale om. I forbindelse med kollaborativ emergens i MedieMixeren kan der både være tale om mini-c og lille-c-kreativitet. Mini-c-kreativitet bør vurderes på gruppemedlemmers individuelle præmisser, og spørgsmålet her er, om en bruger skabte en ny og nyttig mental kobling. Lille-c-kreativitet bør derimod vurderes på nogle mere objektive præmisser, og spørgsmålet her er, om gruppens kollaborative emergens er ny og nyttig for gruppen eller andre grupper i MedieMixerens kontekst.

Kollaborativ emergens eksisterer som tidligere nævnt "på randen af kaos", og Sawyer (2010) beskriver gruppekreativitet som et komplekst system. Måske af disse årsager har jeg måttet indse, at jeg ud fra mine data simpelthen ikke er i stand til at udtale mig om, hvilke produktionsprocesser, som rummer elementer af kollaborativ emergens, der med rimelighed kan betegnes som kreative. Brugernes til tider fantasifulde replikker kan rumme elementer af mini-c-kreativitet, men de kan også være simple reaktioner på andre brugere eller mere eller mindre tilfældig udfyldning af tomme pladser. Dette er umuligt at vurdere ud fra mine data. Ligeledes er det umuligt at vurdere, om det kollaborativt emergente, som hele tiden ændrer sig, er kreativt. Dette ville kræve en næranalyse af hvert enkelt replikskifte og input i produktionerne, idet den emergente struktur kan være kreativ til nogle tider og ikke til andre. Derfor er det min opfattelse, at det er mere frugtbart at undersøge kreativiteten af det færdige indhold og lade undersøgelsen af det kollaborativt emergente fokusere på, hvordan der opstår emergens, jfr. den tidligere skitserede model.

Evaluering

I forbindelse med bl.a. moderation og organisering af brugergeneret indhold viste jeg, hvordan mange brugere oplever, at indhold kan have en demotiverende effekt, hvis det opleves som værende for irrelevant eller offtopic. Jeg foreslog, at der er forskellige muligheder for at moderere og organisere indhold baseret på tre typer af agens: Unilateral agens (f.eks. ved en medarbejder), distribueret agens (f.eks. ved brugerne) og algoritmisk agens (f.eks. ved systemet).

Evaluering er beslægtet med moderation og organisering og overlapper på nogle punkter med disse redaktionelle processer. Man kan eksempelvis forestille sig et simpelt pointbaseret design, hvor evalueringen af indhold sker gennem tildeling af point, og hvor indhold organiseres ud fra de tildelte point og modereres, hvis indholdet får en tilstrækkelig lav evaluering. Evaluering kan naturligvis rumme meget andet end den simple tildeling af point, og med begrebet evaluering mener jeg enhver systematiseret og anvendt vurdering af styrker og svagheder ved en præstation eller et produkt, uanset vurderingens form.

I MedieMixeren foregår der to aktiviteter, som minder om evaluering, nemlig tildelingen af "thumbs up" og brugernes gennemsyn af egne produktioner. Som tidligere nævnt bliver tildelingen af "thumbs up" både ignoreret og til tider misbrugt, idet nogle brugere tildeler deres egne produktioner et stort antal "thumbs up", hvilket gør organisering via "thumbs up" dysfunktionelt. Som evalueringsform er dette system også dysfunktionelt, og der er intet reelt incitament for brugerne til at anvende systemet, som det er tiltænkt. Under gennemsynet af egne produktioner opstår der imidlertid situationer, som minder om en evalueringssituation. De fleste grupper ser deres produktion umiddelbart efter den er færdig, hvilket for nogle opstillinger tager ca. 5 minutter grundet rendering af videofilen. Dette er de fleste villige til at vente på. Gennemsynet er ofte præget af løbende kommentarer om gruppemedlemmernes fremtræden og præstation. I Lydboxen handler kommentarerne ofte om brugernes timing af lyde, såsom "nøj, den kom bare alt for sent". I gennemsynet af produktioner fra Chromakeystudiet drejer kommentarerne sig ofte om brugernes udseende eller interaktion med den grønne skærm, såsom "tjek lige, jeg er gennemsigtig!". I gennemsynet af produktioner fra Den Varme Stol kommenterer brugerne ofte på de konkrete svar i interviewet, såsom "nej, det sagde du bare ikke, det der". Der synes altså at være en vis sammenhæng mellem opstillingernes tematik og gruppernes kommentarer under gennemsynet af egne produktioner. Nogle grupper beslutter sig efter gennemsyn for, at de vil lave produktionen om, og i disse tilfælde mener jeg, at der er tale om klar og velfungerende evaluering af brugernes egne produktioner.

Der er forskel på, hvordan selvevaluering understøttes i studieopstillingerne. I Lydboxen er evaluering en del af opstillingens design i og med at en optagelse altid slutter med at brugerne straks – og inde i studiet – får tilbudt at gennemse eller gøre lydoptagelsen om. Udfordringerne i Lydboxen handler som bekendt om spotting og

cueing, altså det at gennemse materialet og afgøre, hvilke begivenheder som skal lydliggøres og med hvilke lyde. Dernæst handler det om at producere lydene, så dels timingen og klangen er passende, hvilket i sagens natur kan kræve flere revisioner og forsøg. I Chromakeystudiet og Den Varme Stol slutter en optagelse derimod med at brugerne skal forlade studiet, og der er intet i opstillingen, som lægger op til at brugerne skal tage optagelsen om. Brugere, som på eget initiativ måtte ønske at gøre optagelsen om straks efter produktion, er desuden forhindret i dette grundet den langsommelige rendering af videofilen. Evalueringen fremstår altså som en summativ evaluering i modsætning til Lydboxens formative evalueringer. I sjældne tilfælde trodser brugere dog opstillingsdesignet og anvender gennemsynet til formativ evaluering. En kreativ delt produktion (produktionsID 1964) fra Chromakeystudiet 10/12 2010 blev til på den måde:

I produktionen har to piger på ca. 14 år som tidligere nævnt valgt en reportage foran Christiansborg. De ignorerer teleprompten til fordel for deres egen historie, hvor den ene pige interviewer den anden om nedskæring og skolelukning – et emne, som ikke er at finde nogen steder på Mediemuseet. Interviewet fremstår flydende og fejlfrit, og pigerne er meget velartikulerede. Hvad man ikke kan se er, at pigerne forud for denne optagelse har taget optagelsen om to gange. Topersonersgruppen var i MedieMixeren i forbindelse med et ustruktureret skolebesøg, og under den første optagelse går en klassekammerat ind i Chromakeystudiet og forstyrrer optagelsen. Dette resulterer i at pigerne gennemser deres produktion, aftaler nogle justeringer og prøver igen. Efter anden optagelse gennemses produktionen igen, og pigerne bliver enige om yderligere justeringer i interviewreplikkerne. En klassekammerat gør mine til at gå med dem ind i studiet men bliver afvist med kommentaren "Nej, det skal være seriøst". Herefter gennemføres produktionen, som efterfølgende gennemses, godkendes og deles. Dette er et usædvanligt tilfælde, og den samlede produktionsproces for denne ene 1:37 minutter lange video spænder over knap 30 minutter.

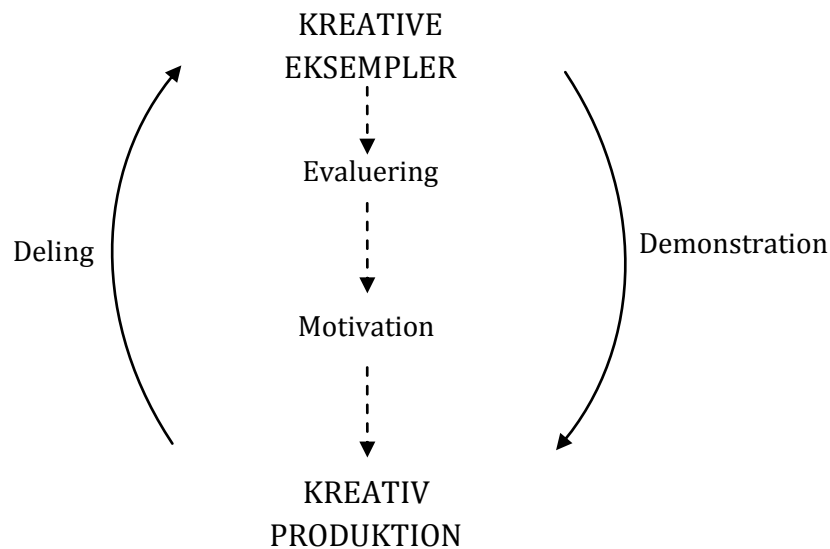
Ud fra en elementær definition af kreativitet som noget nyskabende og nyttigt, er pigernes produktion kreativ både som produkt og som proces: De trodser opstillingens design og teleprompten men holder sig alligevel inden for den tematiske ramme og laver et meget selvstændigt politisk interview med Christiansborg som baggrund. Betragter man kreativitet som en skala, er pigernes produktion mere kreativ end de fleste produktioner i MedieMixeren. Ser man på produktionens feedback får man igen bekræftet, at feedbacksystemet ikke fungerer efter hensigten: Produktionen har fået nul "thumbs up". Med mindre enten skole eller forældre har evalueret produktionen, er den eneste evaluering, den har modtaget, altså pigernes selvevaluering. Det største problem med dette er ikke, at gruppen ikke har fået ros for deres kreativitet. Det største problem er, at fraværet af evaluering er en forspildt chance for at tilføje værdi til den brugergenerede meningsøkonomi. Det er ikke alle brugere, som formår at producere så selvstændigt som de to piger, men jeg vil argumentere for, at de fleste kan få gavn af evalueringssystemer, samt at

velfungerende evalueringssystemer faktisk kan afhjælpe nogle af de problemer, som bremser brugere fra at deltage i den brugergenererede meningsøkonomi.

Kreativitet og evaluering

Kreativitetsforskeren Beth Hennessey har udarbejdet en udførlig gennemgang af litteraturen omkring kreativitet og motivation (Hennessey, 2010). Her viser hun, hvordan kreativitetsforskningen inden for de seneste år har nuanceret den meget veldokumenterede positive sammenhæng mellem indre motivation og kreativitet samt den tilsvarende negative sammenhæng mellem ydre motivation og kreativitet. Selv om disse sammenhænge er meget veldokumenterede, tyder mere og mere forskning på, at ydre motivation under bestemte omstændigheder kan virke fordrende for kreativitet uden at hæmme den indre motivation, som er den typiske drivkraft. Med udgangspunkt i Teresa Amabiles begrebsapparat forklarer hun, at "expected rewards (or evaluations) can sometimes serve as 'synergistic extrinsic motivators'" (Hennessey, 2010, s. 350). Omstændighederne, der kan føre til en sådan synergi, synes at være betinget af en indledende indre motivation, men der er også forskning, som tyder på, at effekten af ydre motivation delvist afhænger af færdigheder. Hennessey refererer bl.a. til en undersøgelse af Conti & Amabile fra 1995, hvor viden om forestående evaluering viste sig at være fordrende for uerfarne datalogistuderendes motivation og præstation, mens dygtige datalogistuderende præsterede bedre uden en forventning om evaluering. Evalueringens karakter synes også at have indflydelse, hvor konstruktiv og informationspræget evaluering er mere fordrende for indre motivation og kreativitet end destruktiv og kontrolpræget evaluering, svarende til den gængse forståelse af "konstruktiv kritik". Et særlig relevant studie af Shalley & Perry-Smith (2001) undersøgte effekten af forskellige typer af evaluering og forskellige løsningseksempler på universitetsstuderendes motivation samt kreativitet i opgaveløsning. Undersøgelsen viser, at de studerende blev mere motiverede af forventningen om en informationspræget evaluering end en kontrolpræget evaluering, samt at kreative løsningseksempler fordrede kreativitet i modsætning til de tilfælde, hvor der blev vist standardeksempler eller ingen eksempler før opgaveløsningen.

Hvis disse principper kan overføres til et læringsrum som MedieMixeren betyder det altså, at den rette form for evaluering kan øge motivationen, hvilket ville fordre kreativitet. Delingen af kreative produktioner ville dernæst fungere som fordrende for mere kreativ produktion og bringe den brugergenererede meningsøkonomi ind i det, Wenger, McDermott & Snyder (2002) i forbindelse med praksis betegner som en god cirkel (virtuous circle) – altså det modsatte af en ond cirkel (vicious cycle). Selve cirklen består af kreativ produktion, som via deling bliver til kreative eksempler, som stilladserer ny kreativ produktion. Hvis de delte produktioner evalueres på konstruktive måder, kan dette dog blive til synergistiske ydre motivatorer, som yderligere vil fordre kreativ produktion, som illustreret i denne figur:



Ideelt set kunne et rum som MedieMixeren fungere udelukkende via det ydre kredsløb, hvor kreative produkter deles og bliver til kreative eksempler, som fordrer kreativitet via demonstration. Mine undersøgelser peger dog på, at der skal introduceres yderligere mekanismer for at fordrer den kreative produktion, og jeg ser evaluering som en mulig sådan mekanisme.

Indhold kan evalueres baseret på de tre tidligere nævnte typer af agens: Unilateral agens (f.eks. ved en medarbejder), distribueret agens (f.eks. ved brugerne) og algoritmisk agens (f.eks. ved systemet). Den måske vigtigste form for evaluering i forbindelse med læring er selvevaluering, hvilket med mine begreber kan være enten unilateral (hvis det har form af en privat eller indre evaluering) eller distribueret (hvis det har form af en ydre evaluering i fællesskab med andre). Evaluering i de grupper, som har lavet en produktion sammen, betragter jeg som distribueret evaluering.

Der er forskellige muligheder og risici i de forskellige evalueringstyper som skitseret:

Unilateral evaluering (ekspert / medarbejder)	Muligheder: Grundig, kvalificeret evaluering. Risici: Potentielt tidskrævende. Risiko for konkurrence.
Distribueret evaluering (brugere)	Muligheder: Evaluering fra mange perspektiver, inkl. nogle, som kunne minde om producenternes egne. Udbytte for den som evaluerer. Risici: Risiko for mobning.
Algoritmisk evaluering (system)	Muligheder: Øjeblikkelig feedback. Uafhængig af antallet af brugere samt af personalets travlhed. Risici: Risiko for at belønne uønsket adfærd. Risiko for random button pressing.

Unilateral evaluering kan foretages af en hvilken som helst autoritet, det være sig museumsinspektør, formidler, skolelærer eller brugeren selv. Min definition på unilateral evaluering er, at kun én agent varetager evalueringen, samt at den er endelig. Der er intet til hinder for, at denne agent er "museet", selv om museet internt anvender en distribueret model, hvor flere personer bidrager til evalueringen. Hvis museet evaluerer brugergenereret indhold, er der muligheder for grundig, kvalificeret evaluering, hvor museets eksperter og fagligheder bringes i spil. Det vil være en måde hvorpå man kan tydeliggøre museets meningsøkonomi og give brugerne mulighed for at bygge på eller distancere sig fra denne. Produktet gøres således til et grænseobjekt, som koordinerer perspektiver fra det institutionelle bagland og brugernes baglande. Et eksempel på vellykket anvendelse af unilateral evaluering som synergistisk ydre motivator i forbindelse med medieproduktion findes i kortfilmskonkurrencen PlayOFF. Konkurrencen afholdes årligt i forbindelse med Odense Internationale Film Festival, og kreativitets- og medieforskeren Heidi Philipsen har undersøgt bidragsydernes kreative processer og produkter over to år. Her viste det sig, bl.a. at "evaluation and appreciation (from other group members and/or jury) turned out to be a key motivational factor in the creative process" (Philipsen, 2012, s. 75). Philipsen fortæller, at nogle deltagere ligefrem peger på juryens evaluering som den primære motivation for at bidrage, og hun betragter dette som et eksempel på stilladsering via markering af kritiske træk (marking of critical features) ud fra Wood, Bruner & Ross' (1976) terminologi. Dette indebærer, at bidragsyderne oplever, at juryen giver dem brugbar feedback, hvor juryen ud fra domænerlevant viden udpeger og evaluerer særligt væsentlige træk ved produktet. Brugergenererede produktioner kan ligeledes evalueres af en unilateral agent med domænerlevant viden, som markerer kritiske træk, men der er risici forbundet med dette. For det første er risiko for at evalueringsarbejdet kan være tidskrævende, og for det andet er der risiko for, at unilateral evaluering vil skabe en stemning af konkurrence, hvilket, som bl.a. Hennessey (2010) redegør for, i langt de fleste tilfælde hæmmer motivation og kreativ præstation for personer i alle aldre.

Anvendelse af unilateral evaluering bør således tilrettelægges, så disse risici adresseres. Arbejdsbyrden forbundet med evalueringer kan nedsættes ved at udvælge et begrænset antal produktioner til bedømmelse (f.eks. "månedens produktion") eller ved at lade brugerne selv indstille deres produktion til evaluering. Sidstnævnte kan også adressere risikoen for uønsket konkurrence, og dette kan forstærkes yderligere gennem evalueringer, som er informationsprægede frem for kontrolprægede.

Distribueret evaluering indeholder ikke den samme risiko for tunge arbejdsbyrder, idet arbejdet er fordelt mellem mange personer, f.eks. brugere. Det er også lettere at undgå konkurrenceelementer, fordi der er mulighed for et bredere spektrum af perspektiver, hvor nogle af perspektiverne kan minde om producentens egne. Produktet bliver i høj grad gjort til et grænseobjekt, som koordinerer det Wenger (2004) betegner som en neksus af perspektiver, og i denne perspektivneksus har de

involverede baglunde hver især delvis kontrol over fortolkningen af objektet. Min definition på distribueret evaluering er, at multiple agenter varetager evalueringen, samt at en enkelt agents evaluering ikke er endelig. At multiple – i udgangspunktet ligeværdige – personer har delvis kontrol over fortolkningen af en produktion gør, at det ikke alene er producenten, som kan få gavn af evalueringen: Enhver, som bidrager med evalueringer er medskabende og har muligheden for at erhverve meningsejerskab i den brugergenererede meningsøkonomi. Der er ingen fast grænse for, hvor stor kontrol over fortolkningen af et produkt, distribueret evaluering giver, og historien er fyldt med eksempler, hvor produkter har fået nye og uventede betydninger, når de er blevet underlagt distribueret evaluering. De mest ekstreme eksempler findes i dannelsen af virale videoer og internetmemer, hvilket jeg ligesom (Knobel & Lankshear, 2007) betragter som nye literacy-praksisser. Et eksempel er den russiske sanger Eduard Khils Tv-optræden med en vokalise fra 1976, som blev uploadet på YouTube i 2009 (RealPapaPit, 2009) og i løbet af 2010 vandt stor popularitet på flere sociale sites. Videoen blev til internetmemet ”Trololo”, som er et symbol på trolling og anvendes i praksisser som ”rickrolling”. Dette skete på grund af bestemte fortolkninger af videoen, hvor nogle brugere forbandt sangens nonleksikale indhold, hvor man kan høre latter og lyde som ”trololo”, med det at udføre practical jokes. I andre tilfælde ender distribueret evaluering med mobning (cyberbullying), hvor indholdsproducenten af bliver latterliggjort eller på anden måde fremstillet negativt. Et af de mest kendte eksempler på dette er sagen om 11-årige amerikanske Jessica Leonhardt, bedre kendt som Jessi Slaughter, som i 2010 var offer for den form for mobning. Pigen havde på YouTube uploadet en videooptagelse af sig selv, som mange brugere tolkede ekstremt negativt, og det resulterede i længere hændelsesforløb, hvor pigen (og hendes far) skiftevis blev angrebet og kom med modangreb i form af nye videoer, som skældte ud på den distribuerede mobber. Nyhedssitet Gawker beskyldte fællesskaberne baseret omkring 4chan (4chan.org) og Tumblr (tumblr.org) for at være særligt ansvarlige for mobbekampagnen (Chen, 2010). Sådanne sager er dog komplekse, og den vigtigste pointe er, at der eksisterer en sådan risiko for mobning, når brugere distribueret får mulighed for at evaluere og kommentere andre brugeres indhold.

Anvendelse af distribueret evaluering bør således tilrettelægges, så risikoen for mobning minimeres. For det første har museer naturligvis af etiske årsager ingen interesse i at skabe platforme for mobning, men for det andet ved vi, som tidligere nævnt, at forventninger om ukonstruktiv kritik resulterer i drastisk forringelse af motivation og kreativitet. Der er mange mulige metoder til at begrænse risikoen for mobning, hvor det mest oplagte er at kombinere evalueringssystemet med et moderationssystem.

Foruden unilateral og distribueret evaluering er der også mulighed for at anvende algoritmisk evaluering. Her er det systemet, som genererer feedback til producenterne, hvilket giver mulighed for øjeblikkelig feedback. En svaghed ved både unilateral og distribueret evaluering på museer er, at brugere, som deler

indhold, typisk vil have forladt museet inden andre har reageret på det. I MedieMixeren er der som tidligere nævnt store udsving på antallet af brugere på en given dag, hvilket indikeres af en varianskoefficient på 0,94 for antallet af daglige brugere. Et distribueret evalueringssystem ville således betyde, at der – alt afhængig af frekvensen af brugere, som ville evaluere – kunne gå dagevis inden nogen evaluerede en given produktion. Algoritmisk evaluering er derimod uafhængig af besøgstal og personaletravlhed. Denne evalueringsform ville altså undgå det udbredte problem, Nina Simon påpeger i forbindelse med moderation: "Too many participatory projects have broken feedback loops, where the ability to see the results of participation are stalled by opaque and slow-moving staff activities like moderation or editing" (Simon, 2010, s. 19).

Der kan opstilles mange logiske kriterier for algoritmisk evaluering af produktion, hvor de meste simple består i at give positiv feedback på baggrund antallet af produktioner, delinger og kombinationer af disse. Sådanne feedback-mekanismer kan udformes som "achievements", hvor brugeren modtager virtuelle belønninger for at opfylde bestemte foruddefinerede mål. Achievements blev et alment kendt fænomen ved introduktionen af Microsoft's Xbox 360 Gamerscore system i 2005, hvorefter fænomenet har bredt sig til andre platforme. De finske forskere Hamari & Eranti har udarbejdet et framework for achievements, hvor de definerer achievements som "*goals in an achievement/reward system (different system than the core game) whose fulfilment is defined through activities and events in other systems (commonly in the core game)*" (Hamari & Eranti, 2011, 14/9, s. 4). I spil er achievements altså et metaspil, hvor bestemte handlinger i basisspillet udløser forskellige belønninger i et achievementsystem adskilt fra spillet selv. I hvad der kan betragtes som en gamification-proces, har achievementsystemer dog bredt sig fra spilplatforme til andre platforme. Hamari & Eranti nævner lokationstjenesten Foursquare som et sådan eksempel og betragter tjenesten som starten på en "new wave of gamification".

Hamari & Eranti læner sig op ad 90'ernes teori om sammenhængen mellem ydre motivatorer og kreativitet og skriver: "The reduction in autonomy can lead to reductions in creativity and performance and can further diminishes the desirability of the given activity in the long run. However, it is not yet clear which kinds of achievements and rewards associated with them might be intrinsic or extrinsic and how they would affect the gameplay experience" (Hamari & Eranti, 2011, 14/9, s. 2). De bringer både eksempler, som taler for og imod anvendelsen af achievements og konkluderer, at forskningen simpelthen ikke giver noget klar svar på, hvornår achievements er velfungerende som motivator. Jeg kan heller ikke give noget klart svar, men jeg vil nævne achievements som en oplagt mulighed for algoritmisk evaluering af produktion. Der er dog en risiko for at belønne uønsket adfærd, hvis achievements kan erhverves på måder, som strider mod de involverede aktiviteters formål. Hamari & Eranti bringer som eksempel et finsk eksperiment med achievements i en tjeneste til deling af billeder, hvor man bl.a. erfarede at "users

were concerned they would create unproductive usage patterns” (Hamari & Eranti, 2011, 14/9, s. 2).

Anvendelse af algoritmisk evaluering bør altså struktureres på måder, som fordrer ønsket brug af de tilknyttede opstillinger. I udviklingen af MedieMixeren var en af de urealiserede idéer et achievementsystem, som ville belønne brugerne for at gennemføre missioner, som rummede meningsfulde sekvenser af optagelse, redigering og deling. Sådanne sammenhængende produktionsprocesser er som bekendt stort set fraværende i MedieMixeren, hvor kun 2 % af produktionerne er blevet redigeret i Mixerpulten og blot 10 % er blevet delt. Algoritmisk evaluering og achievements kan muligvis ændre på dette, men evalueringssystemet bør indeholde mekanismer, som sikrer, at brugere ikke føler sig opfordret til blot at sætte produktioner i gang eller trykke på tilfældige knapper. Visse af sådanne mekanismer kan udformes algoritmisk, eksempelvis ved at registrere, om der rent faktisk er lydinput, hvilket både Den Varme Stol og Lydboxen allerede gør. For at bedømme, om indholdet er meningsfuldt, kræver det dog hurtigt, at det algoritmiske evalueringssystem integreres med unilateral eller distribueret evaluering, hvilket kan skabe det forsinkede feedback, som ellers undgås med algoritmiske evalueringssystemer.

Kombinerede redaktionelle evalueringssystemer

Som tidligere nævnt er der mulighed for at kombinere redaktionelle systemer og evalueringssystemer. Det mest simple system, som kombinerer moderation, organisering og evaluering, er et binært voringssystem, hvor brugere kan tildele indhold enten et positivt eller et negativt point (distribueret evaluering), hvor indhold ordnes efter den resulterende popularitet (algoritmisk organisering), og hvor indhold med tilstrækkelig lave bedømmelser fjernes (algoritmisk moderation).

Hvis man betragter moderation, organisering og evaluering som processer, der kan udføres unilateralt, distribueret eller algoritmisk, så er der 512 forskellige kombinationsmuligheder. Dette er under den antagelse, at et system også kan undlade at understøtte moderation, organisering eller evaluering. Når man samtidig husker, at der er mange forskellige måder at implementere de forskellige typer af processer, så er det naturligvis urealistisk at beskrive i detaljer, hvordan sådanne systemer praktisk kan udformes.

Udover de 512 forskellige kombinationsmuligheder, er der mange konkrete måder at implementere de enkelte løsninger på. Her vil nogle kombinationer og løsninger egne sig bedre til bestemte formål end andre. Nogle løsningsmodeller vil formentlig være direkte destruktive for brugernes motivation. Jeg vil således ikke anbefale en bestemt løsningsmodel men blot referere til de tidligere skitserede muligheder og risici.

Med det rette kombinerede redaktionelle evalueringssystem mener jeg, at der er mange potentielle fordele såsom større kvalitet i produktionerne, øget motivation

osv. Disse fordele har ikke noget at gøre med at svage brugeres produktioner skal fjernes eller udsættes for kritik, tværtimod. Med det rette system mener jeg, at brugere vil se, at barren ikke er sat så højt, som de ind imellem tror, og derved få mere lyst til at dele deres produktioner. Samtidig er gennemsynet af andres produktioner en mulighed for meningsforhandling om indholdet i den nærværende produktion. Her kan evalueringssystemer rent faktisk give svage brugere meningsejerskab. Jeg har tidligere beskrevet MedieMixerens struktur som en bidragskæde. I en sådan struktur er det umuligt at erhverve meningsejerskab, hvis ikke man producerer et nyt bidrag. Ved at indføre kombinerede redaktionelle evalueringssystemer kan brugere tilbydes ekstra muligheder for meningsejerskab, som de ikke får gennem den nuværende struktur.

Proces- og produktorientering

Jeg har tidligere vist, hvordan jeg har kunnet bruge produktionerne fra Den Varme Stol og Chromakeystudiet og i nogen grad også produktionerne fra Lydboksen til at analysere produktionsprocessen. Set som data afspejler dette brugergenererede indhold produktionsprocessen inde i studiet fra det tidspunkt, hvor brugerne har trykket på "den røde knap". Produktionerne giver altså mulighed for indirekte observation.

Analyser af brugernes holdninger til andre brugeres publicerede produktioner i MedieMixeren viser, at brugerne i høj grad betragter produktionerne på samme måde: Som simple afbildninger af produktionsprocessen. Når kerneinformanten Anne f.eks. siger om indholdet på en skærm foran Chromakeystudiet, at "Jeg tror, at de har haft det rigtig sjovt [...] De har sgu nok fået en oplevelse ud af det", så tager hun, ligesom de fleste andre brugere, ikke stilling til indholdet som produkt. At tage stilling til indholdet som produkt ville være at tage stilling til, hvordan brugerne har placeret sig i forhold til kameraet, hvad de taler om, hvordan de argumenterer osv.

Jeg mener, at det giver mening at tale om hhv. proces- og produktorientering. Med Wengers (2004) begreber ses begge dele som tingsliggørelser, men de er tingliggørelser af noget forskelligt. Med procesorientering ser man indholdet som tingsliggørelse af en proces, mens produktorientering indebærer, at man ser indholdet som tingsliggørelse af et budskab. Det ene udelukker ikke nødvendigvis det andet, og lærere betragter f.eks. elevers opgaver som både tingsliggørelser af en proces og af et budskab. For brugerne i MedieMixeren er der imidlertid en overvældende procesorientering, som bl.a. også ses gennem det nærmest totale fravær af redigering, hvor kun 55 af de i alt 2.374 gennemførte produktioner (2 %) har været gennem Mixerpulten.

Deling har for brugerne også helt overvejende procesorienterede årsager, og mange har holdninger ligesom Anne. Hun fortæller, at hun gerne ville dele sine produktioner

på Facebook, fordi det er "dér man viser alt. Ens humør, ens billeder fra i går (.) så selvfølgelig også 'se hvad jeg har lavet'". Senere fortæller hun, at hun ville vise det til sin bror, som hun bor sammen med, fordi "det er ligesom der, man fortæller om sin dag". Dette er ikke nødvendigvis dårligt, og det er heller ikke underligt. Brugerne kommer som udgangspunkt ikke på museet med forventningen om at lave produkter, men derimod med en forventning om at opleve noget – altså med en forventning, som fra starten er procesorienteret.

Fra museets side er man klart interesseret i en større produktorientering fra brugerne. Adspurgt om udfordringerne set ud fra det første års drift siger MedieMixerens projektleder bl.a.:

CHM: "Det er en udfordring af få brugerne til at bruge rummet som tiltænkt: Dvs. producere, remixe og dele deres produktioner – ikke kun producere. Vi mangler af få de to sidste dele af processen ordentligt med."

Han uddyber senere:

CHM: "Selvstændigt at kunne skabe indhold på baggrund af egne produktioner og andet materiale er en grundkompetence i informationssamfundet. Det er en reflekterende, kreativ tilgang til medieindholdet, som vi gerne vil inspirere og støtte hos brugerne."

Når projektlederen nævner remixing, refererer det til den tanke, som også ligger bag MedieMixerens navn, at brugerne gerne skulle opleve indhold som noget, der ikke blot produceres, men også i høj grad fortolkes og omfortolkes gennem mix. Det handler altså om også at anvende indhold, og dette fordrer en større grad af produktorientering.

Jeg har tidligere beskrevet, hvordan brugere ofte har et stort fokus på de sekundære grænseobjekter (opstillingerne) og væsentligt mindre fokus på både de primære grænseobjekter (medierelaterede fænomener) og de tertiære grænseobjekter (det brugergenererede indhold). Jeg mener, at dette også handler om at det største fokus er på det, som kan opleves i opstillingerne, og i mindre grad på det, som ligger til grund for disse aktiviteter eller det, som kommer ud af aktiviteterne. Det hænger også sammen med "at prøve", "at være useriøs", "at tabe tråden" og alle de andre fænomener, som jeg har beskrevet omkring brugernes produktionsproces.

Mine undersøgelser i MedieMixeren viser klart, at der er en sådan procesorientering blandt brugerne, men mine data kan ikke vise, hvorfor det forholder sig sådan.

En del af forklaringen er sandsynligvis, som jeg forklarerede, at brugere ankommer til museet med en forventning om at opleve og ikke om at skabe et produkt, men jeg tror ikke, at det er hele forklaringen. En medvirkende årsag kunne være, at indholdet

simpelthen ikke er spændende eller flot nok som produkt, til at det ændrer brugeres fokus fra proces- til produktorientering. En anden medvirkende årsag kunne være, at indholdet ikke er direkte anvendeligt som produkt, i modsætning til hvis man f.eks. kunne producere ringetoner i Lydboxen, som var én ud af mange overvejelser i designprocessen. Jeg mener, at analyserne af brugernes produktion og deling af indhold i MedieMixeren giver et godt grundlag for at finde årsagerne til den udbredte procesorientering, men det vil kræve yderligere empiriske undersøgelser.

Rettigheder, remixing og deling

Jeg har beskrevet det hybride museum som en museumstype, hvor hhv. en brugergenereret og en institutionel meningsøkonomi eksisterer side om side, og hvor brugernes meningsøkonomi i større eller mindre grad baserer sig på ressourcer fra institutionens meningsøkonomi. I MedieMixeren stilles der også ressourcer fra institutionens meningsøkonomi til rådighed: Dette sker gennem opstillingerne og de forskellige oplæg i disse.

Opstillinger kan, som tidligere nævnt, betragtes som sekundære grænseobjekter, hvorigennem brugerne kan skabe tertiære grænseobjekter. Primære grænseobjekter kan dreje sig om eksempelvis fysiske genstande, dokumenter eller begreber, og opstillingerne samler, selekterer og tingsliggør bestemte træk af disse. En opstilling kan bygge på mange eller få primære grænseobjekter, og en stor del af institutionens meningsøkonomi baserer sig på den kuratoriske udvælgelse, som ligger bag opstillings design.

Når opstillinger ligesom MedieMixerens er produktionsorienterede, bliver udvalget af primære grænseobjekter gjort til ressourcer for brugerne i deres produktion. Fra disse ressourcer kan brugerne trække stile og diskurselementer og skabe nye betydninger. Wenger skriver om stile og diskurser, at de "kan importeres og eksporteres over grænser og genfortolkes og tilpasses, når de indføres i forskellige praksisser" (Wenger, 2004, s. 153). En tværvideenskabelig afhandling som den nærværende er et eksempel på import og genfortolkning af stile og diskurser fra flere forskellige discipliner som social læringsteori, museologi, medieteorier m.m. Det er i det hele taget vanskeligt at forestille sig produktion af nye tekster uden i større eller mindre grad at importere stile og diskurser.

I MedieMixerens opstillinger møder brugerne også forskellige stile og diskurser, som de kan anvende eller lade være. I Chromakeystudiet møder brugerne stile og diskurser fra eksempelvis kriminalreportager, mens de i Ordet er Frit møder stile og diskurser fra aktuelle mediedebatter om bl.a. grænseoverskridende reklamer og politisk journalistik.

Det sted i MedieMixeren, hvor der er den største repræsentation af forskelligartede stile og diskurser er imidlertid Mediateket. Jeg har ikke fokuseret meget på denne opstilling, men det drejer sig som tidligere nævnt om et mediearkiv med et kurateret, kategoriseret og søgbart udvalg af videoklip fra den danske Mediehistorie, lige fra Lily Brobergs berømte velkomst til fjernsynet fra 1951 til aktuelle CULT-reklamer. Set fra en historisk synsvinkel er det en vigtig samling. Set fra et produktionsmæssigt synspunkt er det en stor ressource af stile og diskurser, som kan eksporteres, genfortolkes og tilpasses i nye kontekster. Den form for remixing falder helt i tråd med et af formålene med MedieMixeren. I museets statusrapport fra november 2009, hvor MedieMixerens grundform begyndte at ligge fast, skriver projektgruppen:

Vi har valgt navnet MedieMixeren, fordi vi lever i en Remix-kultur, for at bruge stifteren af Creative Commons bevægelsen Lawrence Lessigs begreb, hvor det bliver stadig mere og mere udbredt at mixe elementer fra forskellige medier til nye medieprodukter. Det er et fænomen, vi genfinder i flere bevægelser i mediehistorien fra colage-kunst [sic], over russisk montagefilm i 1920'erne til sampling i hiphop-musikken. Så vi synes, det er et passende navn for et aktivitetscenter, der giver gæsten mulighed for selv at blande og manipulere med medier (Mortensen, 2009, s. 14).

Den konkrete blanding og manipulation af produkter er dog begrænset i MedieMixeren. Brugere har to muligheder: De kan klippe i deres eget materiale, eller de kan importere materiale via eksterne enheder – f.eks. materiale hentet fra Internet. Muligheden for at anvende materiale fra Mediateket eller andre lokale arkiver eksisterer ikke, på trods af, at det i udviklingen af MedieMixeren var vigtigt for museet at give brugere mulighed for "selv at blande og manipulere med medier". Årsagen er ophavsret, og projektlederen kommenterer:

CHM: MedieMixeren kan siges at være et pilotprojekt. Det bliver for alvor spændende, når og hvis det en gang bliver muligt at give brugere adgang til at remixe indhold fra Danmarks medie-kulturarv med deres egne produktioner, som de laver på museet. Det kræver dog, at der sker et skred inden for rettighedslovgivningen, men jeg er fuld af forhåbning om, at det sker på et tidspunkt. Det går bare ALT for langsomt!

Jeg bad projektlederen uddybe, hvad der gik langsomt:

CHM: Den politiske proces vedrørende ophavsret. Den er jo stopklods for museets logiske videreudvikling. Vi har teknologierne, viljen og materialet til at gøre det. Vi skal bare have lov.

Dette er ikke en afhandling om ophavsret, og jeg vil ikke gå dybere ind i de juridiske spørgsmål. Jeg vil imidlertid belyse problematikken fra hhv. det hybride museums og brugernes perspektiv.

Remixing, deling og ophavsret fra et hybridt museums perspektiv

I forbindelse med MedieMixeren har rettighedshaverne været villige til at gøre programmer og indslag tilgængelige for brugerproduktion. De kræver blot et vederlag. Vederlaget er dog for højt til, at det er realistisk at betale, og det er en handel, som trods eventuelle rabatter og fordele fundamentalt set opererer på markedsvilkår. Og det er her, problemet opstår: Museet bliver i dette tilfælde underlagt markedsvilkår på trods af, at museet ikke opererer på de samme markedsvilkår. Så selv om beløbenes størrelse naturligvis har en betydning, drejer problemet sig i langt højere grad om mødet mellem to forskellige økonomier: En kommerciel økonomi og en deleøkonomi.

I en artikel i Politiken udtaler Mediemuseets direktør Ervin Nielsen: "Vi er sat i verden for at formidle en vigtig del af vores kulturarv, og derfor er vi i et dilemma, når vi skal betale de høje priser. I værste tilfælde risikerer vi, at vi kan være nødt til at lave udstillingen uden klip fra tv og radio" (Vuorela, 2011).

Udstillingen, som museumsdirektøren taler om, er museets basisudstilling, beliggende ved siden af MedieMixeren. I forbindelse med udstillingen ønsker museet at vise korte klip fra historiske Tv- og radioudsendelser. Rettighedsmæssigt er det altså mindre vidtgående end det oprindelige ønske om at stille redigerbart arkivmateriale til rådighed for brugerne i MedieMixeren, hvorfra det kan publiceres og propagere på sociale netværk.

Det kan være vanskeligt at se, at museet ligesom mange andre (men ikke alle) museer baserer sig på en deleøkonomi. Museet har jo et budget, som i en vis udstrækning afhænger af besøgstal. Dette er imidlertid ikke anderledes end andre deleøkonomier. Wikipedia, som er den største og mest berømte digitale deleøkonomi, har også et budget, som er afhængigt af tilstrækkelige indtægter til, at udgifterne kan dækkes. I 2011 indsamlede Wikimedia Foundation Inc., som driver Wikipedia, mere end \$20 mio. til at dække et samlet budget på \$28,3 mio. som rummer udgifter til personale, servere med mere (Fundraising 2011, 2012). Så der kan være ganske store beløb involveret i deleøkonomier. Lawrence Lessig noterer tilsvarende, at mennesker godt kan tjene penge på deleøkonomier og definerer derpå deleøkonomier således: "All the category of 'sharing economy' requires is that the terms upon which the people participate in the economy are terms not centered on cash" (Lessig, 2008, s. 172). Dette svarer til MedieMixerens deleøkonomi, hvor museet gerne vil "give brugerne adgang til at remixe indhold fra Danmarks mediekulturarv med deres egne produktioner, som de laver på museet". Indtil videre må

brugerne nøjes med at bruge de af museet producerede medieklip i opstillingerne, men fra museets side er man interesseret i at give brugerne fri adgang til et langt større og mere historisk relevant materiale end det nuværende.

Om det såkaldte "rettighedsbøvl" udtaler direktør for Organisationen Danske Museer, Nils M. Jensen, i Politiken: "Det er en hindring for den digitale kulturarv, når de institutioner, der er sat i verden for at formidle den, ikke kan anvende materialet" (Vuorela, 2011).

Jensen rammer her en af de centrale problemstillinger, nemlig at der er tale om digital, eller i hvert fald digitaliseret, kulturarv. I formidlingen af fysiske genstande er rettighedsspørgsmålene forholdsvis simple: Enten besidder museet de pågældende genstande og kan dermed fremvise dem, eller også gør de ikke. Selv når nationer klager over andre nationers udstilling af tidligere tiders erobringer, handler striden primært om besiddelse og ikke om den konkrete anvendelse i museal formidling. Selve fremvisningen afhænger af ejendomsret og ikke ophavsret, og selv nye værker, som stadig er omfattet af reglerne om ophavsret, kan fremvises uden videre, uafhængigt af publikums størrelse, og uanset om værket har en central eller perifer placering i udstillingen. I formidlingen af digitalt materiale forholder det sig imidlertid anderledes. Her handler det om intellektuelt ejerskab, og her bliver den konkrete anvendelse af central betydning for rettighedshaverne. Hvis materialet skal anvendes i få visninger, er vederlaget lavt, men hvis materialet skal anvendes på måder, hvor det eksempelvis kan deles på sociale netværk, tager vederlaget højde for den ukontrollerbare og potentielt store spredning af materialet, såfremt det overhovedet tillades.

I formidlingen af digitalt materiale opstår der et konfliktfyldt møde mellem den del af det hybride museum, som rummer en postindustrielt etos, og de kommercielle økonomier, som i høj grad bygger på en industrielt etos. Lankshear & Knobel (2006a) betegner måden, hvorpå der tillægges værdi inden for et industrielt tankesæt som "a function of scarcity", hvorimod værdi med et postindustrielt tankesæt er "a function of dispersion". De forbinder det postindustrielle tankesæt med logikken i cyberspace, hvor indhold får større og større værdi, jo mere det deles. Ud fra denne optik er indhold ikke en begrænset ressource men derimod en grundenhed, på hvilken der kan bygges relationer. En optik, hvor indhold betragtes som en begrænset ressource kan imidlertid hindre de potentialer, der ligger i udbredelsen af indhold:

This entails that people who bring a scarcity model of value with them to cyberspace will act in ways that diminish rather than expand its potential. Applying certain kinds of copyright and permissions restrictions to the use of information may constrain the dispersal of that information in ways that undermine its capacity to provide a basis for *relationship* and for working as a catalyst to generate creative and productive conversations, develop fruitful ideas, foment effective networks, and so on (Lankshear & Knobel, 2006b, s. 8).

Dette medfører ikke, at alle restriktioner på anvendelse af indhold bør fjernes. Det medfører dog, at synet på digital kulturarv bør revideres. Nye literacy-praksisser handler i høj grad om deling af indhold, og hvis ikke man ønsker, at disse praksisser skal eksistere i et kredsløb adskilt fra kulturarven, er det nødvendigt at tilbyde kulturarven som en ressource. Det medfører, at man på institutionelt og politisk plan må forstå, at nye literacy-praksisser medfører, at indhold vil blive brugt, fortolket, omfortolket og udbredt. Der kan sagtens lægges restriktioner på anvendelsen af indhold, og Lawrence Lessig giver et simpelt bud på, hvornår restriktioner er passende. Han sammenligner anvendelsen af digitalt indhold med "tale" og skriver: "Copyright law, after all, is a regulation of speech, and justified if it produces incentives to create speech, that otherwise wouldn't be created" (Lessig, 2008, s. 96)

Det er klart, at ubegrænset deling af alt kommercielt indhold ville føre til, at producenterne mistede den indtjening, som gør dem i stand til at producere. Det ville betyde, at samfundet mistede den professionelle og institutionelt skabte kultur, som amatører aldrig vil have ressourcer til at skabe. Ophavsretten sikrer her, at det ikke er muligt at udkonkurrere producenterne med kopier af deres eget materiale. For museers anvendelse af digitalt indhold i formidlingen virker det dog helt urealistisk, at rettighedshavere ville miste nogen indtjening fra unge brugere, fordi museer tilbød dem en kurateret og nøje udvalgt samling af korte historiske klip. Det er simpelthen utænkeligt, at Danmarks Radio ville miste seere, fordi unge brugere i stedet anvendte historisk materiale i MedieMixeren og delte produktionerne på sociale medier. Om noget ville det skabe øget interesse for mediekulturarven og for de institutioner, hvori den er blevet skabt. Professionel RO-kultur er noget andet end brugergenereret RW-kultur, og i de fleste tilfælde er der ingen konflikt mellem disse to typer af kultur. Konflikten opstår i det øjeblik, hvor man vil regulere brugergenereret indhold ud fra de samme grundlæggende normer, som anvendes for at sikre fair konkurrence for kommercielt produceret kultur. De unge brugere er ikke en trussel for kulturen, og museet er ikke en kommerciel økonomi. De unge brugere er samfundets fremtid, og museet er en deleøkonomi, som ønsker at hjælpe dem med at etablere forbindelser til samfundets fortid og nutid.

Remixing, deling og ophavsret fra et brugerperspektiv

Set fra et brugerperspektiv er der også gode grunde til at ønske mulighed for at anvende og dele materiale. Jeg har tidligere berørt forskellige årsager til, at brugere ikke altid deler produktioner, men deling af produktioner for en bredere kreds er vigtigt for mange brugere. En museumsvært fortæller, at han er i kontakt med næsten alle brugere i MedieMixeren "Fordi vi forsøger at sælge produktet, kan man sige". Han forklarer:

VÆRT1: Der er mange der (.) der bare KIGGER ind, ikke også, og så får de tilbuddet og får forklaret, at alt er interaktivt og

kører på kortlæsere, og øh, at man kan sende det. Det gælder om hurtigt at få fortalt, hvad man kan efterfølgende med det, fordi mange synes at det er sjovt, at man kan lægge det på Facebook eller alternativt at se det (.) altså hjemme ved at gå ind på mediemixeren.dk ikke også (.) og vise det til venner og bekendte og sådan

Værtens erfaring er altså hurtigt at skulle fortælle brugere, at de kan publicere deres produktioner og "vise det til venner og bekendte og sådan". Det fanger ifølge værten interessen hos de mange brugere, der bare "kigger ind" – underforstået, at disse brugere også hurtigt ville forlade rummet igen.

Mine observationer bekræfter til fulde værtens erfaring, og i mine data har jeg registreret mange brugere, som "bare kigger ind", orienterer sig i rummet og går igen efter mindre end 2 minutter. Nogle gange går de, før værterne når at henvende sig til dem, men andre gange når værterne at "forsøge at sælge produktet", som værten formulerer det. Når det sker, giver nogle brugere udtryk for, at de ikke er interesserede i at skulle oprette en profil, hvilket har medført den tidligere nævnte praksis, hvor værterne udlåner deres egen e-billet til brugere. Det interessante er dog, at hvor det ofte kan virke demotiverende at skulle oprette en profil, så kan det virke motiverende at kunne "lægge det på Facebook" eller "vise det til venner og bekendte". Den samme vært forklarer:

VÆRT1: Lige så tit låner jeg lige nogen mit kort, og så sker det så tit, at de efterfølgende synes, at det er sjovt og selv går ud og laver et. Så får jeg dem til at lave et, for så kan de jo sende (.) altså så skal de selvfølgelig lave en ny optagelse, men altså så kan de så sende det hjem. Det sker tit. Og det er faktisk rimelig nemt at få folk til at. Når de først er sat i gang, så (.) så kører det bare.

Dette stemmer også med mine observationer, hvor nogle brugere, efter at have anvendt en opstilling, beslutter sig for at oprette en brugerprofil, med det formål at publicere produktionen i en større eller mindre kreds. Muligheden for publikation er i dén grad motiverende for nogle brugere.

Som tidligere nævnt er der en USB-port på Mixerpulten, hvor brugere kan importere materiale fra eksterne enheder. Formålet med USB-porten er især, at brugerne via USB-dongles kan bruge materiale fra Internet i deres produktioner. Museet har bl.a. fået produceret USB-dongles med logo til dette formål.

I de 245 delte produktioner fra MedieMixeren anvender ikke en eneste produktion importeret materiale. Jeg har kort orienteret mig i de ikke-publicerede produktioner, hvoraf 55 har været redigeret i Mixerpulten (og derved er de eneste produktioner, som kan indeholde importeret materiale). Heller ikke her er der importeret noget materiale. Ligeledes har jeg hverken i mine observationer eller interviews registreret brugere, som har overvejet at importere eget materiale. Interessen for den ellers

forholdsvis tydelige USB-port på Mixerpulten har været nærmest ikkeeksisterende – med én undtagelse:

Nogle brugere er interesserede i, hvordan de kan gemme produktioner på USB-enheder, og både værterne og jeg selv har talt med adskillige brugere, som efterspørger denne funktionalitet. En museumsvært fremhæver det som et af de typiske spørgsmål, han modtager:

VV: Er der nogen gange, hvor brugerne kommer til dig med et eller andet de ikke kan finde ud af, eller med nogle spørgsmål, de har?

VÆRT1: Ja, det sker ofte

VV: Hvad kan det være om?

VÆRT1: Jaeh

VV: Er der noget typisk?

VÆRT1: Jamen det kan for eksempel være, på Mixerstationen er der et USB-stik, og der tror folk, at de kan tage tingene med hjem, hvis de lige har sådan en stick med selv, hvor man så fortæller, at det kan man ikke. Det har sikkert noget med nogle rettigheder at gøre. Altså man kan lægge ting IND med en USB-stick, men man kan ikke hive tingene UD

Værten peger på problematikken med rettigheder, som, uden at gå yderligere ind i de juridiske og kontraktmæssige detaljer, også er en af årsagerne til, at brugernes produktioner befinder sig på MedieMixerens hjemmeside og kun kan tilgås via links til denne. Det centrale er dog brugernes ønske om at kopiere og videredistribuere materiale, samt deres manglende initiativ til selv at hente og anvende materiale fra Internet. Ingen brugere har hentet og anvendt materiale, og det indikerer, at det er fuldstændig urealistisk at bede brugerne selv finde materiale til remixing. Sådant materiale er nødt til at være til stede som en synlig ressource, og ideelt set er denne ressource et arkiv af relevante, kuraterede og søgbare ressourcer, ligesom materialet i Mediateket.

Både værter, informanter og mine observationsdata fortæller, at mange brugere starter med at sætte sig ved Mixerpulten, den centrale opstilling i MedieMixeren. Her er der som bekendt intet indhold, før brugerne selv har produceret noget. Dette er ikke alene et brugervenlighedsproblem og en forspildt chance for formidling, men det er formentlig også med til at fremme den overvejende procesorientering, jeg tidligere har beskrevet. Tilgængeligt arkivmateriale og meningsfulde rammer for anvendelse af dette ville derimod øge produktorienteringen.

I sin pessimistiske polemik vedrørende brugergenereret indhold skriver Andrew Keen: "Every free music or video upload is one less sale of a CD or DVD, meaning one less royalty for the artist who created it" (Keen, 2008, s. 29). Dette er en ofte gentaget

bekymring. Set fra et brugerperspektiv i en kontekst som MedieMixeren har sådanne bekymringer intet på sig. Brugerne er vældig interesserede i arkivmateriale, men det drejer sig ikke om indhold, de ellers ville købe. Det drejer sig i høj grad om nostalgi og om at anvende materialet i identifikations- og negotiabilitetsprocesser. Kerneinformanterne Anne og Berit fortæller om materialet i Mediateket:

ANNE: Ej, jeg synes, det er så sjovt at se gamle lykkehjul og altså (.)TV fra min barndom (.) det synes jeg er sjovt. Helt vildt sjovt.

BERIT: Jeg synes jeg også, det var sjovt.

((senere))

ANNE: Der var ikke så meget at vælge imellem, igen. Cult-reklamer eller øh Fisk om dagen, en gang om ugen ((ler)) hvad det nu hedder. Den dér Kirsten Lehfeldt. Ja, Gunnar.

((senere))

ANNE: Der kunne godt have været meget mere. Det er helt vildt sjovt at sidde og rulle i sådan noget og det er bare så nemt. Altså (.) det var jo delt op med faner, så nemt du kunne vælge. Der kunne jeg godt sidde flere timer og glo ((ler))

BERIT: Ja, det kunne jeg også.

Den interesse, som Anne og Berit har for materialet i Mediateket, har intet at gøre med kommercielle markedsøkonomier, men den kunne i høj grad have noget at gøre med en brugergenereret meningsøkonomi, hvis de måtte anvende og dele materialet. Anne og Berit ønsker endnu mere materiale og fremhæver det nemme ved måden, hvorpå det kuraterede materiale er tilgængeliggjort. Berit, som er genert og som ikke bryder sig om at producere i studieopstillingerne, kan bedst lide Mediateket. For brugere som hende kunne interessen for arkivmateriale blive en indgang til produktion og til at komme med bidrag til en hybrid meningsøkonomi, hvor museet ligesom i studieopstillingerne leverer relevante primære grænseobjekter gennem sekundære grænseobjekter, som tillader produktion af tertiære grænseobjekter.

Set fra et brugerperspektiv er det ærgerligt, at dette ikke kan lade sig gøre, og set fra et brugerperspektiv ville der kun være fordele og ingen ulemper ved en sådan mulighed. Set fra et brugerperspektiv er der heller ingen grund til bekymring for, at rettighedshavere vil gå glip af indtjening.

Afslutning

Afrunding og afsluttende bemærkninger

I rapporten over Kulturarvsstyrelsens nationale brugerundersøgelse for de statslige og de statsanerkendte museer bliver der i hovedkonklusionerne fremhævet seks forhold, som "springer i øjnene" (Moos & Lundgaard, 2011). Tre af dem kan direkte relateres til MedieMixeren, nemlig: "Muligheden for at deltage aktivt' får fortsat den absolut laveste bedømmelse i brugernes vurdering af museernes kerneydelser (6,6 på en skala fra 1-10)", "Underrepræsentationen af unge brugere mellem 14 og 29 år i forhold til befolkningen er på nogenlunde samme niveau i 2010 som i 2009. Andel af unge brugere er fortsat 12-13 % mod 23 % i samme alderskategori i befolkningen" og "Et museumsbesøg er i stigende grad er en social begivenhed. Kun 7 % af brugerne besøgte museerne alene i 2010 mod 9 % i 2009" (Moos & Lundgaard, 2011, s. 11).

Hvis vi sammeligner disse landsdækkende forhold med forholdene i MedieMixeren, skiller MedieMixeren sig ud.

Angående mulighederne for at "deltage aktivt" har jeg vist, at dette er noget af det, de unge brugere i særlig grad hæfter sig ved. Nogle oplever, at den aktive deltagelse hjælper dem med at forstå på nye måder:

OLE: Ja, man har PRØVET noget selv, man har ikke prøvet at høre om det. Man ved hvad der kan ske (.) på en måde

Andre oplever, at det er sjovt:

LARS: [...] det er sjovt at prøve at skrive på en skrivemaskine, for det gør man jo aldrig

Og enkelte hæfter sig ved muligheden for aktiv deltagelse, men ønsker den simpelthen ikke:

CECILIE: [...] jeg synes ikke, at det er sjovt at se mig selv på en skærm deltage i de der ting, jeg vil hellere ned og se en (.) ORDENTLIG udstilling og læse noget tekst og sådan.

Angående underrepræsentationen af unge brugere, hvor brugere i alderen 14 - 29 år i gennemsnit udgør 12-13 % af museernes brugere, er der en langt højere andel unge brugere i MedieMixeren. 48 % af brugerprofilerne er registreret af brugere i alderen 13 - 23 år, og de står for i alt 44 % af de samlede produktioner i MedieMixeren.

Brugerne oplever i høj grad, at MedieMixeren henvender sig til unge brugere. Nogle mener, at man bør være lidt ældre, end de selv er, f.eks. Peter på 17 år:

PETER: Øh, altså lige de der spørgsmål, der blev stillet, det var noget med økonomi og sådan nogen ting. Nu ved jeg ikke lige, hvor meget mange af os har med økonomi og så videre ik'. Så det er nok lige en lille tand ældre end os

Andre, såsom 21-årige Anne, oplever, at MedieMixeren mest henvender sig til personer, som er lidt yngre end dem selv:

ANNE: [...] det er jo helt sikkert et "yngre målgruppe" museumsbesøg.

Annes søster Berit på 15 år oplever, at den øvre grænse for, hvem MedieMixeren henvender sig, er ret lav:

BERIT: Sgu næsten min alder ((latter))

Og andre brugere oplever, at målgruppen bare passer godt:

LARS: Men jeg ved ikke hvad målgruppen er, er det børn eller unge eller?

VV: Jeg tror, at den hedder 14 til 24 år

LARS: Det passer sgu meget godt ((ler))

MedieMixeren rammer altså målrettet og effektivt den problematik, som Kulturarvsstyrelsen beskriver omkring underrepræsentation af unge brugere.

Angående museumsbesøg som en i stigende grad social begivenhed, har jeg vist, hvordan et besøg i MedieMixeren i meget høj grad er en social begivenhed. Mine data viser ingen unge, som besøger MedieMixeren alene, og også produktionsprocessen er præget af, at brugerne ønsker at lave noget sammen.

I gennemsnit deltager mere end to personer i MedieMixerens optagelser ($M=2,11$, $SD=1,01$), og 15 % procent af produktionerne indeholder kommunikation med brugere, som er offscreen. Ofte forhandler brugerne mening med hinanden undervejs ligesom kerneinformanterne Jens og Kasper i Den Varme Stol:

KASPER: hvis man nu - den ene siger EN ting, og så supplerer den anden op med noget andet og så=

JENS: =og så kan man blive ved med at fortælle videre og uddybe et spørgsmål

Meningsforhandlingen sker ofte i tæt samspil mellem brugere internt og opstillingen i en proces, som jeg har beskrevet som kollaborativ emergens. Nogle brugere oplever ligefrem opstillingerne som "meningsløse", hvis man producerer alene:

JENS: Det, det prøvede jeg faktisk tidligere [...] jeg var herinde sammen med min søster, og hun stod udenfor og jeg synes, at

det virkede, jeg ved ikke om man skal sige meningsløst, men det var bare (.) jo faktisk lidt meningsløst

MedieMixeren fordrer i dén grad produktion og oplevelser i grupper, og de analyser, jeg har bragt i nærværende afhandling, belyser i høj grad de sociale aspekter ved MedieMixeren.

MedieMixeren adresserer således i høj grad de problematikker og tendenser, som Kulturarvsstyrelsen betoner. Hvis man ønsker at vurdere MedieMixerens relative succes, er man dog nødt til at tage flere parametre med i sine overvejelser, også negative parametre, såsom MedieMixerens mange tekniske problemer. Samtidig må MedieMixeren ses i forhold til museets ringe størrelse og lille medarbejderstab, og set i det lys udgør MedieMixeren et flot bidrag til fornyelse af måden, hvorpå man organiserer museumsressourcer nationalt og internationalt.

Jeg har beskrevet, hvordan museer kan organiseres ud fra to grundlæggende forskellige tankesæt, som hver især rummer en fundamentalt forskellig etos: En industriel og en postindustriel etos. Den ene er ikke mere rigtig end den anden, og jeg mener i modsætning til nogle, at de kan eksistere i den samme institution. MedieMixeren er et eksempel på et museumsrum, som bygger på en postindustriel etos, og som eksempel på dette er der meget at lære af MedieMixeren. En postindustriel etos medfører et automatisk fokus på brugerne og brugernes meninger. I det postindustrielle perspektiv er autoritet distribueret, og brugerne spiller en vigtig rolle i både udvælgelse og fortolkning. Der er et dialektisk syn på læring frem for et didaktisk. Museet stiller tjenester og faciliteter til rådighed, og udstillinger er foranderlige og fordrer brugernes aktive bidrag. I et postindustrielt perspektiv flyttes meningsforhandlingen således i højere grad over på brugerne, og det giver mening at tale om en decideret brugergenereret meningsøkonomi. MedieMixeren søger at understøtte dannelsen af en sådan brugergenereret meningsøkonomi, men MedieMixeren demonstrerer også min indledende pointe om, at museet er nødt til målrettet at stille "råmateriale" til rådighed for, at den brugergenererede meningsøkonomi kan trives på museet. Dette gøres gennem en institutionel meningsøkonomi. Når disse meningsøkonomier eksisterer side om side, er der tale om en hybrid meningsøkonomi. MedieMixeren er en sådan hybrid meningsøkonomi, men som jeg har vist, er den ikke perfekt. Der sker af og til kortslutninger i forbindelserne, som skabes gennem grænseobjekter og mægling, og nogle gange er brugerne i tvivl om, hvad de egentlig skal have en mening om.

MedieMixeren er naturligvis et forsøg fra Mediemuseets side, og hverken museet eller jeg selv havde erfaringer med noget lignende, da projektet startede. En del af forsøget er at gøre MedieMixeren til et meget frit rum, hvor brugerne får lov til at bruge museets ressourcer på deres egne præmisser. Denne frihed har en stor værdi, men mine undersøgelser peger også på, at den ikke på alle punkter har den ønskede effekt. Man kunne tro, at øget frihed ville give øget meningsejerskab, men meget indikerer, at det ikke er så enkelt. Blandt det brugergenererede indhold findes meget

få kreative produkter, og en del brugergenereret indhold opleves af brugerne som malplaceret og demotiverende. Ignorering og fremmedgørelse er to almindelige reaktioner på det brugergenerede indhold. Nærstuderet indholdet, kan der også findes eksempler på indhold, som er potentielt stødende og som strider mod museets ellers meget frie rammer for indhold.

Der er ikke nogen lette løsninger på de problemer, som eksisterer i den ellers forholdsvis velfungerende MedieMixer. Jeg foreslår imidlertid, at museet, ved at indføre systemer til organisering, moderation og evaluering af indhold, kan forbedre forholdene for brugere og vende onde cirkler til gode cirkler. Veldesignede systemer til organisering, moderation og evaluering fratager ikke nødvendigvis brugerne nogen friheder, men kan faktisk tildele brugerne et yderligere værktøj til erhvervelse af meningsejerskab. Ligeledes foreslår jeg, at hybride museumsressourcer, som MedieMixeren, søger at gøre den institutionelle meningsøkonomi klar og tydelig, for kun derved kan den effektivt blive en ressource, som kan anvendes i den brugergenererede meningsøkonomi. Mine undersøgelser peger på, at det er vigtigt for brugerne at vide, hvad der er rammen for deres meningsforhandling. Ligeledes peger mine undersøgelser på, at kurateret indhold er en vigtig ressource for brugerne, og i MedieMixeren er dette en mangelvare, primært grundet rettighedsproblematikker. Måske af samme årsag er der i MedieMixeren en udpræget procesorientering, hvor brugerne i høj grad fokuserer på, hvad de kan opleve i en opstilling, og ikke på de primære grænseobjekter opstillingen relaterer sig til, eller de tertiære grænseobjekter, som brugen af opstillingen genererer.

Gennem mine udarbejdede modeller for grænseobjekter og for forskellige typer af kollaborativ emergens mener jeg, at det er nemmere at analysere og italesætte, præcis hvad det er, der sker, når brugergrupper skaber og deler indhold på museer.

Tilbagblik – metodekritik og refleksioner

Som tidligere berørt befinder praksisbegrebet og de øvrige begreber inden for social læringsteori sig på mellemniveauet. Wenger beskriver dette niveau som ”hverken en specifik, snævert defineret aktivitet eller interaktion eller en bredt defineret masse, der er abstrakt historisk og socialt” (Wenger, 2004, s. 148).

En vedvarende udfordring i forhold til mine undersøgelser i MedieMixeren har været at holde dataindsamlingen og analysen på dette niveau af den simple årsag, at det teoretiske og empiriske mellemniveau netop befinder sig mellem mere fintmaskede og mere overordnede teoretiske og empiriske niveauer. Jeg har i flere tilfælde bemærket, at brugere f.eks. kan have problemer med at se eller forstå et enkelt interfaceelement, det være sig en knap eller en anden kontrol. Jeg er i den forbindelse overbevist om, at problemer på dette mikroniveau propagerer op og får indflydelse på brugernes oplevelse og adfærd på det sociale mellemniveau. Som udgangspunkt ligger mikroniveauet, som f.eks. rummer usability og interaktionsdesign, dog uden for denne afhandlings ramme. Det samme gør det makroniveau, som rummer samfundet som helhed, overordnede læringsstrategier, skolars brug af museer osv. Men også makroniveauet har efter min bedste overbevisning en vis indflydelse på brugernes aktiviteter i MedieMixeren. En del af brugerne i MedieMixeren har f.eks. forskellige særlige forudsætninger: Nogle er tosprogede, og andre af brugerne er det, som en museumsvært i et interview beskriver som ”vanskelige børn, hvor der kan være flere lærere om én elev”. I mine analyser har jeg ikke taget højde for de forskellige forudsætninger og læringsmål, der er for forskellige samfundsgrupper. I stedet har jeg blot – med en vis sensibilitet for grupperes åbenlyse forskelligheder – behandlet unge brugergrupper som unge brugergrupper.

Efter at have gennemført mit projekt er jeg overbevist om, at det er meget vanskeligt at lave en skarpt afgrænset analyse på mellemniveauet, da man altid vil øjne tråde til mere finmaskede eller generelle analyseniveauer. Kunne jeg ændre mit fokus, ville jeg enten have trukket et skarpere – og måske mere kunstigt – skel fra starten, eller målrettet have inkluderet udvalgte elementer fra mikro- og makroniveauerne.

En relateret udfordring er, at MedieMixeren, på trods af sin lille størrelse, alligevel rummer nogle meget forskellige opstillinger, som bruges på meget forskellige måder. Set i bakspejlet er den lille MedieMixer i virkeligheden for stor til at rumme den detaljegråd på det analytiske mellemniveau, som jeg har tilstræbt. Metodisk set er det problematisk at anvende det samme begrebsapparat til opstillinger så forskellige som et foley-lydstudie og en greenscreen-opstilling. Dette indebærer, at jeg mange steder i mine analyser har manglende data af den simple årsag, at parametren gælder for én opstilling men ikke for en anden. Skulle jeg gøre mine undersøgelser om, ville jeg gerne målrette dem mod brugen af én opstilling, f.eks. Lydboxen, som jeg alligevel har udviklet og derfor har et indgående kendskab til.

I forlængelse af dette må jeg konstatere, at jeg har for mange forskellige typer af data. Nogle af de indsamlede data har jeg knap nævnt i denne afhandling, fordi de var meget sideordnede, f.eks. mødereferater, skitser, referater af usabilitytests, transkriptioner af fejlrapporter m.m.. Jeg har oplevet kombinationen af kvalitative og kvantitative data som en stor styrke, men for virkelig at have kunnet analysere og anvende de indsamlede data fuldt ud, ville det kræve en større selektion i dataindsamlingen.

Vedrørende dataindsamlingen ville det være formålstjenstligt og oplagt at bygge redskaber til dataindsamling ind i opstillinger. Dette var den oprindelige intention, og jeg påbegyndte faktisk dette, da jeg programmerede Lydboksen. Jeg måtte dog indse, at der var to manglende forudsætninger for dette: For det første ville det være nødvendigt at indbygge tilsvarende funktionalitet i de øvrige opstillinger, hvilket skal planlægges fra starten og aftales med de involverede parter, så der kan budgetteres efter det. For det andet ville det kræve, at jeg på daværende tidspunkt havde min metodiske og analytiske ramme nogenlunde på plads. Dette var ikke tilfældet, og således er der ikke blevet indbygget redskaber til dataindsamling ind i opstillingerne. Det har bevirket, at mine kvantitative data er baseret på nogle meget tidskrævende manuelle bearbejdnings af databaseudtræk fra MedieMixerens server. Dels har dette medført et stort tidsspilde, som kunne have været undgået, dels er der simpelthen interessante og relevante oplysninger, som ikke er blevet registreret og derfor ikke har været tilgængelige i min databehandling.

En problematik, som jeg helt bevidst har undladt at bruge for meget plads på i afhandlingen, er de store tekniske problemer, som har plaget MedieMixeren. Årsagen til problemerne er simpelthen, at den leverede implementering af MedieMixerens soft- og hardwareløsninger er mangelfuld. Jeg skal ikke gøre mig til dommer over, hvad årsagen er til manglerne, men jeg kan blot konstatere, at der i bogstavelig forstand ikke har været noget tidspunkt, hvor MedieMixerens teknik har fungeret 100 % tilfredsstillende. Dette forhold har både plaget de ansatte på museet, brugerne og mig selv. Grunden til, at det har været et stort problem for mine undersøgelser, er, at en stor del af mine data består af brugere, som oplever et problem. Situationen, hvor en bruger oplever et teknisk problem, er både interessant og relevant, men hvis en gruppe helt forhindres i at komme i gang med produktion, går jeg glip af de data, som jeg i virkeligheden har været interesseret i at indsamle. Der er groft sagt grænser for, hvor relevant det er, at brugere stopper det samme sted igen, og igen fordi der er mekaniske problemer med en kortlæser. I en periode var de tekniske problemer så store, at museet valgte at lukke MedieMixeren, indtil de værste problemer var blevet løst. Jeg er endt med at få de data, som jeg havde brug for i forbindelse med mit projekt, men der er ingen tvivl om, at jeg var kommet lettere til disse data, hvis ikke det havde været for de mange tekniske problemer. Og rent metodisk kan jeg ikke udelukke, at en del af den brugeradfærd, jeg har registreret, er præget af oplevelser med tekniske problemer, dårlig billedkvalitet, dårlige lydforhold m.m. Disse forhold har jeg ikke taget hensyn til, med mindre brugerne selv har lagt

vægt på det, men det er ikke ensbetydende med, at brugerne ikke er påvirkede af forholdene.

Sidst, men ikke mindst, har det overordnet set været en stor udfordring at samarbejde med et museum, som af gode grunde er afhængig af tredjeparters bevillinger og underleverancer. Museet har gjort alt, hvad der stod i dets magt, for at gennemføre MedieMixer-projektet til tiden, men som tidligere nævnt har projektet været plaget af sene bevillinger samt mangelfulde og problemramte IT-leverancer fra underleverandører. Her valgte jeg at følge min oprindelige plan om at undersøge den konkrete brug af det færdige MedieMixer-rum over en periode på et år. Omstændighederne og mine valg har dels betydet, at meget analysearbejde er blevet skubbet til meget sent i forløbet, dels at der ikke har været tid og penge til at implementere nogen ændringer i MedieMixeren. I mine analyser peger jeg på forskellige problemer i MedieMixeren, men også på forskellige mulige måder, hvorpå disse problemer sandsynligvis kan løses. Men eftersom der kun har været tid og penge til at realisere første udgave af MedieMixeren, kan jeg i flere tilfælde kun ved hjælp af teori og argumentation sandsynliggøre, at mine analyser og forslag er korrekte.

Det ville have været ønskværdigt, hvis jeg gennem implementeringen af næste version af MedieMixeren havde kunnet validere mine analyseresultater, og jeg oplever selv denne mangel som den største svaghed i mit projekt.

Konklusion

Gennem medudvikling og undersøgelse af brugen af MedieMixeren har jeg forsøgt at belyse brugen af et hybridt museumsrum.

Jeg tolker mine resultater som en indikation af, at det er muligt, selv for et lille museum, at etablere en sådan ressource, samt at den i høj grad formår at appellere til unge museumsbrugere.

MedieMixeren demonstrerer meget om forholdet mellem institutionelle meningsøkonomier og brugergenererede meningsøkonomier, og mine analyser viser, at der også er store udfordringer forbundet med at skabe en velfungerende hybrid meningsøkonomi.

Overordnet set anvender brugerne MedieMixerens opstillinger, og de er overvejende positivt stemte. På trods af tekniske fejl og designsvagheder er MedieMixeren et godt sted at være sammen, og MedieMixeren faciliterer gode gruppeoplevelser samt muligheder for meningsforhandling internt i grupper.

Der er imidlertid også store udfordringer, og mens MedieMixeren danner gode rammer for gruppeoplevelser, er forbindelserne mellem grupper svag. Det brugergenererede indhold bliver ofte ignoreret, og det virker meget sjældent inspirerende eller vedkommende for andre grupper.

I afhandlingen bringer jeg en række analyser af gruppernes aktiviteter, samt af hvordan grupper forholder sig til MedieMixerens formidlingstemaer, opstillinger og brugergenererede indhold.

Med MedieMixeren som eksempel og på baggrund af analyser af kvalitative og kvantitative data vedrørende brugerne og deres produktioner opstiller jeg en række modeller og begrebsapparater vedrørende måder, hvorpå brugere producerer, deler og forholder sig til indhold og opstillinger. Disse modeller og begreber vil også være anvendelige i analyser af andre museumsrum, og med min afhandling håber jeg at give et relevant bidrag til et forskningsfelt, som er både nyt, vigtigt og under hastig udvikling.

Odense, marts 2012

Vitus Vestergaard

Litteratur

- 1% rule. (i.d.). I *Wikipedia*. Tilgået 2. august, 2011, fra:
[http://en.wikipedia.org/wiki/1%25_rule_\(Internet_culture\)](http://en.wikipedia.org/wiki/1%25_rule_(Internet_culture)).
- Adair, B., Filene, B., & Koloski, L. (Red.). (2011). *Letting Go? Sharing Historical Authority in a User-Generated World*. Philadelphia, PA: The Pew Center for Arts & Heritage.
- Alasuutari, P. (1995). *Researching Culture: Qualitative Method and Cultural Studies*. London: Sage.
- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in Context*. Boulder, CO: Westview.
- Anderson, G. (2004). *The Reinvented Museum: Historical and Contemporary Perspectives on the Paradigm*. Walnut Creek: AltaMira Press.
- Baer, J. (2010). Is Creativity Domain Specific? I J. C. Kaufman, & R. J. Sternberg (Red.), *The Cambridge Handbook of Creativity* (s. 321-341). Cambridge: Cambridge University Press.
- Black, G. (2005). *The Engaging Museum: Developing Museums for Visitor Involvement*. London: Routledge.
- Blume, R. (1985). Graffiti. I T. A. van Dijk (Red.), *Discourse and literature* (s. 137-148). Amsterdam: John Benjamins B.V.
- Buckingham, D. (1993). Towards New Literacies, Information Technology, English and Media Education. *The English and Media Magazine*(Summer), s. 20-25.
- Buckingham, D. (2006). Defining Digital Literacy: What do Young People Need to Know about Digital Media? *Nordic Journal of Digital Literacy, 4-2006*(1), s. 78- 91.
- Burgess, J., & Green, J. (2009). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Cano, P. (2006). *Content-based audio search from fingerprinting to semantic audio retrieval (ph.d.-afhandling)*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- Chen, A. (16. 7 2010). *How the Internet Beat Up an 11-Year-Old Girl*. Hentede 1. 10 2011 fra Gawker: <http://gawker.com/5589103/how-the-internet-beat-up-an-11-year-old-girl>
- Coates, T. (13. Oktober 2003). *On four types of moderation...* Hentede 1. 10 2011 fra Everything in Moderation:
http://www.everythinginmoderation.org/2003/10/on_four_types_of_moderation.shtml

- Coiro, J., Knobel, M., Lankshear, C., & Leu, D. J. (2008). Central Issues in New Literacies and New Literacies Research. I J. Coiro, M. Knobel, C. Lankshear, & D. J. Leu (Red.), *Handbook of New Literacies Research* (s. 1-22). New York: Lawrence Erlbaum and Associates.
- Collison, G., Elbaum, B., Haavind, S., & Tinker, R. (2000). *Facilitating Online Learning: Effective Strategies for Moderators*. Madison: Atwood Publishing.
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention*. New York: HarperCollins Publishers.
- Debes, J. (1968). Some foundations for visual literacy. *Audiovisual Instruction*(13), s. 961-964.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "What" and "Why" of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behaviour. *Psychological Inquiry*, 11(4).
- Donath, J. S. (1999). Identity and deception in the virtual community. I M. A. Smith, & P. Kollock (Red.), *Communities in cyberspace* (s. 29-59). London: Routledge.
- Drotner, K. (2010, 25/11). *The Transformative Museum*. København: Keynote tale ved NODEM 2010: From Place to Presence.
- Drotner, K., Weber, C. P., Larsen, B. A., & Løssing, A. S. (Red.). (2011). *Det interaktive museum*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Erstad, O. (2010). Mediekompetence (media literacy). I S. Kolstrup, G. Agger, P. Jauert, & K. C. Schrøder (Red.), *Medie- og kommunikationsleksikon* (s. 323). Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Falk, J. H. (2009). *Identity and the Museum Visitor Experience*. Walnut Creek, CA: Left Coast Press, Inc.
- Falk, J. H., & Dierking, L. (2000). *Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning*. Walnut Creek: AltaMira.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (1992). *The Museum Experience*. Washington D.C.: Whalesback Books.
- Falk, J. H., Koran, J., Dierking, L., & Dreblow, L. (1985). Predicting Visitor Behaviour. *Curator*, 4(28), s. 249-257.
- Fiske, J. (1987). *Television Culture. Popular Pleasures and Politics*. London: Methuen.

- Flyvbjerg, B. (2011). Case Study. I N. K. Denzin, & Y. S. Lincoln (Red.), *The Sage Handbook of Qualitative Research* (4th Edition udg., s. 301-316). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Folketal.* (1. 1 2011). Hentede 5. 10 2011 fra Danmarks Statistik:
<http://www.dst.dk/ext/889443017/0/Befolkningen-1-1-2011---efter-foedselsaar-og-maaned--xls>
- Fundraising 2011.* (1. 1 2012). Hentet fra Meta-Wiki:
http://meta.wikimedia.org/wiki/Fundraising_2011
- Garrety, K., & Badham, R. (2000). The Politics of Sociotechnical Intervention; An Interactionist View. *Technology Analysis & Strategic Management*, 12(1), s. 103-118.
- Gaylor, B. (Instruktør). (2009). *Rip! A Remix Manifesto* [Film].
- Gee, J. P. (2004). *Situated Language and Learning: A Critique of Traditional Schooling*. New York: Routledge.
- Gee, J. P. (2010). A Situated Sociocultural Approach to Literacy and Technology. I E. Baker (Red.), *The New Literacies: Multiple Perspectives on Research and Practice* (s. 165-193). New York: Guilford Press.
- Gee, J. P. (2011). *An Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method* (3. udg.). New York: Routledge.
- Gilman, B. I. (1916). Museum Fatigue. *Scientific Monthly*, 2(1), s. 62-74.
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. New York: Wiley & Sons .
- Grønbæk Hansen, K. (1998). Er læring mere end situeret praksis? *Dansk Pædagogisk Tidsskrift*(2), s. 6-16.
- Hamari, J., & Eranti, V. (2011, 14/9). *Framework for Designing and Evaluating Game Achievements*. Hilversum: Paper præsenteret ved Digra 2011 Conference: Think Design Play.
- Hayes, C. J. (2008). Changing the Rules of the Game: How Video Game Publishers Are Embracing User-Generated Derivative Works. *Harvard Journal of Law & Technology*, 21(2), s. 568-587.
- Hein, G. E. (2005). *Learning in the Museum*. Abingdon, Oxon: Routledge.
- Hennessey, B. A. (2010). The Creativity-Motivation Connection. I J. C. Kaufman, & R. J. Sternberg (Red.), *The Cambridge Handbook of Creativity* (s. 342-365). New York: Cambridge University Press.

- Holdgaard, N., & Simonsen, C. E. (2011). Attitudes towards and conceptions of digital technologies and media in Danish museums. *MedieKultur*(50), s. 100-118.
- Holton, D., & Thomas, G. (2001). Mathematical Interactions And Their Influence On Learning. I D. Clarke (Red.), *Perspectives on Practice and Meaning in Mathematics and Science Classrooms* (s. 33-52). Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- Hooper-Greenhill, E. (2000). *Museums and the Interpretations of Visual Culture*. London: Routledge.
- Hooper-Greenhill, E. (2007). *Museums and Education: Purpose, Pedagogy, Performance*. New York: Routledge.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A. J. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Cambridge: The MIT Press.
- Johnsen, A., Christensen, R., & Moltke, H. (Instruktører). (2007). *Good Copy Bad Copy, A Documentary about the Current State of Copyright and Culture* [Film].
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*(53), s. 59-68.
- Kaufman, J. C., & Beghetto, R. A. (2009). Beyond Big and Little: The Four C Model of Creativity. *Review of General Psychology*, 13(1), s. 1-12.
- Keen, A. (2008). *The Cult of the Amateur: How blogs, MySpace, YouTube and the rest of today's user-generated media are killing our culture and economy*. London: Nicholas Brealey Publishing.
- Klausen, S. H. (2008). Viden eller livet? I H. F. Skovmose, S. L. Jørgensen, & L. M. Andersen (Red.), *Folkeskolens Filosofi – Idealer, Tendenser & Kritik* (s. 113-141). Århus: Forlaget Philosophia.
- Klausen, S. H. (2010). The Notion of Creativity Revisited: A Philosophical Perspective on Creativity Research. *Creativity Research Journal*, 22(4), s. 347-360 .
- Knobel, M., & Lankshear, C. (2007). Online Memes, Affinities, and Cultural Production. I M. Knobel, & C. Lankshear (Red.), *A New Literacies Sampler* (s. 199-228). New York: Peter Lang Publishing.

- Kobbernagel, C., Schrøder, K. C., & Drotner, K. (2011). *Unges medie- og museumsbrug: Sammenhænge og perspektiver*. Odense & Roskilde: DREAM.
- Kolb, D. A., & Fry, R. (1975). Toward an applied theory of experiential learning. I *Theories of Group Process*. London: John Wiley.
- Lang, C., Reeve, J., & Woollard, V. (2006). *The Responsive Museum*. Hampshire & Gurlington: Ashgate.
- Lankshear, C., & Knobel, M. (2003). *New Literacies: Changing Knowledge and Classroom Learning*. Buckingham: Open University Press.
- Lankshear, C., & Knobel, M. (2006a). *New Literacies: Everyday Practices and Classroom Learning* (2. udg.). Maidenhead: Open University Press.
- Lankshear, C., & Knobel, M. (2006b). *Researching New Literacies: Web 2.0 Practices and Insider Perspectives*. St. John's: Paper præsenteret ved Researching New Literacies: Consolidating Knowledge and Defining New Directions.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Lave, J., & Wenger, E. (1991). *Situated Learning: Legitimate peripheral participation*. Cambridge: University of Cambridge Press.
- Lessig, L. (2006). *Code: Version 2.0*. New York: Basic Books.
- Lessig, L. (2008). *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. New York: The Penguin Press.
- Livingstone, S., & Bovill, M. (Red.). (2001). *Children and the Changing Media Environment: A European Comparative Study*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge: MIT Press.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: The New American Library.
- MedieMixer.dk. (2012). Hentede 1. 1 2012 fra MedieMixer.dk:
<http://www.mediemixeren.dk>
- Medlemstal. (2009). Hentet fra Dagens Nyheter:
<http://www.dn.se/fordjupning/europa2009/unga-valjare-kan-ge-piratpartiet-eu-mandat-1.855936>
- Moos, T., & Lundgaard, I. B. (Red.). (2010). *Museernes webbrugere - En brugerundersøgelse af museernes hjemmesider*. København: Kulturarvsstyrelsen.

- Moos, T., & Lundgaard, I. B. (Red.). (2011). *National brugerundersøgelse på de statslige og statsanerkendte museer i Danmark – 2010*. København: Kulturarvsstyrelsen.
- Mortensen, C. H. (Red.). (2009). *Projekt Danmarks Mediemuseum 2.0: Statusrapport november 2009*. Odense: Danmarks MedieMuseum.
- Mortensen, C. H., & Vestergaard, V. (2011). Ordet er frit - og dit. I K. Drotner, C. P. Weber, B. A. Larsen, & A. S. Løssing (Red.), *Det Interaktive Museum* (s. 43-60). Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Mortensen, C. H., & Vestergaard, V. (2011). The Media Mixer: User Creativity through Production, Deconstruction and Reconstruction of Digital Media Content. *Nordisk Museologi*(1), s. 35-44.
- Mumford, M. D. (2003). Where Have We Been, Where Are We Going? Taking Stock in Creativity Research. *Creativity Research Journal*, 15(2 & 3), s. 107-120.
- Mupira, P. (Red.). (2002). *Hot spot: Awareness making on contemporart issues in museums*. Stockholm: SAMP.
- New London Group. (1996). A Pedagogy of Multiliteracies: Designing Social Futures. *Harvard Educational Review*, 66(1), s. 60-92.
- Nielsen, J. (2005). *Ten Usability Heuristics*. Hentede 10. 10 2011 fra Useit.com: Jakob Nielsen's Website: http://www.useit.com/papers/heuristic/heuristic_list.html
- Nielsen, J. (9. Oktober 2006). *Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute*. Hentede 2011. august 2 fra useit.com: http://www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html
- Nonnecke, B., & Preece, J. (2003). Silent Participants: Getting to Know Lurkers Better. I C. Lueg, & D. Fisher (Red.), *From Usenet to CoWebs: Interacting with Social Information Spaces* (s. 110-132). New York: Springer.
- Ong, W. J. (1982). *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*. New York: Routledge.
- Packer, J., & Ballantyne, R. (2005). Solitary vs. Shared Learning: Exploring the Social Dimension of Museum Learning. *Curator: The Museum Journal*, 48(2), s. 177-192.
- Patersson, R. (1996). Verbo-visual Communication. I T. Velders (Red.), *Multimedia Education in Praxis: Selected Readings* (s. 11-15). Deventer: International Visual Literacy Association.

- Philipsen, H. (2012). Scaffolded filmmaking in PlayOFF: A playground for worldwide film experiments. *Seminar.net*(8), s. 71-85.
- Preece, Rogers, & Sharp. (2002). *Interaction Design*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Rasmussen, J. (1999). Mesterlære og den almene pædagogik. I K. Nielsen, & S. Kvale (Red.), *Mesterlære - læring som social praksis*. København: Hans Reitzels Forlag.
- RealPapaPit. (26. 11 2009). *Mr. Trololo original upload (video)*. Hentede 1. 10 2011 fra YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=oavMtUWDBTM>
- Reason, P., & Bradbury, H. (Red.). (2002). *Handbook of Action Research, Participative Inquiry and Practice*. New York: Sage.
- Sawyer, R. K. (2010). Individual and Group Creativity. I J. C. Kaufman, & R. J. Sternberg (Red.), *The Cambridge Handbook of Creativity* (s. 366-380). Cambridge: Cambridge University Press.
- Schrøder, K. C., Drotner, K., Kline, S., & Murray, C. (2003). *Researching Audiences*. London: Arnold.
- Searle, J. (1995). *The Construction of Social Reality*. London: Penguin Books.
- Seo, K. K. (2007). Utilizing Peer Moderating in Online Discussions: Addressing the Controversy between Teacher Moderation and Nonmoderation. *American Journal of Distance Education*(21), s. 21-36.
- Shalley, C. E., & Perry-Smith, J. E. (2001). Effects of social-psychological factors on creative performance: The role of informational and controlling expected evaluation and modeling experience. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*(84), s. 1-22.
- Silverman, D. (2009). *Interpreting Qualitative Data*. London: SAGE Publications Ltd.
- Silverman, D. (2010). *Doing Qualitative Research*. London: SAGE Publications Ltd.
- Simon, N. (2010). *The Participatory Museum*. Santa Cruz, CA: Museum 2.0.
- Šola, T. (2010). Making the Total Museum Possible. I R. Parry (Red.), *Museums in a Digital Age* (s. 421-426). Abingdon, Oxon: Routledge.
- Star, S. L., & Griesemer, J. R. (1989). Institutional Ecology, 'Translations' and Boundary Objects: Amateurs and Professionals in Berkeley's Museum of Vertebrate Zoology, 1907-39. *Social Studies of Science*, 19(387), s. 387-420.

- Stop Online Piracy Act.* (2011). Hentede 18. 1 2012 fra United States House of Representatives Committee on the Judiciary:
<http://judiciary.house.gov/hearings/pdf/112%20HR%203261.pdf>
- Street, B. (1985). *Literacy in Theory and Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tallon, L. (2008). Introduction: Mobile, Digital, and Personal. I L. Tallon, & K. Walker (Red.), *Digital Technologies and the Museum Experience* (s. xii-xxv). Plymouth: AltaMira Press.
- Tchen, J. K., & Ševčenko, L. (2011). The "Dialogic Museum" Revisited: A Collaborative Refelction. I B. Adair, B. Filene, & L. Koloski (Red.), *Letting go? Sharing Historical Authority in a User-Generated World* (s. 80-97). Philadelphia, PA: The Pew Center for Arts & Heritage.
- Tyner, K. R. (1998). *Literacy in a Digital World: Teaching and Learning in the Age of Information*. New Jersey: Lawrence Erlbaum and Associates.
- van de Pol, J., Volman, M., & Beishuizen, J. (2010). Scaffolding in Teacher-Student Interaction: A Decade of Research. *Educational Psychology Review*, 3(22), s. 271-296.
- Varnelis, K. (Red.). (2008). *Networked Publics*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Vuorela, M. (11. December 2011). Museer bliver klemt i rettighedsbøvl. *Politiken*. Hentede 11. December 2011 fra Politiken.dk:
<http://politiken.dk/kultur/tvogradio/ECE1476279/museer-bliver-klemt-i-rettighedsbovl/>
- Walker, K. (2008). Structuring Visitor Participation. I K. Walker, & L. Tallon (Red.), *Digital Technologies and The Museum Experience: Handheld Guides and other Media* (s. 109-124). Plymouth: AltaMira Press.
- Wenger, E. (2004). *Praksisfællesskaber. Læring, mening og identitet*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Wenger, E., McDermott, R., & Snyder, W. (2002). *Cultivating Communities of Practice*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Wikipedia, the Free Encyclopedia.* (2012). Hentede 18. 1 2012 fra Wikipedia:
http://en.wikipedia.org/Wiki/Main_Page
- Wood, D. J., Bruner, J. S., & Ross, G. (1976). The role of tutoring in problem solving. *Journal of Child Psychiatry and Psychology*(2), s. 89-100.

Dansk resumé

Afhandlingen undersøger unges brug af museumsrum, som tillader deltagelse gennem produktion og deling af indhold. Til dette formål indføres begrebet *det hybride museum*, som beskriver museer, der aktivt søger at understøtte dannelsen af en brugergenereret meningsøkonomi. Når den brugergenererede meningsøkonomi sameksisterer med museets institutionelle meningsøkonomi, er der tale om en hybrid meningsøkonomi. Afhandlingen identificerer i analysen af det hybride museum to grundlæggende forskellige museale tankesæt, et industrielt og et post-industrielt.

Afhandlingen opererer i krydsfeltet mellem museologi, medieteorier og læringsteori. Den museologiske dimension fokuserer på brugeradfærd og brugeroplevelser. Den medieteoritiske dimension fokuserer på sociale medier og ikke-professionel medieproduktion. Den læringsteoretiske dimension fokuserer på sociale og kreative læreprocesser.

Ud fra et situeret sociokulturelt perspektiv undersøges det, hvordan unge brugere skaber og deler indhold i et fysisk museumsrum. Der trækkes på primært social læringsteori, hvor det at vide handler om at have kompetence i forhold til at deltage i sociale foretagender, og hvor mening handler om vores evne til at opleve verden og vores engagement med verden som meningsfuldt. Set ud fra dette perspektiv er literacies en paraplybetegnelse for konkrete sociokulturelle praksisser, hvor der gennem et vilkårligt medie kommunikeres, forhandles eller skabes meningsfuldt indhold.

Afhandlingen bygger på empiriske undersøgelser, som er baseret på medudviklingen og brugen af en hybrid museumsressource, nærmere bestemt rummet MedieMixeren på Mediemuseet. I MedieMixerens opstillinger kan brugerne bl.a. producere og redigere film og lyd, og indholdet kan publiceres på skærme i rummet såvel som online på MedieMixerens hjemmeside. Der er meget få udstillingsgenstande i rummet, og hensigten er, at brugerne skal gøre sig forskellige erkendelser om medier gennem produktion og deling af indhold.

De primære data er indsamlet over det første års brug af MedieMixeren. Der er fokus på unge brugere i alderen 13-23 år, og samtlige brugerprofiler og brugerproduktioner tilhørende disse brugere er blevet analyseret. Derudover er der bl.a. udført deltagerobservation i rummet, ligesom der er udført interviews med brugere, museumsværter og MedieMixerens projektleder.

De indsamlede data og analysen af disse ligger til grund for en bred analyse af brugernes produktion og deling af indhold og af skabelsen af en hybrid meningsøkonomi.

De unge brugere i MedieMixeren færdes typisk i grupper på to til fem medlemmer. Større grupper deler sig op i grupper af denne størrelse. Blandt de unge brugere i

alderen 13-23 år, er der registreret 1.190 profiler, som har genereret i alt 2.347 produktioner. Ud af disse produktioner er 245 produktioner blevet delt. Grupper deles enten om én profil eller fravælger, af forskellige årsager, at oprette en brugerprofil. Ud fra analyse af brugerprofilerne svarer MedieMixerens brugeres alders- og kønsfordeling til de nationale forhold, hvilket giver mulighed for at drage paralleller mellem brugen af MedieMixeren og andre museumsressourcer.

Brugernes førstehåndsindtryk af MedieMixeren baserer sig primært på det af museet udstillede indhold og ikke på formidlingen af dette. Nogle gange præger dette førstehåndsindtryk meningsforhandlingen under resten af besøget i MedieMixeren. Brugerne oplever i nogen til høj grad MedieMixeren som havende et fundamentalt anderledes sæt af karaktertræk, værdier og normer end andre museumsrum, hvilket svarer til en post-industrielt etos.

Brugernes reaktioner på andre brugeres produktioner falder overordnet i tre kategorier: Ignorering, identifikation eller fremmedgørelse. Ignorering indebærer, at brugerne enten ikke bemærker eller ikke interesserer sig for de udstillede produktioner. Identifikation og fremmedgørelse indebærer, at brugere, som rent faktisk studerer de udstillede produktioner, polariseres i en oplevelse af enten at kunne eller ikke at kunne relatere sig til produktionerne.

Det påvises, at der er en ulighed i graden af deltagelse, hvor fraværet af deling kan skyldes fem forhold: Ingen produktion, ingen brugerprofil, uvidenhed om deling, "at prøve", samt "at være useriøs". De to sidstnævnte er brugernes kategorier, som er fremkommet ved tematisk analyse.

I mange tilfælde ender det brugergenererede indhold i større eller mindre grad med at være urelateret til de af museet udvalgte temaer, og for mange brugere er det uklart, hvad de skal have en mening om. I andre tilfælde opstår der situationer, hvor brugerne undervejs i en produktion oplever at "tabe tråden", hvilket kan resultere i vrede, udvandring eller tilfældig adfærd. Dette sker i 8 % af de delte produktioner.

MedieMixerens struktur som bidragende projekt analyseres, og MedieMixerens sociale struktur defineres som en bidragskæde. Som social platform er MedieMixeren organiseret på en meget specifik måde i det fysiske rum og på en meget generel måde online. Begge måder relaterer sig til en række fællesskaber og disses praksisser. MedieMixerens praksislandskab analyseres, og det påvises, hvordan MedieMixeren forsøger at etablere forbindelser mellem brugernes baglande og forskellige professionelle baglande. Dette gøres gennem participative forbindelser i form af mægling og reifikative forbindelser i form af grænseobjekter.

Både museumsværterne og brugerne udfører mægling på forskellige måder, og mæglingens karakter analyseres. Der opstilles en model for tre niveauer af grænseobjekter: Primære, sekundære og tertiære. Primære grænseobjekter er det, der udstilles, mens opstillingerne fungerer som sekundære grænseobjekter og det brugergenererede indhold fra disse bliver tertiære grænseobjekter. Det vises,

hvordan især værternes mægling er nødvendig for at kompensere for mangler i grænseobjekterne. Grundet en stor mængde tekniske problemer er især teknisk mægling en absolut nødvendighed. På trods af komplementariteten mellem grænseobjekter og mægling sker der dog stadig kortslutninger i forbindelserne, ofte når træk ved de sekundære og tertiære grænseobjekter tager for meget fokus fra de primære grænseobjekter.

Gruppens betydning analyseres, herunder brugernes oplevelse af vigtigheden af at gøre noget sammen på museet. Det analyseres ligeledes, hvordan grupper møder hinanden, både fysisk såvel som gennem det brugergenererede indhold. I relation til dette analyseres og problematiseres MedieMixerens e-billet. Der opstilles en model for adgang og ejerskab til indhold, hvor adgang kan tildeles på fire grundlæggende måder: *Personlig adgang, gruppeadgang, kollektiv adgang og unik adgang*. Analysen af MedieMixeren taler for, at museumsressourcer, hvor brugerne producerer eller indsamler indhold, med fordel kan anvende gruppeadgang eller unik adgang til indholdet frem for en personlig adgang.

Det vises, hvordan der opstår kollaborativ emergens i forbindelse med brugerproduktion. Denne komplekse proces operationaliseres som en social identitetsøkologi gennem forskellige betoning af indordning, fantasi og engagement. Dette resulterer i en model for brugen af opstillinger, hvor der er seks typer af kollaborativ emergens: Streng indordning, legende indordning, rammesat fantasi, fri fantasi, centralt engagement og alternativt engagement.

Det vises, hvordan MedieMixeren står over for nogle udfordringer, som kan adresseres via redaktionelle processer og evaluering af brugergenereret indhold. Der opstilles en model, hvor der skelnes mellem unilateral, distribueret og algoritmisk moderation, organisering og evaluering af indhold. I forbindelse med dette belyses muligheden for at lave kombinerede systemer.

Der foretages en vurdering af kreativiteten i MedieMixeren, og der identificeres tre kreative produkter: Indhold skabt i opstillinger, personlige begrebsdannelser, samt det kollaborativt emergente. Størstedelen af det brugergenererede indhold er ikke kreativt, men der er enkelte undtagelser, og fælles for disse er, at de bygger på en klar idé, som har ligget fast fra starten. Dette peger på, at museet kan befordre kreativ produktion ved at understøtte brugernes idégenerering før produktion. Brugernes kreative personlige begrebsdannelser retter sig mod sekundære grænseobjekter, altså opstillingerne. Dette kan være et problem, og opstillingernes særpræg kan tage fokus fra de primære grænseobjekter. Det kollaborativt emergente er nogle gange kreativt, og i disse tilfælde kan der både skabes koblinger, som er meningsfulde for den enkelte, samt strukturer, som er nyttige for gruppen som helhed.

Slutteligt analyseres vigtigheden af, at brugerne får stillet arkivmateriale til rådighed af museet, og hvorfor det er vigtigt at få løst rettighedsproblematikker – både set fra et hybridt museums perspektiv og fra et bruger perspektiv.

English summary

This dissertation examines how young users make use of museum spaces that allow for participation through production and sharing of content. For this purpose the notion of *the hybrid museum* is employed as a description of museums that actively seek to support the formation of a user generated economy of meaning. When a user generated economy of meaning coexists with the museums' institutional economies of meaning, the result is a hybrid economy of meaning. In the analysis of the hybrid museum, two fundamentally different museum mindsets are identified: An industrial mindset and a post industrial mindset.

The dissertation exists in an intersection between museology, media theory and learning theory. The museological dimension focuses on user behavior and user experience. The media theoretical dimension focuses on social media and non professional media production. The learning theoretical dimension focuses on social and creative processes of learning.

Based on a situated socio-cultural perspective the dissertation investigates the ways in which young users create and share content in a physical museum space. The investigation draws upon social theories of learning in which "knowing" involves having competence in participating in social endeavors and "meaning" involves experiencing and engaging with the world as meaningful. From this perspective literacies is a term describing socio-cultural practices where a medium is used to communicate, negotiate or create meaningful content.

The dissertation is based on empirical work through co-development and investigation of the use of a hybrid museum resource, namely a room called the Media Mixer at the Media Museum in Odense, Denmark. In the Media Mixer users are able to produce and edit video and audio, and the content can be shared on screen displays in the physical museum space as well as online on the Media Mixer website. There are only a few physical artifacts and displays in the room and it is the intention that users should learn and negotiate meaning related to media through production and sharing of media content.

The key data has been collected in the Media Mixer during the first full year of being open for the public. The data collection has focused on users aged 13 to 23 years and user profiles and productions related to this user group has been collected and analyzed. Furthermore fieldwork has been conducted, including participant observation in the Media Mixer as well as interviews with users, museum hosts and the Media Mixer project manager.

The collected data and the data analysis is the foundation upon which the dissertation makes a broad analysis of the users' production and sharing of content, and in the creation of a hybrid economy of meaning.

The young users in the Media Mixer primarily are in groups of 2-5 users. Larger groups split into groups of this size. There are 1.190 user profiles registered to users aged 13-23 and these profiles have generated 2.347 audio and video productions. From these productions 245 productions have been shared. Groups usually register only one profile or choose not to register a profile for different reasons. From an analysis of the age and gender of user profiles, the users in the Media Mixer correspond to users on a national scale which allows for comparison between the use of the Media Mixer and the use of other national museum resources.

The users' first hand impressions of the Media Mixer are primarily based on the curated content in the Media Mixer and not on the framing of the content in exhibits. Sometimes these first hand impressions have an impact on the negotiation of meaning during the rest of the visit in the Media Mixer. To some degree the users also feel that the Media Mixer has a fundamentally different set of characteristics, values and norms compared to other museum spaces, which corresponds with a postindustrial ethos.

The users react on user generated content in three ways: Ignoring, identification or alienation. Ignoring means that users either don't notice or don't care about the shared content. Identification and alienation means that the users who actually stop to examine the user productions are polarized in experiences of either being able to or not being able to connect and relate to the content.

It is shown that there is a participation inequality where the absence of sharing is related to five causes: No production, no user profile, ignorance about the possibility of sharing, "trying" and "not being serious". The latter two are the users' own categories based on thematic analysis of interviews.

In some cases the user generated content is more or less unrelated to the themes intended by the museum, and many users are uncertain about what they are supposed to have an opinion on. In other cases there are situations where users during production lose focus which may result in anger, leaving the exhibit or random behavior. This happens in 8 % of the shared user productions.

The structure of the Media Mixer as a contributory project is analyzed and the social structure is defined as a chain of contribution. As a social platform the Media Mixer is organized in a very specific way in the physical space and in a very general way online. Both ways are related to a number of different communities and practices. The Media Mixer's landscape of practice is analyzed and it is shown how the Media Mixer attempts to establish connections between the communities of users and different professional communities. This is accomplished though participative connections by brokers and reificative connections by boundary objects.

Both the museum hosts and the users perform brokerage in different ways, which is analyzed. A model of three levels of boundary objects is offered: Primary, secondary and tertiary boundary objects. Primary boundary objects are the "things" on display

while exhibits act as secondary boundary objects. User generated content becomes tertiary boundary objects. It is shown how especially brokerage conducted by the museum hosts is necessary in order to compensate for shortcomings in the boundary objects. Because of heavy technical problems technological brokerage is an absolute necessity. Despite the complementarities of boundary objects and brokers some connections are still short wired, often because attributes of secondary and tertiary boundary objects attract too much attention and drive focus away from the primary boundary objects.

The importance of the group as well as the users' focus on "doing things together" is analyzed. Likewise it is analyzed how users groups meet each other physically as well as through user generated content. In relation to this the e-ticket of the Media Mixer is analyzed. A model of access and ownership is offered. In this model access and ownership of content may be granted in four basic ways: Personal access, group access, collective access and unique access. The analysis of the Media Mixer points towards using group access or unique access in museum spaces where users generate or collect content.

It is shown how collaborative emergence takes place in the user production process. This complex phenomenon is operationalized as a social ecology of identity through different hierarchies between components of alignment, imagination and engagement. It results in a model of the use of production exhibits, consisting of six types of collaborative emergence: Strict alignment, playful alignment, framed imagination, free imagination, central engagement and alternative engagement.

It is shown how the Media Mixer faces challenges with user generated content that can be addressed by editorial processes and evaluation. A model is offered which makes a distinction between unilateral, distributed and algorithmic moderation, organization and evaluation of content. In relation to this combined systems are possible.

Creativity in the Media Mixer is evaluated through the identification of three creative products: Content created in exhibits, personal creative constructs, and the collaborative emergent. Most of the user generated content is not creative, but there are a few exceptions. The creative productions have one thing in common, namely a clear idea that is established from the start. This suggests that the museum could support creative content by supporting processes of idea generation before actual production. The users' personal creative constructs focus on secondary boundary objects (exhibits). This may be a problem and the particular novelty of exhibits may divert focus from the primary boundary objects. The collaborative emergent is sometimes creative and in these instances personal creative constructs may be generated as well as structures that are useful for the group as a whole.

Finally the importance of providing archival material is analyzed as well as the importance of solving problems related to copyright issues, both from a hybrid museum perspective and from a user perspective.

Appendiks

Appendiks A – Transskriptionsapparat

Symbol	Betydning
[Indikerer det punkt, hvor en informants tale bliver overlappet af en anden informants tale
=	Bruges i slutningen af en linje og i starten af den næste linje, når der ikke er nogen pause mellem to ytringer
(.)	Viser en kort pause midt i en ytring. Obs! Pauser er kun transskriberet i det omfang hvor de syntes at have indflydelse på sætningens betydning, og de fleste af disse pauser er > 0.5 s
ORD	Versaler bruges, hvor et ord eller en lyd er særlig kraftigt betonet
()	En tom parentes indikerer, at det var umuligt at høre, hvad der blev sagt. Oftest drejer det sig blot om et enkelt eller to ord
(ord)	Ord i parentes indikerer en mulig transskription af et utydeligt ord. Oftest er disse gæt støttet af interviewnoter og foregående udtalelser, så de er meget sandsynlige
((note))	Ord og sætninger i dobbelt parentes er noter, som beskriver hvad der foregår, og ikke hvad der bliver sagt
::	Koloner viser, at den foregående stavelse eller lyd var forlænget. Jo længere lyden blev trukket, desto længere er rækken af koloner
FORM	En formidler
VÆRT	En museumsvært
VV	Vitus Vestergaard

Eksempel

THOMAS: Skal vi ikke (prøve) den der? ((nikker i en retning))

ULRIK: DEN der? Ne::::j, det ser da [kedeligt ud ((griner))

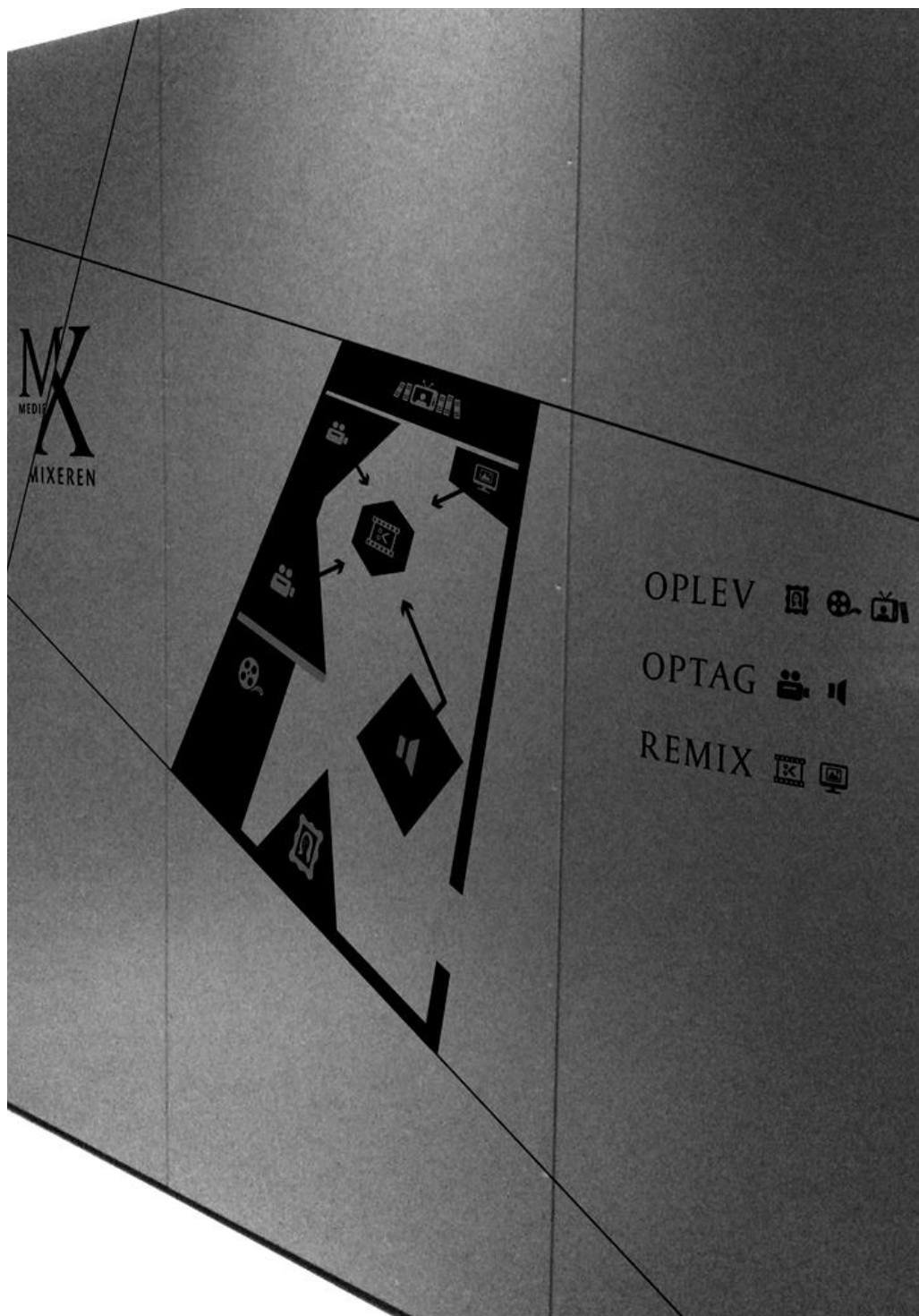
THOMAS: [Okay hvad skal vi så?

ULRIK: Hvad med bare at=

THOMAS: =Skal vi ikke bare (.) gå lidt rundt og kigge så?

Symbolerne er stort set identiske med Silverman (2009) pp. 398-399

Appendiks B – Kortet over MedieMixeren som det ses på Lydboksen



Appendiks C – Arkitekttegninger af MedieMixeren

Venligst stillet til rådighed af udstillingsarkitekt Eskild Bjerre Laursen

