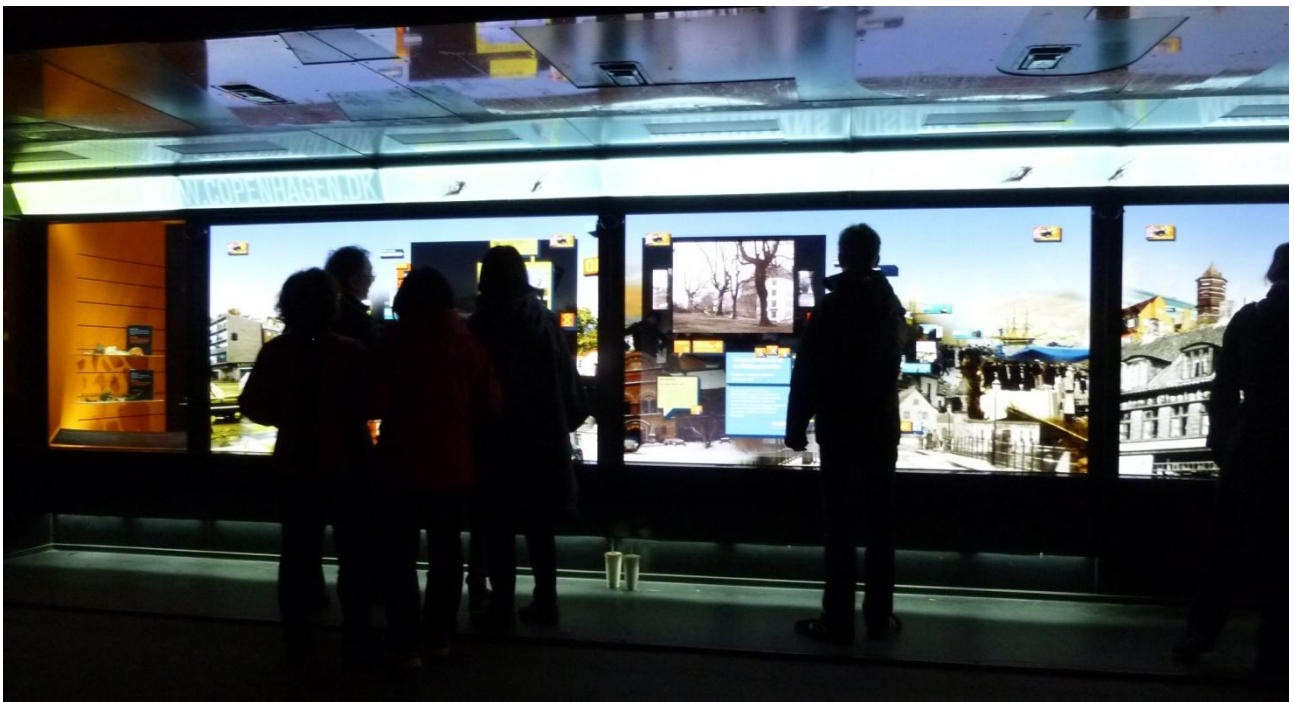


Formidling i forandring

Et casestudie af VÆGGEN – et dansk eksempel på digital, interaktiv museumsformidling i overgangen fra genstandsrepræsentation til brugergenereret kultur



Maja Rudloff
Ph.d.-afhandling
Institut for Kulturvidenskaber
Syddansk Universitet
April 2013
Vejleder: Kirsten Drotner

Forsideillustration: Brugere ved VÆGGEN på Kgs. Nytorv i København (foto: Maja Rudloff, 2011)

Forord

Mange personer har direkte eller indirekte bidraget til dette projekt, og jeg skylder dem alle en stor tak.

Den første og største tak skal lyde til min vejleder, Kirsten Drotner, som gennem mit projektforsløb har fungeret som en uvurderlig ressource, støtte, mentor og facilitator. Din faglige sparring og tro på mit projekt har alt sammen bidraget til dets forbedring.

Mine dygtige og inspirerende kolleger i DREAM har indtaget en særlig plads og rolle under mit projektforsløb. Tusind tak for udviklende samtaler og gode, lærerige stunder i jeres selskab. Jeg er oprigtig glad for, at I har taget imod mig som et fulgyldigt medlem af gruppen på trods af, at jeg faktisk ikke er en "rigtig" DREAM'er. Når mit projektforsløb har været så god og berigende en oplevelse, har det ikke mindst været pga. jer og de fælles faglige aktiviteter, som jeg gennem DREAM har fået adgang til.

Københavns Museum har i perioder fra 2009-2013 føltes som mit andet hjem. Jeg har mødt så mange dejlige, dygtige og inspirerende mennesker igennem mine år på museet, at det vil være umuligt at nævne dem alle her, men nogle få skal alligevel fremhæves. Jeg skylder først og fremmest museets direktør, Jette Sandahl, en stor tak for så gæstfrit at huse mig under mit ph.d.-forsløb. En særlig tak skal derudover lyde til leder af formidlingsafdelingen Camilla Mordhorst for at holde døren åben til formidlingsafdelingens møder og aktiviteter. Tak derudover til: Sarah, for at være min ven, kollega, for al din hjælp og for at være det engagerede og inspirerende menneske, du er. Jakob, for faglig og saglig feedback og for at have været en sparringspartner og ph.d.-fælle med alle de glæder og sorger, det medfører. Inger, min nabo og ven, for vores mange gode samtaler, for heppen på sidelinjen og for at huske mig på, at der er en normal verden uden for livet som ph.d.-studerende. Sidsel, for din omsorg og en fantastisk fælles konference i 2012. Erik og Hans, for jeres tålmodighed de mange aftener, hvor I har måttet smide mig ud af et tomt museum. Gennem Københavns Museum har jeg fået privilegeret adgang til de forskellige samarbejdspartnere bag VÆGGEN. Jeg er dybt taknemmelig for de indsigter, det har givet, og jeg skylder i den forbindelse særligt Allan Smith og hans kolleger fra Gibson International en kæmpe tak – ikke mindst for Allans hjælp, gode råd og åbne arme både før og under mit ophold i New Zealand. Uden den åbenhed, som København Museum og museets medarbejdere og samarbejdspartnere har mødt mig med, havde mit projekt slet ikke været muligt. Jeg kommer til at savne jer alle forfærdeligt meget.

Syddansk Universitet skal have tak for at have muliggjort dette projekt. Det er umuligt at nævne alle de ph.d.- og forskerkolleger, som har haft en betydning under mit ph.d.-forsløb, men især kollegerne fra Medievidenskab vil jeg gerne takke for inspiration, faglig sparring og opbakning undervejs.

I løbet af mit projektforsløb har jeg været på forskningsophold på School of Museum Studies i Leicester, UK, og på Victoria University i Wellington, New Zealand. Tak til de respektive institutioner for at have taget imod mig og i særdeleshed tak til min engelske "vejleder" Ross Parry for yderst inspirerende samtaler.

Sidst, men ikke mindst, en stor og kærlig tak til min familie: mor, far og søster, for jeres hjælp og støtte, men særligt mor, fordi du lagde ører til i den sidste tid, da det blev lidt svært at se målstregen.

København, april 2013

Maja Rudloff

Indholdsfortegnelse

1. Indledning	1
Forskningsspørgsmål og formål	2
Afhandlingens form og opbygning	3
Afhandlingen artikler	5
<i>Artikel 1</i>	5
<i>Artikel 2</i>	6
<i>Artikel 3</i>	6
<i>Artikel 4</i>	6
Fordele og ulemper ved den antologiske afhandling	7
2. Danske museer i kulturpolitisk kontekst	8
Forskydninger i museumsforståelsen	8
Formidlingsbegrebet: en flydende betegner	10
Fra dannelse til oplevelse	11
Den gode oplevelse er digital	13
3. Afhandlingens case: Københavns Museums VÆGGEN	15
Københavns Museum: historik, opgaver og ansvar	15
Nye tider	16
Hvad er VÆGGEN?	18
VÆGGEN: design, interface og navigation	18
Et nyt udstillingsformat	21
Målsætninger for VÆGGEN	23
4. Teoretisk rammesætning	25
Museologi, medieteorier og digitalt design	25
Kapitlets opbygning	25
Postmodernismens repræsentationskritik	26
Poststrukturalisme og konstruktivisme som overordnet forståelsesramme	27
Den nye museologi	28
Mellem gammel og ny og teoretisk og praktisk museologi	28
Det moderne og det postmoderne museum	29
Visitor studies	30
Brugernes museumsoplevelse: underholdende, engagerende og digital	32
Digital museologi	33
Digitale museumsbrugere – websteder	33
Digitale museumsbrugere – digitaliserede museumssamlinger	34
Digitale museumsbrugere – digitale installationer	35
Medieteorier	36
Mediebrugeren	36

Interaktivitetsbegrebets udvidelse	37
Interaktiv museumsformidling	38
Mediefaciliteret deltagelse og demokrati	40
Menneske-computer-Interaktion (HCI) og nye kommunikative grænseflader	41
Design- og interfaceanalyse	42
Webdesignet som analytisk greb	42
Reception af digital design	43
Multimodalitet: en (ny?) oplevelsesform	45
5. Metodologi og metoder	46
Casestudiet som forskningstilgang	46
Kvalitative brugerundersøgelser: multimetodisk tilgang	47
<i>Brugerundersøgelsen ved VÆGGEN</i>	47
<i>VÆGGEN som analyseobjekt</i>	48
Observationer ved VÆGGEN	49
Observationer i praksis	51
Interviews med VÆGGENs brugere	52
Det semistrukturerede interview	52
Interviews i et byrum: praktiske overvejelser	53
Udvælgelse af informanter til samtaler: undersøge hvem og hvordan?	54
Data fra Københavns Museum (herunder Gibson International og Snitkergroup)	55
VÆGGENs design og interface	55
VÆGGENs hjemmeside	56
Refleksioner over forskningsdesign	57
At være både deltager og analytiker – og forholdet mellem empiri og teoretisk analyse	57
Reliabilitet og validitet	58
Etiske overvejelser	58
Databehandling: transskribering og kodning	59
Transskribering af observationer og interviews	59
Kodning som begyndende analytisk proces	60
Induktion og deduktion – empiri- og begrebsdrevet kodning	61
Kodekategorier	62
<i>Indhold</i>	62
<i>Design</i>	63
<i>Koncept</i>	63
<i>Kontekst</i>	64
6. Afslutning	65
Et projekt under udvikling	65
Resultater af afhandlingens analyser	67
Opsamling	68
Den digitale museumsbruger	68
VÆGGENs design	69
VÆGGEN som repræsentations- og oplevelsesform	70

Brugerdeltagelse og VÆGGENs koncept	72
Ph.d.-projektets begrænsninger	74
Fremtidige forskningsområder	75
Litteratur	77
Artikel 1	
Artikel 2	
Artikel 3	
Artikel 4	
Resumé	
Summary	
Bilagsliste	
Bilag 1-31 (vedlagt afhandlingen som CD-rom)	

1. Indledning

Det er en eftermiddag i juni 2010. Stedet er Kgs. Nytorv i København. På pladsens sydlige kant med bagsiden vendt mod det Kgl. Teater er opstillet en container. Containeren falder umiddelbart lidt i ét med bagvedliggende byggeskure, men kommer man tættere på, ser man, at containerens front er åben mod pladsen, og at den skjuler fire store plasmaskærme med, hvad der umiddelbart ligner et virvar af farver, grafik, animation og billeder. Ved nærmere eftersyn viser det sig at være et slags digitalt københavnsk univers – en digital repræsentation og konstruktion af Københavns fortid og nutid i 2D/3D, som man kan lege med, navigere i og endda selv deltage med billeder til. I glasmontrer ved siden af skærmene er arkæologiske genstande fra Københavns undergrund udstillet med små vedhæftede beskrivelser om genstandenes fortid og funktion samt sted og dato for fundene. Foran skærmene står mennesker i alle aldre, nogle i par eller grupper, nogle alene, og navigerer på skærmene. Interaktionen er fulgt af kommentarer som "Hvad er det?", "Hvordan gør man?", "Det er meget avanceret – hvis det virker!", "Det er Valby det her!", "Så kan man gå tilbage i tid!?", "Jeg kan ikke finde ud af det!", "Der er noget fra gamle dage!", "Uh, en sporvogn!", "Se, det er dér, vi bor!", "Så, nu har jeg sendt et postkort!", "Det er dog fantastisk, hvad de kan gøre i dag!"

(Uddrag af brugerobservationer ved Københavns Museums formidlingsprojekt VÆGGEN, sommeren 2010)

Scenariet, der her beskrives, er stadig nyt i byrummet, men overalt på danske – og udenlandske – museer udvikles og eksperimenteres i disse år med digitale formidlingsformer, der skal tiltrække nye brugergrupper og give brugerne nye oplevelser med museernes samlinger. Denne afhandling handler om, hvordan museumsoplevelsen og museumsbesøget former sig, når kulturarvsformidlingen er digital, interaktiv og foregår uden for rammerne af en traditionel udstillingskontekst. Digitale teknologier stiller nye muligheder til rådighed for formidling af museernes samlinger og for kommunikation med brugerne samtidig med, at de fordrer nye kompetencer af såvel museer som brugerne, når de implementeres i praksis. Det betyder, at museumsformidlingen og museumsoplevelsen i dag også må ansues som noget, der konstitueres på tværs af de nye kommunikations- og handleformer, som digitale medier faciliterer.

Den øgede digitalisering af samfundet generelt har for museerne i Danmark medført et voksende antal nye, digitale formidlingstilbud (se eksempler herpå i Løssing 2009). Over de seneste år har museernes virtuelle tilstedeværelse og anvendelsen af digitale og mobile kommunikationsværktøjer således nået et omfang, der betyder, at brugerne nu principielt set kan møde museerne alle tider og steder – også uden for rammerne af museernes traditionelle fire vægge. Det er en udvikling, som ikke bare er særegen for Danmark, men som kendetegner museer i hele den vestlige verden, og som den amerikanske museumskurator Peter Samis har kaldt "the exploded museum" (2008: 3). Denne vækst fordrer en mere grundlæggende forståelse af, hvad det betyder at introducere digitale teknologier i museumsformidlingen, og i særlig grad når den foregår i andre kontekster end hidtil kendte.

Internationalt er der i de seneste år blevet investeret massivt i museers digitale formidling fra både offentlig og privat hold (Heath & Lehn 2010, 2008: 63; Olsson & Svensson 2013). Også i Danmark er museumsformidlingen blevet et særligt kulturpolitisk indsatsområde, som derfor drives fremad gennem kulturpolitiske puljer og støtteordninger (Mikkelsen 2006). Motivationen bag den økonomiske støtte er

ofte ønsket om at bedre brugernes oplevelse og skabe gode uformelle læringsmiljøer til forskellige brugergrupper (Heath & Lehn 2008: 63). Udviklingen reflekterer et generelt fokusskifte i museernes praksis, hvor museerne har bevæget sig fra at være samlingskoncentrerede mod at være brugerrettede (Hooper-Greenhill 2004; Larsen & Ingemann 2005; Christensen 2009; Lund et al. 2009). Som de britiske museumsforskere Christian Heath og Dirk vom Lehn (2008) påpeger, er de seneste års investeringer ikke optaget af at opbygge nye samlinger eller informationskilder – snarere handler det om at udvikle fremstillingsformer, som kan skabe nye former for engagement, vidensformidling og interaktion. Redskaberne hertil findes ofte i digitale teknologier. Et lignende billede tegner sig i en dansk kontekst, hvor Kulturstyrelsens formidlingsplan og tilhørende økonomiske puljer og støtteordninger siden 2007 har sat fokus på museernes digitale kommunikation og formidling. På trods af den øgede opmærksomhed mod og substantielle støtte til digital museumsformidling er der imidlertid stadig kun begrænset forskning i, hvordan brugerne fra et kvalitativt sigte forstår, anvender og responderer på disse nye digitale tilbud (Heath & Lehn 2008: 64; Olsson & Svensson 2013). Den manglende forskning kalder på mere kvalitativt orienterede undersøgelser af brugernes oplevelser af nyere former for digital, interaktiv formidling.

Forskningsspørgsmål og formål

Afhandlingen tager afsæt i det forhold, at den øgede digitalisering af museerne (i Danmark) mangler empirisk funderet viden. Et stadigt voksende antal nye, digitale museumsprojekter fordrer en mere grundlæggende forståelse af, hvad det betyder at introducere digitale teknologier i museumsformidlingen. I den kulturpolitiske diskurs såvel som i den teoretiske museologi fremhæves det digitale som et væsentligt redskab til at nå målsætninger om øget synlighed og anvendelse af museer blandt et bredere udsnit af befolkningen. I denne diskurs og i museernes praksis ligger en forestilling om, hvem museumsbrugere af digital formidling er, kan og skal være, samt hvilke ønsker disse brugere har til digital formidling. Deri ligger også en antagelse om, hvad den digitale museumsoplevelse er og kan bidrage med. Der mangler imidlertid konkret viden om, hvad digitale mediers mellemkomst betyder for brugernes museumsoplevelse – og der mangler viden om de betydninger og processer, som opstår, når brugerne præsenteres for nye, anderledes, digitale interaktionsformer. I nærværende afhandling behandles dette problemfelt, idet jeg, med fokus på hvordan mødet med digital formidling forstås og realiseres fra et brugerperspektiv, undersøger:

Hvordan former en museumsoplevelse sig, når brugerne tilbydes mulighed for at interagere med og deltage i digital kulturhistorisk museumsformidling, der er placeret uden for en traditionel museums kontekst? Hvilke formidlingsteoretiske tanker og ideologier kædes sammen med digitale teknologier i den museale kulturpolitik og den nyere museologiske teori, og hvordan ses disse forestillinger om det digitale realiseret på brugersiden? Hvad karakteriserer med andre ord det digitale medie som museal oplevelses- og repræsentationsform fra et brugerperspektiv?

Projektet udføres som et empirisk baseret casestudie, hvor det genstandsfelt, der analyseres, er brugernes møde med Københavns Museums formidlingsprojekt VÆGGEN, som er en 12 meter lang og to meter høj digital, interaktiv installation og multitouch-skærm, der fra forskellige placeringer i det københavnske byrum skal formidle Københavns historie gennem in-situ interaktion med brugerne. På baggrund af indholdsstudier af VÆGGEN, kvalitative undersøgelser af VÆGGENs brugere samt teoretiske overvejelser om digitale medier og deltagelse formuleres følgende delmål for projektet:

1. At undersøge den aktive interaktion der finder sted mellem brugerne og en digital installation
2. At udforske de muligheder for repræsentation og fortolkning som et digitalt formidlingstiltag rummer
3. At analysere de betydningsdannelser, der bringes i spil, når brugeruploads går i dialog med materiale fra museets samlinger

Der eksisterer efterhånden en omfattende litteratur om museer, men digitale aspekter af museumsoplevelsen er først i de senere år og kun i relativt beskedent omfang blevet genstand for akademiske undersøgelser. Formålet med projektet er at udbygge en viden om digital interaktion, formidling og brugeroplevelser, der kan bidrage til museernes fremtidige udvikling og implementering af digital formidling. Dette mål forventes realiseret ved med projektet at skabe et grundlag, hvorfra der kan evalueres på eksisterende tiltag og dannes nye metoder til udvikling af brugergeneret formidling. Derudover skal projektet bidrage til en teoretisk og empirisk forståelse inden for et endnu nyt og voksende videnskabeligt felt. Jeg håber således med projektet at kunne bidrage med viden, som også er anvendelig for en bredere gruppe af museumsformidlere og forskere. Denne ambition afhænger naturligvis af, at den erhvervede viden kan overføres til andre sammenhænge.

Afhandlingens form og opbygning

Afhandlingen udformes som en antologisk afhandling, hvilket betyder, at den består af to dele: en sammenfattende redegørelse samt fire videnskabelige artikler. I redegørelsen præciseres og systematiseres afhandlingens overordnede problemstilling samt den teoretiske og metodiske ramme, som udgør afhandlingens forskningsdesign, og som anvendes i artiklernes analyser. Afhandlingens analytiske hovedfokus ligger i de fire forskningsartikler.

Afhandlingens redegørende tekst indledes med nærværende kapitel, hvori problemstilling og formål samt afhandlingens form og opbygning introduceres. Herunder følger også en kort gennemgang af afhandlingens respektive artikler og disses erkendelsesmæssige og teoretiske afsæt.

Afhandlingens andet kapitel har en kontekstualiserende karakter, idet det har til formål at situere projektet i en kulturpolitisk ramme. En undersøgelse af forandringsprocesser i museer – hvilket introduktionen af digitale teknologier på museerne her grundlæggende påstås at være – er også en undersøgelse af de kulturelle og sociale værdier, som er knyttet til dem. Derfor er det en central tese, at man først og fremmest må spørge til, hvilke formidlingsteoretiske tanker der informerer implementeringen af digital museumsformidling: Hvilke forforståelser om bruger, oplevelse, museum, samfund og kulturarv karakteriserer diskursen om det digitale? Her spiller det kulturpolitiske en særlig rolle, fordi flertallet af danske museer enten er statsejede eller statsstøttede. Denne økonomiske afhængighed skaber en situation, hvor museernes formidlingsmæssige prioriteringer må ses i lyset af samtidige kulturpolitiske orienteringer. Afhandlingen tilsigter hermed at afdække og forstå digital formidling som en social og diskursivt forankret konstruktion, der politisk og teoretisk bygges op af en række ideer og tanker om det potentiale, som det digitale kan indløse i forhold til brugerne. Dermed placerer afhandlingen sig i et overordnet felt, der stiller spørgsmål til, hvilken rolle museerne kan og bør spille i det digitale og medialiserede samfund. Projektets teoretiske og kontekstuelle rammesætning integrerer således en kulturpolitisk dimension og et nyere museologisk og digitalt, medieteoretisk perspektiv. Det teoretiske perspektiv udbygges i den redegørende teksts kapitel 4.

Kapitel 3 placerer Københavns Museum inden for denne kontekst og redegør for museets formidlingsprojekt VÆGGEN, som er afhandlingens case. Herunder følger en nærmere beskrivelse af VÆGGEN, som basalt set skal forklare, hvad VÆGGEN er, og hvordan VÆGGEN er tænkt at skulle fungere. Kapitlet afrundes med en udkrystallisering af de forskellige målsætninger i forhold til særligt brugerinteraktionen, som projektet er konstrueret over, og som anvendes som implicite referencepunkter i afhandlingens analyser.

Herefter følger med kapitel 4 en gennemgang af afhandlingens museologiske og medieteoritiske ramme, som danner afsæt for analyserne i afhandlingens artikler. Kapitlet beskriver og forankrer afhandlingens teoretiske analysevinkel og positionerer den i forhold til den eksisterende forskning i såvel digital museumsformidling som medie- og kommunikationsrelaterede problemstillinger, der vedrører brugervenlighed og afsender-modtagerforhold i digitalt design og interfaces. Projektets teoretiske ramme udgøres således af en flerhed af teorier fra særligt museologien og medieteorien, hvis overordnede fællestræk er, at de placerer sig i forlængelse af poststrukturalistisk og konstruktivistisk teori, der definerer meningsdannelser som sociale processer og interaktioner.

I afhandlingen fokuseres den museologisk-teoretiske sammensætning i retning af den udvikling og de udfordringer, der ofte beskrives inden for rammerne af den nye museologi, men i nærværende afhandling breddes det teoretiske felt også ud over, hvad man kan kalde den første generation af den nye museologi i forhold til emne, metodologi og empiri. Den nye museologis øgede fokus på brugerne har medført, at en væsentlig gren af det museologiske felt er koncentreret om såkaldte visitor studies, der handler om brugernes reception, fortolkning og oplevelse. Den teoretiske ramme bygges op af elementer fra visitor studies og medieteorien, der fokuserer på reception og på forestillingen om den "aktive bruger". Således kædes elementer fra visitor studies sammen med et kommunikations- og medieteoritisk fokus på det digitale som særligt oplevelsesfelt, og heri formuleres et nyt felt af museologien, som jeg i afhandlingen vælger at kalde en "digital museologi". Herunder stilles også kritiske spørgsmål til det fremherskende læringsdidaktiske fokus på brugeren, som synes at dominere museologien som felt i både teori og praksis. Et tredje interdisciplinært forskningsområde, der trækkes på, er digital designteori, som bruges til at identificere og analysere betydningskabende elementer i VÆGGENs brugergrænseflade.

Inden for den medievidenskabelige forskning har Internettet og digitale, interaktive medier ansporet nye forståelser af og tilgange til analyse af medietekster og medieindhold, der er multimodale og hypertextuelle. I afhandlingens analyser kombineres teorier, der spænder fra den meget konkrete web-analyse til mere medieteoritiske forståelser af mediernes indflydelse på samfundet og på menneskelige kommunikations- og handleformer. En analyse af interaktionen mellem medie og bruger fordrer en forståelse af de medier, som brugerne interagerer med. Her hentes særligt inspiration fra det teoretiske felt human-computer-interaction (HCI) til at forstå og fortolke afsender-/modtagerforholdet i digitalt og interaktivt design. Teorierne kredser over klassiske afsender-/modtagerforhold, men inddrager og forstår brugerne som mere aktive deltagere. Generelt anvendes en teoretisk model, hvor jeg i analyserne i afhandlingens artikler, frem for at anvende én overordnet tilgang, sammensætter teorierne og diskuterer dem i forhold til det konkrete problem, de skal løse. Det implicerer, at omfanget af litteratur i hvert af disse forskningsfelter umuliggør en fuldstændig gennemgang af litteratur i hver kategori. Kombinationen af flere teoriapparater åbner imidlertid mulighed for at undersøge feltet på tværs af kategorier som bruger, museum, teknologi og medie og giver samtidig anledning til at diskutere, hvilken kombination af kvalitative redskaber der bedst imødekommer denne specifikke teoretiske sammensætning.

I kapitel 5 udredes projektets metodologi og metoder. I projektet optræder VÆGGEN både som analytisk objekt i sig selv, ligesom mit indsamlede empiriske materiale stammer herfra – mere præcist fra brugernes interaktion med VÆGGEN. Undersøgelsen anvender forskellige kvalitative metodikker i form af observationer, interviews og analyse af VÆGGENs design og grafiske elementer. Analysen udføres således med afsæt i indholdsstudier af VÆGGENs digitale interface, kvalitative undersøgelser af VÆGGENs brugere samt teoretiske overvejelser om museer og digitale medier. Analysen suppleres af forskellig dokumentation om VÆGGEN samt af en brugerundersøgelse fra analysevirksomheden Snitkergroup, som Københavns Museum fik gennemført i 2010. I kapitlet redegøres for det anvendte undersøgelsesdesign samt for de overvejelser, der praktisk-teoretisk-empirisk har været forbundet med gennemførelsen heraf. Metodekapitlet afrundes med en klarlægning af, hvorledes resultater fra kodning og analyse af data fra brugerundersøgelsen har skabt grobund for de temaer og problematikker, der analyseres og diskuteres i de respektive artikler. Afhandlingens redegørende tekst afsluttes med en konklusion i kapitel 6, hvor undersøgelsens resultater samles, diskuteres og perspektiveres.

Afhandlingens artikler

Af afhandlingens fire videnskabelige artikler er artikel 1 og 2 publiceret, mens artikel 3 er under fagfællebedømmelse og artikel 4 er antaget til publicering. Artiklerne er fordelt som følger:

Artikel 1: "VÆGGEN: digitale, interaktive oplevelser i et byrum"

Udgivet i den fagfællebedømte antologi *Det interaktive museum* (2011). Drotner, K., Weber, C. P., Larsen, B. A., & Løssing, A. S. (Eds.). Frederiksberg C: Samfundslitteratur, (s. 79-101).

Artikel 2: "Extending Museum Walls. Reaching out with site-specific, digital, and participatory interventions"

Udgivet i det fagfællebedømte tidsskrift *Nordisk Museologi* (2012) nr. 1, s. 35-55.

Artikel 3: "Scaffolding the Next Wave of Digital Visitor Interaction in Museums"

Indsendt til udgivelse i det fagfællebedømte tidsskrift *The International Journal of the Inclusive Museum* (2013). USA: Common Ground Publishing LLC.¹

Artikel 4: "Det medialiserede museum. Digitale teknologiers transformation af museernes formidling" Under udgivelse i det fagfællebedømte tidsskrift *Mediekultur* (2013), vol. 29 (54).

Artikel 1

Afhandlingens første artikel undersøger brugernes anvendelse og forståelse af VÆGGEN på baggrund af den første runde af brugerstudier fra sommeren 2010. Analysen bindes sammen af medieforsker Ida Engholms (2004) holistiske model til analyse af websteder, som dermed bruges som afsæt for andre teoriinddragelser og overvejelser om museale repræsentationsformer og den digitale museumsoplevelse, når den udspiller sig i et byrum. Artiklens erkendelsesinteresse er: Hvad motiverer brugernes anvendelse af og interaktion med digital formidling? Hvordan mødes et museums intentioner om at skabe inkluderende og interaktiv formidling af brugernes anvendelse og forståelse af samme? Målet er at afdække eventuelle mønstre, sammenhænge og/eller gentagne temaer, som bringes op af

¹ Artiklen fremstår, som den blev indsendt til det nævnte tidsskrift i forlængelse af konferencen *The Fifth International Conference on the Inclusive Museum*, august 2012. Jeg afventer fortsat peer-review og forventer at revidere og omskrive artiklen herefter.

brugernes første interaktion med VÆGGEN og folde disse ud i forhold til nogle bredere overvejelser om beskaffenhed og tiltrækningskraft af et digitalt, interaktivt medie og dets kulturhistorisk indhold.

Artikel 2

Artikel 2 er en analyse af, hvordan den medieskabte brugerdeltagelse flytter på kategorier som udstilling, museum, genstand og betragter, når publikum bliver medskabere af den kulturhistoriske fortælling. Det teoretiske afsæt er de teoretisk-politiske forestillinger og ideologier, der ligger bag outreach – i artiklen fortolket bredt som brugerinddragelse, deltagelse og inklusion (bl.a. Cameron & Robinson 2007; Frost 2010; Simon 2010). Artiklens mål er todelt, idet den første del udforsker de betydningsdannelser, der opstår i interaktionen mellem brugere, byrum og digitaliseret kulturarvsmateriale, mens den anden og tungeste del af artiklen undersøger brugernes relation til det brugergenererede indhold, de møder i VÆGGEN. I dette møde aktualiseres spørgsmålene: Hvordan redefineres kategorier som besøgende, museum, lægmand og ekspert, når alle i princippet kan deltage i kulturarvsfortællingen? Hvilke nye betydninger og viden om museernes samlinger kan opstå, når brugernes uploadede materiale går i dialog med museets? Hvordan udfordrer det med andre ord museet ontologisk og epistemologisk, at brugerne kan interagere in-situ med kulturarven og inviteres til at deltage med indhold?

Artikel 3

I artikel 3 føres en række design-funktionelle perspektiver fra artikel 1 videre, men udbygges med afsæt i blandt andre computerteoretiker Donald A. Norman (1999) og socialsemiotiker Gunther Kress (2004, 2010) i en mere designteoretisk analyse af afsender-/modtagerforholdet i grafisk design. Artiklen spørger til, hvordan brugerne aflæser, forstår og interagerer med et digitalt design, og hvad museerne fremadrettet kan lære af denne interaktion? Artiklen viser, at design på museer – som ethvert andet "sprog" – må bygge på koder, der er forståelige. Det argumenteres, at såfremt et interaktivt museumsdesign er for komplekst, og hvis det ikke i tilstrækkelig grad bygger på et genkendeligt grafisk formsprog, kan der opstå problemer i brugernes reception og anvendelse af designet, hvilket ultimativt skaber hindringer for brugernes adgang til og oplevelse af det kulturhistoriske indhold. Derfor afsluttes artiklen med at foreslå en ramme, der sigter mod at skabe en for brugerne klarere struktur i interaktive designs. Artiklen kan ses som et kritisk indspark til en debat, som stadig i overvejende grad forholder sig relativt ukritisk til de problematikker, som digital museumsformidling også rejser.

Artikel 4

Med afsæt i den påstand at museumsformidlingen per se har undergået en medialiseringproces, undersøges det i artikel 4, hvilken indflydelse medialiseringen udøver på hidtil kendte relationer mellem museum, samling og bruger: Hvad sker der med vante repræsentations- og receptionsformer af museernes samlinger, når museumsformidling bliver digital? Hvilke muligheder og dilemmaer rejser mediernes anderledes potentialer for dialog og virtuel tilstedeværelse for museerne og for museernes brugere? Med analytisk afsæt i kulturpolitiske og museumsteoretiske diskurser om digital formidling diskuterer artiklen en række af de muligheder og dilemmaer, som anvendelsen af digitale teknologier rejser i museernes formidlingspraksis. Den teoretiske ramme tegnes af et felt af danske og internationale medieforskere: Stig Hjarvard (2008), Jens F. Jensen (1997), Friedrich Krotz (2005, 2007), Sonia Livingstone (2006, 2009), Winfried Schulz (2004) m.fl. Artiklen er således en perspektiverende artikel, idet den fra et mediesociologisk perspektiv undersøger, hvordan digitaliseringen og

medialiseringen af samfundet generelt og af museet specifikt ses udmøntet i en forandret museumsoplevelse, hvor begreber som brugeroplevelse, interaktivitet og deltagelse er blevet centrale.

Artiklerne har forskelligt fokus, og, som det fremgår, er meget af den anvendte teori integreret direkte i analyserne, hvilket betyder, at teoretiske perspektiver i vidt omfang diskuteres i umiddelbar tilknytning til den empiri, som gør teorien relevant. Afhandlingens casestudie af VÆGGEN behandles særligt i afhandlingens artikel 1, 2 og 3, mens problemstillinger, som det empirisk-teoretiske og analytiske arbejde med VÆGGEN har rejst, bredes ud og diskuteres i artikel 4. Artiklerne følger efter afhandlingens indledende redegørende tekst. De er nummereret og vedlagt i kronologisk rækkefølge, og deres formatering følger standarderne for de respektive udgivelsessteder, hvor de er publiceret og/eller indsendt med henblik på publicering. Arbejdet med en antologisk afhandling har ansporet til nogle særlige metodisk-teoretiske overvejelser og refleksioner, som afdækkes i det følgende.

Fordele og ulemper ved den antologiske afhandling

Arbejdet med en afhandling i antologisk form medfører både fordele og ulemper. Fordelene er, at man får publiceret dele af sine resultater undervejs. Man får løbende feedback på sit arbejde i form af fagfællebedømmelser fra højt kvalificerede fagfæller og redaktører. Man får kendskab til og opbygger erfaring med artikelgenren som videnskabelig disciplin.

Samtidig indebærer den antologiske form dog også risikoen for at stå med et slutprodukt, der fremstår mere eklektisk og heterogent end den monografiske afhandling. Forskningsspørgsmål og erkendelsesinteresser flytter sig i takt med, at det empiriske, teoretiske og erkendelsesfilosofiske arbejde skrider fremad. Resultaterne af en artikel, der blev publiceret i ph.d.-forløbets første fase, repræsenterer ikke nødvendigvis de samme indsigter som de, der blev publiceret i projektperiodens slutfase – eller eventuelt først efter ph.d.-afhandlingens indlevering. Her kan man dog på samme tid argumentere for, at udviklingen i artiklernes teoretiske og analytiske indhold repræsenterer den proces, som ph.d.-forløbet også er.

For mit eget vedkommende har det, særligt i slutfasen, hvor en stor del af skrivarbejdet lå, skabt grobund for både bekymring og frustration: Kom jeg dybt nok ned i stoffet? Ville artiklernes analyser give mening til slut? Er vinklerne, metoderne, teorierne og analyserne for divergente, når det endelige arbejde gøres op, og artiklerne fremstilles som én afhandling? De fleste tidsskrifter tillader kun artikler af 5.000-8.000 ord i omfang, hvilket bevirker, at man ikke kan udfolde teoretiske begreber og analytiske modeller i samme kronologiske og kontinuerlige form, som formen i en monologisk afhandling tillader. Samtidig er artiklerne typisk udformet, så de imødekommer udgiverstedets tematiske og formmæssige krav. Yderligere kan indsigter, der opnås senere i projektet, ikke korrigeres i allerede publicerede artikler.

Alligevel mener jeg, at netop den antologiske form har været kompatibel med opbygningen af mit eget projekt, hvor omdrejningspunktet er et casestudie af et digitalt projekt, der er i kontinuerlig udvikling. VÆGGEN repræsenterer en relativ ny og eksperimenterende tendens inden for museumsformidlingen, og det har bl.a. gjort det relevant at publicere løbende. Risikoen for inkonsistens og heterogenitet ved artikelformen kan vendes til noget positivt, hvis man betragter den som en mulighed for at vise det fremadskridende forløb, som et forskningsprojekt også er. Forskning består jo netop i modsætninger og paradokser og i at lede efter (menings)sammenhænge. Formålet med den antologiske afhandlings sammenfattende redegørelse er da også både at tydeliggøre processen og skabe sammenhæng i projektet. Det, som i særlig grad binder mit projekt sammen, er de empiriske undersøgelser af brugerne ved VÆGGEN. Indsigterne herfra danner grobund for analyse igennem alle fire artikler.

2. Danske museer i kulturpolitisk kontekst

Formidling er et område, der er præget af en stadig udvikling. Den teknologiske udvikling og befolkningens efterspørgsel efter tidssvarende, fængende formidling ændrer sig hele tiden (Kyed et al. 2006: 20). Det er vigtigt, at museerne forholder sig til brugernes oplevelser for at kunne kommunikere med publikum på en måde, som kan skabe gode oplevelser af kunst, kultur- og naturarven (Kyed et al. 2006: 82).

I Danmark udgør museumspolitikken det lovgivnings- og forvaltningsmæssige system, som sætter rammer og udstikker retningslinjer for, hvad der med den danske kulturhistoriker Beate Knuth Federspiels ord "bør gøres i forhold til det område, normsætningen retter sig imod" (Federspiel 2012: 6). Museernes digitale prioriteringer på formidlingsområdet har derfor også rod i det kulturpolitiske felt. Kapitlet her sætter fokus på de kulturpolitiske rammer, som de danske statsanerkendte museer agerer i, med henblik på at klarlægge baggrunden og præmisserne for museernes digitale virke. Det skal identificeres, hvordan museer og deres formidlingsmæssige ansvar defineres og fortolkes i museumsloven og den kulturpolitiske diskurs, fordi de antagelser og anbefalinger, der her er fremherskende, driver kulturministeriets støtteordninger og dermed den praktiske implementering af digital formidling på museerne. Min påstand i den forbindelse er, at der er sket forskydninger i museums- og formidlingsforståelsen, som i dag kædes sammen med digitale teknologier og forestillinger om, hvad digital formidling kan tilbyde museumsbrugerne i form af særligt bedre kulturarvsoplevelser. Afhandlingens museumspolitiske afsæt introduceres også i artiklerne 1, 2 og 4 og for at minimere gentagelser, har dette kapitel primært til formål dels at udbygge påstanden om formidlingsbegrebets transformation, dels at give en summarisk introduktion til det digitale formidlingsbegreb som kan identificeres i den danske kulturpolitik på museumsområdet.

Danske museer hører ind under Kulturministeriet og administreres af Kulturstyrelsen (før januar 2012: Kulturarvsstyrelsen). På den baggrund er det relevant at skitsere en række af de ministerielle initiativer, der på forskellig vis har betydning for de danske museers praksis på det digitale felt. Museer er ikke stabile størrelser; de transformerer sig i takt med samfundet og de ideologier, der her er styrende (Hooper-Greenhill 1992; Duncan & Wallch 2004; Sæter 2004). Museer er med andre ord konstruktioner, hvis kulturelle og sociale betydning, rolle og ansvar ændrer sig over tid. Som kapitlet her påpeger, formuleres denne museumskonstruktion også i og med den politiske debat, ligesom der her italesættes og konstrueres forestillinger om brugerne og om, hvad digitale virkemidler kan bidrage med i forhold til de målsætninger, der formuleres fra politisk hold. I afhandlingen holdes et relativt snævert fokus på kulturministerielle rapporter og undersøgelser udgivet siden 2006, dvs. inden for rammerne af Kulturministeriets formidlingsplan fra 2007-2010 (Mikkelsen 2006), som fulgte efter rapporten *Udredning om museernes formidling* fra 2006, fordi der heri kan identificeres en ny linje i diskursen om museernes kulturarvsformidling, som kædes sammen med forestillinger om inddragelsen af digitale værktøjer og brugeroplevelsen.

Forskydninger i museumsforståelsen

Digitaliseringen af kulturarven har generelt haft praktiske konsekvenser for museerne siden en revision af museumsloven fra 1984, hvori der blev stillet krav om digital registrering af kulturarven. Opmærksomheden mod digitalisering er fortsat op gennem 1990'erne og i begyndelsen af det nye

årtusinde, hvor formidlingsaspektet samtidig er kommet til at fylde stadig mere i forhold til museernes øvrige lovfæstede forpligtelser (Lund 2009; Christensen 2007, 2009). I den forbindelse er det naturligvis vigtigt, forsøgsvis i hvert fald, at holde begreberne adskilt: i Kulturministeriets rapport *Digitalisering af kulturarven* (Kulturministeriet 2009: 4) tales der med "digitalisering" om konverteringen af analogt kulturarvsmateriale til digital form. Det vil sige, at når et museum fx skanner et fotografi fra sit analoge billedarkiv eller tager et billede af en arkæologisk genstand og derved skaber en digital kopi, så er der tale om digitalisering. Begrebet "formidling", derimod, konkretiseres ikke, omend det igennem hele rapporten, samt i andre kulturministerielle sammenhænge i øvrigt (fx. Kyed et al. 2006; Mikkelsen 2006), sættes i umiddelbar sammenhæng med og forlængelse af de beskrevne initiativer til kulturarvsdigitalisering. Ifølge Den Danske Betydningsordbog (2013) betyder "formidling":

1. det at give eller viderebringe oplysninger og erfaring, fx forskningsresultater, pristilbud og anden form for information eller hjælp, hvorved man fungerer som mellemmand
2. det at viderebringe oplysninger og erfaringer verbalt eller skriftligt, herunder formulere eller fremstille det på en måde, så modtageren forstår og er i stand til at anvende det²

I samme ordbog defineres "digitalisering" i lighed med Kulturministeriets udlægning som "omformning af analoge data til digital form" (Den Danske Betydningsordbog 2013)³. Det ses heraf at, hvor digitalisering refererer til selve den praktisk-tekniske handling, hvorved analogt materiale gøres digitalt, lægges der i begrebet formidling vægt på den brugerrettede tekstlige og visuelle fortolkning og viderebringelse. Digitalisering kan således ikke umiddelbart sidestilles med digital *formidling*, i hvert fald ikke når der tages udgangspunkt i ordbogens definition af de to begreber. En hurtig gennemgang af de kulturministerielle rapporter på digitaliserings- og formidlingsområdet (Kyed et al. 2006; Kulturministeriet 2003, 2009; Moos & Lundgaard 2009, 2010) viser, at der ingenlunde anvendes én fast defineret begrebsterminologi, og det kan komplicere forståelsen af, hvad der helt præcist refereres til, og hvordan begreberne kan holdes adskilt. Som den danske kulturarvsforsker Niels D. Lund påpeger, har der dog fra starten været en sammenkædning af statens digitaliseringsstrategier og museumsformidlingen:

Statens generelle IKT-politiske strategier blev i Kulturministeriet omsat til handlingsplaner på kulturområdet, i 1995 således: '(...) elektronisk kulturformidling skal supplere spredningen af kulturoplevelser og viden herom. Alle kulturinstitutioner bør efterhånden indgå i et sammenhængende elektronisk netværk med adgang for borgerne til elektroniske kulturelle serviceydelser' (Kolding Nielsen 2005: 300 cit. in Lund 2009: 28).

Med etableringen af Kulturarvsstyrelsen i 2002 blev arbejdet med digitaliseringen af hele kulturområdet (arkiver, biblioteker og museer) samlet under en ministeriel styrelse (Lund 2009: 29). Ifølge museumsloven fra 2001 (revideret 2006) er danske statsejede og statsstøttede museers⁴ hovedopgaver

² Den Danske Betydningsordbog (2013): <http://www.ordbogen.com/opslag.php?word=formidling&dict=auto#ddbo>

³ <http://www.ordbogen.com/opslag.php?word=digitalisering&dict=auto#ddbo>

⁴ I begyndelsen af 2013 var der i alt 108 statslige og statsstøttede museer i Danmark, som var omfattet af museumsloven. Antallet af museer bliver mindre, fordi flere museer fusionerer i disse år. Museer falder i tre hovedkategorier: kunsthistoriske, kulturhistoriske og naturhistoriske museer og fordeles herunder yderligere efter emne- og indhold. Hver type har sit hovedmuseum (hhv. Statens Museum for kunst, Nationalmuseet og Statens

fordelt på fem søjler, idet de har pligt til at indsamle, registrere, bevare, forske i og formidle dansk kunst, kultur- og naturarv⁵ (herefter i afhandlingen sammenfattet under betegnelsen "kulturarv").

En nærmere indkredsning af, hvordan et museum overhovedet defineres i kulturpolitisk forstand, viser, at museumsbegrebet har ændret betydning gennem de seneste år. På internationalt plan er International Council of Museums (ICOM) under UNESCO det organ, som der også i Danmark skeles til i forbindelse med museumslovens præcisering af museumsbegrebet. ICOM's museumsbegreb er blevet revideret og omformuleret syv gange siden den første definition i 1946 til i 2007 at præcisere, "at et museum ikke blot skal være en for publikum tilgængelig samling; det skal også virke i offentlighedens interesse" (Christensen 2007: 9). Samtidig er begrebet blevet udvidet, således at et museum nu også kan inkludere biblioteker og arkiver, science centre, naturreservater, arkæologiske og etnografiske monumenter og anlæg, botaniske og zoologiske haver, akvarier, terrarier mv.⁶ Museumsbegrebets kontinuerlige politiske omformulering åbner op for, at eksisterende ansvarsområder kan vægtes anderledes, og at nye begreber kan få plads i forbindelse hermed. Det er det digitale formidlingsbegreb et konkret eksempel på.

Formidlingsbegrebet: en flydende betegner

Særligt den vidde og elasticitet, der kan lægges i definitionen af "digital kulturformidling", er interessant i lyset af begrebets hyppige anvendelse. Digital kulturformidling er ifølge Lund "blevet et mantra" (Lund 2009: 21), der fremhæves i politisk-strategiske sammenhænge og behandles fra forskellige faglige vinkler, men som han samtidig påpeger, defineres begrebet relativt bredt og åbent:

Der er ingen enkle eller entydige definitioner af formidling. Ordet ses alment brugt som delvis synonymt med eller afgrænset i forhold til: information, orientering, kommunikation, tilgængeliggørelse, undervisning, faglig popularisering, service, markedsføring, læring etc. og med både psykologiske og sociale dimensioner i forståelsen af formidling som mellemledsfunktion og forbindelsesproces. I nyere teoretiske diskussioner samler perspektiver og prioriteringer sig om dialog og gensidig kommunikation frem for envejspåfyldning, om aktiv deltagelse frem for passiv modtagelse samt om inddragelse af emotionelle aspekter – oplevelse, identifikation, inspiration, udfordring – frem for primært kognitive (Lund 2009: 21).

Naturhistoriske Museum). I museumsloven skelnes mellem de statslige museer, som har bevillinger på finansloven, og de statsanerkendte museer, som får tilskud ud fra en lang række betingelser (opstillet i § 14) og efter faglig bedømmelse fra Kulturstyrelsen.

⁵ Om danske museers formål se yderligere Museumsloven kap. 1, § 2. Den 19. december 2012 vedtog folkettingen en række ændringer til museumsloven, som trådte i kraft d. 1. januar 2013. Da hovedparten af mit projekt er udført før 2013, refererer jeg her til den tidligere museumslov fra 2001 med ændringer fra 2006. I forhold til mit projekt er det dog interessant at bemærke om den nye museumslov, at hvor museerne under Kapitel 1 stk. 2 om museernes formål tidligere skulle gøre "samlinger og dokumentation tilgængelig for offentligheden" (pkt. 4), formuleres det nu i den nye lovændring under samme kapitel, at museerne skal "aktualisere viden om kultur- og naturarv og gøre denne tilgængelig og vedkommende" (pkt. 1) samt "udvikle anvendelse og betydning af kultur- og naturarv for borgere og samfund" (pkt. 2). Der stilles altså nu fremadrettet krav om, at formidlingen også skal være "vedkommende", og den før brede fællesbetegnelse "offentligheden" er indkredset til at være for "borgere og samfund".

⁶ ICOM's seneste museumsdefinition fra 2007 lyder: "A museum is a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment" (<http://icom.museum/the-vision/museum-definition/>).

Formidlingsbegrebets elasticitet og flydende indhold kan sammenlignes med andre begreber, herunder "kulturarv" og "oplevelse", der, ligesom "digitalisering" og "formidling", ofte trækkes ind og sammenkædes i den museumspolitiske diskurs på området. I artiklen "Kulturarv – et begreb til forhandling" (2012) følger og analyserer Federspiel kulturarvsbegrebets forskellige og forandrede værdi- og betydningstilskrivninger gennem det internationale og nationale kulturpolitiske system i sidste halvdel af 1900-tallet. Med diskursanalytisk reference til begrebets skiftende indhold demonstrerer hun, hvorledes "kulturarv" er en "flydende betegner", dvs. et begreb, der i høj grad er til forhandling, og hvis betydningsindhold forskellige interessenter kæmper om at udfylde. Det er en betragtning, som kan udvides til at omfatte de begreber, kulturarven ofte sættes i forbindelse med i den aktuelle og officielle politiske diskurs.

At museumsopfattelsen og de dertil tilknyttede begreber som "formidling", kulturarv" og "oplevelse" ændrer indhold i takt med transformationen af samfundet, dets institutioner og fremherskende ideologier, er der for så vidt intet nyt i. Det interessante er den betydning, som begreberne tillægges i den kulturpolitiske museumsfortolkning og i lovgivningen, fordi det har en konkret betydning for museernes brugerrettede praksis. Den danske diskursanalytiker Lars Kjerulf Petersen påpeger om sådanne politiske dokumenter, at:

Hvis vi kigger på et korpus af tekster fra en offentlig myndighed, så skaber de verden ved at sætte forordninger, ordrer og beslutninger ind i den, og samtidig afspejler de en – forudgående og eksisterende – institutionel opbygning og diverse underliggende opfattelser, bl.a. af forholdet mellem borger og myndighed" (Petersen 1998: 3).

Det er en vigtig betragtning også i forhold til den museumspraktiske virkelighed.⁷

Fra dannelse til oplevelse

I en analyse af hvordan museumslovens udstukne ansvarsområder fortolkes og praktiseres på museerne, forklarer den danske museumsforsker Hans Dam Christensen: "I balancen mellem de fem museumssøjler – indsamling, registrering, bevaring, forskning og formidling (jf. Den danske museumslov, 2001) – er formidlingsaspektet blevet betydeligt tungere i de seneste år" (Christensen 2009: 100).

Relateret til min indledningsvis fremsatte påstand om formidlingsbegrebets transformation er det væsentligt at bemærke, at samtidig med at museernes formidlingsansvar vægtes tungere, forandres også formidlingsbegrebets *indhold* med museumslovens ændring i 2001. Således påpeger Christensen, hvorledes museernes formidling for første gang kædes sammen med begrebet "oplevelse" i beskrivelsen af museernes samfundsmæssige rolle og ansvar i de "almindelige bemærkninger" til lovforslaget:

Det er en målsætning, at kunstmuseerne og de kultur- og naturhistoriske museer skal videreudvikle rollen som videns- og oplevelsescentre, der bidrager til samfundets uddannelsesmæssige og kulturelle udvikling. Museerne medvirker for eksempel til at gøre kulturarven nærværende for børn og unge, og på denne måde spiller museernes virksomhed sammen med målsætningerne på uddannelsesområdet og det børne- og

⁷ Uagtet at det ikke her har været hensigten at foretage en større kulturpolitisk diskursanalyse, kunne man hævde, at det slet ikke ville være muligt at "kigge på" et med Petersens ord stort "korpus" af tekster, eftersom det lov- og forvaltningsmæssige grundlag, der vedrører digital formidling, er relativt tyndt og fra en historisk kort periode. Sammenholdt med den indledningsvis nævnte massive satsning på digital formidling, der finder sted på museerne i disse år, kan det relativt "tynde" kulturpolitiske vidensgrundlag overraske.

ungdomspolitiske område. Endvidere har museernes formidling af kunsthistorien og kultur- og naturarven afgørende betydning for befolkningens forståelse af Danmarks kultur og det danske samfunds samspil og samhørighed med verdenssamfundet og verdens kulturer. Museernes udvikling til *moderne videns- og oplevelsescentre* er således et vigtigt led i udviklingen af et samfund med kulturel mangfoldighed (Almindelige bemærkninger 2001 cit. in Christensen 2007: 5. Min kursivering).

Den danske museumsforsker Dorte Skot-Hansen argumenterer ligeledes på baggrund af en udredning af en række kulturpolitiske dokumenter for, at oplevelse er blevet en del af den statslige kulturpolitik (Skot-Hansen 2009: 49): "Museer ses nu ikke kun som institutioner for oplysning og dannelse, men også i højere grad som oplevelsescentre og attraktioner" (Skot-Hansen 2009: 50). Skot-Hansen påpeger endvidere i forbindelse med en større oplevelsesøkonomisk analyse af de danske museer, at de danske statsstøttede og statsanerkendte museer "oplever et stigende pres fra andre, mere kommercielle oplevelsestraditioner, fra politikere, der kræver synlighed, og fra et publikum, der i stigende grad bliver forvænte med engagerende og sansepirrende oplevelser" (Skot-Hansen 2008: 10). Museerne bevæger sig altså på en knivsæg i balancen mellem at opfylde deres lovfæstede forpligtelser og at være "oplevelsesmættede attraktioner" (Skot-Hansen 2008: 10). I forhold til min egen argumentation om formidlingsbegrebets forandring er det nemt at se, hvordan digital formidling spiller en vigtig rolle i denne målsætning og udvikling, fordi det digitale netop associeres med interaktivitet, leg, underholdning, levendegørelse, deltagelse m.m. – en pointe, der udbygges i afhandlingens teorigennemgang i kapitel 4 samt i artikel 3.

At museerne i stigende grad udfordres af konkurrencen fra andre oplevelsestilbud, medfører, at museerne nu opererer med et nyt dannelsesbegreb, "hvor den klassiske modsætning mellem oplysning, viden og oplevelse ophæves i nye formidlingsformer, der i højere grad tager udgangspunkt i forskellige befolkningsgruppers forudsætninger" (Skot-Hansen 2009: 59). Det nye dannelsesbegreb ses først introduceret i Kulturministeriets rapport *Udredning om museernes formidling* (2006), hvor brugernes oplevelse bliver det centrale – en transformation, der netop skal findes i den digitale formidling:

En konsekvens heraf er blandt andet, at man nemt kan forestille sig formidlingsformer, som ophæver den klassiske modsætning mellem oplevelse og vidensformidling, ganske enkelt fordi en ny internetbaseret kultur har sat nye normer for videnstilegnelse og oplevelse og forholdet herimellem (Kyed et al. 2006: 10).

Oplevelse er således i lighed med formidling blevet et centralt begreb i forestillingen om museernes brugerrettede rolle og formidling, og i den officielle kulturpolitiske diskurs kædes oplevelsesdimensionen, eller hvad man kan kalde "den gode oplevelse", ofte sammen med digital formidling.

Afhandlingens forskningsspørgsmål blev fremsat med afsæt i den påstand, at der mangler kvalitative undersøgelser, som kan begrunde kulturpolitiske og museumsteoretiske formodninger om digital formidling. Kulturministeriet har lavet flere rapporter, der har til hensigt at undersøge og udrede det digitale museumslandskab i Danmark, men konkrete kvalitative brugerundersøgelser er kun gennemført i rapporten *Museernes webbrugere – en brugerundersøgelse af museernes hjemmesider* (2010).⁸ Det vil faktisk sige, at formidlingsplanens lancering i 2007 skete uden konkret kvalitativ viden

⁸ Hertil kommer rapporten *Digital formidling i brugerperspektiv* (Løssing 2009), som angiver en række best practice eksempler fra forskellige museer i Danmark.

om de brugeres ønsker og forventninger til digital formidling, man med planens realisering bl.a. søgte at nå. Man kan på den baggrund hævde, at der fortsat hersker en lang række formodninger om, hvad det digitale kan, som i virkeligheden ikke er efterprøvet, bl.a. fordi metoderne, der hidtil er anvendt, ikke er tilstrækkelige til at give et fuldt billede over, om digital formidling rent faktisk også realiserer målsætningerne om at nå brugerne på bestemte måder (se også Heath & Lehn 2008; Olsson & Svensson 2013).⁹ Hvad den "gode digitale oplevelse" med andre ord er for brugerne, mangler der stadig viden om.

Diskursen, hvori de kulturpolitiske antagelser om den digitale formidling formuleres, skal bemærkelsesværdigt nok ikke findes i selve museumslovteksten.

Den gode oplevelse er digital

Museumsloven fra 2001 (rev. 2006) udstikker – interessant nok – ikke konkrete retningslinjer for museernes vægtning af de fem beskrevne ansvarsområder; ej heller for museernes digitale formidling. Faktisk er ordet "digital" ikke nævnt en eneste gang i lovteksten. Alligevel lå formidlingsaspektet til grund for lovarbejdet og affødte den omfattende rapport *Udredning om museernes formidling* (Kyed et al. 2006). Når denne rapport findes særlig relevant at referere til i nærværende afhandling, er det, fordi rapporten var et vigtigt grundlag for folketingets arbejde med revisionen af museumsloven i 2006. Rapporten, der på Kulturministeriets anmodning blev udarbejdet af ledende personer på museumsområdet, angiver en handlingsramme for museernes fremadrettede formidling. Den mundede ud i Kulturministeriets formidlingsplan (Mikkelsen 2006) for museerne og har affødt en række brugerundersøgelser, programmer og støtteordninger, der har haft betydning for den praktiske implementering af digital formidling på statsejede og statsstøttede museer igennem de seneste år.

Navnlig rapporten om museernes formidling afslører, at det digitale formidlingsbegreb her begyndte at spille en særlig væsentlig rolle i forestillingerne om, hvordan museerne skal opnå museumslovens angivne mål om at gøre "samlinger og dokumentation tilgængelig for offentligheden" (Museumsloven: kapitel 1, stk. 2, pkt. 4). I en søgning på ordet "digital" i *Udredning om museernes formidling* indgår ordet i forskellige konstruktioner og betydningsammenhænge i alt 93 gange i den 186 sider lange rapport. En hurtig gennemgang af disse konstruktioner afslører, at ordet "digital" sættes sammen med "formidling", "tilgængelighed", "museumsbesøg", "undervisningsressourcer", "interaktivitet", "platforme til videndeling", "design", "medier", "udstillingsformer", "virtuelle samlinger", "dialog mellem brugerne" og "integration mellem fysisk og digitale tilbud". Rapporten understreger, at netop den digitale formidling skal "forny institutionens rolle og forholdet til borgerne i

⁹ Intentionen er ikke her at give en dybere metodekritik, men en række af Kulturministeriets brugerundersøgelser (bl.a. Den nationale brugerundersøgelse fra 2010) bygger på Gallup Kompas, som er en segment-model, der primært er udviklet til, og ofte anvendes i, markedsføringsstrategisk øjemed. Modellen, som ud fra 32 værdier inddeler (for)brugeren i 9 segmenter eller forbrugeridentitetstyper, er blevet kritiseret for at være reduktionistisk og upræcis (se fx Henrik Vejlgård 2004, *Forbrug i designersamfundet*). Den canadiske medieprofessor Mark Raboy rejser en lignende kritik af særligt kvantitative brugermålinger, evalueringer og statistiske konstruktioner af publikum. Han påpeger, at de forskellige logikker, der driver og ligger bag forskellige virksomheds- og institutionstyper, burde lægge til grund for forskellige præmisser i evalueringen af brugernes behov (Raboy cit in. Olsson & Svensson 2013: 48). Fra et konstruktivistisk perspektiv (som afhandlingen her anlægger) tager kompasundersøgelser ikke højde for dette omskiftelige forhold, men placerer brugere i en fast livsramme, som de forventes at holde sig inden for i alle livets relationer. Et eksempel på en metode, som i stigende grad anvendes, også af Kulturstyrelsen, er John Falks opdeling af museumsbrugere i brugertypologier. Med baggrund i mange års forskning i museumsbrugere forklarer Falk i bogen *Identity and the museum visitor experience* (2009), hvordan brugerne kan indtage mange forskellige roller eller identiteter i et museumsbesøg, og at rollen, man som museumsbruger indtager under et givet besøg, afhænger af mange forskellige faktorer, fx hvem man er sammen med, og hvad intentionen og formålet med det konkrete besøg er.

formidlingen af kulturarven, hvilket kan være et redskab til at få nye brugergrupper i tale” (Kyed et al. 2006: 116). Ligeledes nævnes, at det digitale kan betyde ”mere brugerinvolvering og mere individualiseret formidling, som giver flere muligheder for brugerne og større mulighed for at brugeren kan forfølge personlige interesser” (Kyed et al. 2006: 118). Rapporten slutter af med at understrege, at ”der bør sættes øget fokus på museernes digitale formidling, fordi internettet ikke bare rummer store muligheder for at tilgængeliggøre materiale, men også muligheder for at formidle differentieret, engagerende og brugerinvolverende på nye måder og på tværs af institutionsgrænser” (Kyed et al. 2006: 119).

Hvor det digitale altså kædes positivt sammen med kvaliteter som interaktivitet, leg, underholdning, levendegørelse og deltagelse i et omfang, at sådanne italesættelser nærmest er blevet ”et mantra” for at citere Lund (2009), stilles der tilsyneladende kun få eller ingen kritiske spørgsmål til en eventuel mangel på kvalitet eller på dybden af den kulturarvsoplevelse, som det digitale vel også kan afføde. Er oplevelsen og formidlingen med andre ord altid god, så længe den bare er digital? Man efterlades til dels med det indtryk i den nuværende politiske diskurs og til dels også i den museumsteoretiske litteratur, som jeg skal udrede nærmere i kapitel 4, hvor der dog for nylig er begyndt at komme et mere teknologikritisk fokus på den digitale formidling (bl.a. Gammon & Burch 2008; Heath & Lehn 2008, 2010; Keitel 2010).

Som jeg fra en bredere mediesociologisk vinkel diskuterer i afhandlingens artikel 4, er det klart, at digitalisering og medialisering af museernes formidling ikke kan anskues ud fra et politisk ønske alene, men også må ses i lyset af mere overordnede samfundstransformerende processer, som tvinger museerne til at kommunikere på nye platforme, hvis de vil følge med brugerne. Skot-Hansen (2008) argumenterer i øvrigt i lighed hermed for, at oplevelsesorienteringen må ses i et bredere lys, hvor kravet om øgede publikumstal og brugerrettethed ikke blot kan ses som tendenser til markedsorientering og oplevelsesøkonomi, men også må ses som et led i en generel demokratiseringsproces, der bygger på, at alle skal have adgang til kulturen. For at statsstøtte og andre offentlige udgifter til museerne kan legitimeres, må museerne nyde opbakning fra en bred gruppe af befolkningen, og netop derfor ”må museerne arbejde bevidst med deres oplevelsesorientering” (Skot-Hansen 2008: 61).

Kapitlet har argumenteret for, at museernes digitale formidling af kulturarven tillægges værdier og forestillinger om, hvad en sådan formidling kan give brugerne af oplevelser i form af bl.a. viden, dialog, deltagelse og interaktivitet. Det er væsentligt her at slå fast, at ”digitalisering”, ”digital formidling” og deres associerede begreber ikke anvendes som normative begreber i afhandlingen, dvs., de skal ikke forstås negativt – at fx kulturarven eller formidlingen digitaliseres. De forestillinger, som den politiske museumsdiskurs sætter i verden, har imidlertid en betydning for deres praktiske eksekvering på museerne, eftersom museumsloven og kulturpolitikken skaber rammerne for museernes formidlingspraksis. På den baggrund anvendes de gennem afhandlingen til at danne afsæt for kontekstualisering af et konkret digitalt formidlingsinitiativ, og dettes praktiske modtagelse hos brugerne.

3. Afhandlingens case: Københavns Museums VÆGGEN

I kapitlet her introduceres afhandlingens case, Københavns Museums VÆGGEN, samt den museumsinstitutionelle kontekst, som VÆGGEN er udsprunget af. Det skal tydeliggøres, hvordan Københavns Museums formidlingsstrategi, som VÆGGEN er en del af, kan forstås på baggrund af et samtidigt kulturpolitisk og praktisk-teoretisk museologisk grundlag, der vedrører digital museumsformidling, og som beskrives i afhandlingens redegørende teksts kapitel 2 og 4. Samtidig skal kapitlet redegøre for museets intentioner med VÆGGEN og tankerne for den brugerinteraktion, som man har ønsket, at VÆGGEN skal generere. Digitalisering og kulturpolitisk støtte til implementering af digitale teknologier i museernes formidling har – som jeg allerede i det foregående afsnit har argumenteret for – afsæt i bestemte forestillinger om kvaliteten af den kulturarvsoplevelse, som digital formidling forventes at kunne tilbyde museumsbrugere. I dette kapitel udreder jeg nærmere, hvordan disse ideer er kondenseret ned i et konkret projekt, og jeg identificerer de mere konkrete målsætninger for brugerinteraktionen, der formuleres for projektet, med henblik på at kunne anvende disse som referencepunkt i den videre analyse af de brugerundersøgelser, som er foretaget i forbindelse med nærværende afhandling. Kapitlet handler altså med andre ord om at identificere afsenders intentioner og målsætninger for brugerinteraktionen for på det grundlag at kunne analysere modtagernes anvendelse og reception. Jeg indleder kapitlet med en introduktion til museets hovedansvarsområder, hvor jeg redegør for museets udvikling og genstandsfelt i forhold til en samtidig teori om bymuseer. Derefter placerer jeg VÆGGEN inden for disse rammer, og jeg giver en nærmere beskrivelse af, hvad VÆGGEN egentlig er og kan (design, funktionalitet, navigation osv.). Kapitlet afsluttes med en kondensering af målsætningerne for VÆGGEN til brug for videre analyse.

Københavns Museum: historik, opgaver og ansvar

Københavns Museum er et statsanerkendt og statsstøttet kulturhistorisk museum, som ejes og drives af Københavns Kommune. Museet blev grundlagt som Københavns Bymuseum i 1901 på baggrund af en samling af fotos, kunst, genstande og interiører, der vedrører Københavns historie. I dag har museet til huse i Det Kongelige Københavnske Skydeselskabs tidligere palæ fra 1787, som ligger på Vesterbrogade i København. Museet samlinger er omfangsrige og udgøres i dag af arkæologiske vidnesbyrd, kunsthåndværk, brugsgenstande, malerier og billeder, der dokumenterer hovedstadens historie, udvikling og nutidige levevilkår. Også prominente københavnske enkeltpersoner er omfattet af samlingerne; bl.a. indgår møbler, smykker, portrætter og tegninger, der har tilhørt filosofen og forfatteren Søren Kirkegaard. Museet dækker i princippet alle perioder af Københavns historie, men tyngdepunkterne i Københavns Museums viden og formidling har traditionelt ligget omkring byens topografiske udvikling, omkring forvaltning og forsyning og omkring borgernes velfærd, sundhed og muligheder for medbestemmelse.

Københavns Museum har det arkæologiske ansvar for København og Frederiksberg kommuner og foretager historiske og etnologiske undersøgelser af såvel ældre som nyere tids københavnerhistorie. Desuden rummer museets billedarkiv flere hundrede tusinder fotografier, malerier, stik og tegninger. Museet har en skoletjeneste, som udbyder undervisningstilbud til folkeskole, HF- og gymnasieklasser samt VUC. Et af disse er VÆGGEN, et digitalt undervisningsforløb, hvor elever gøres til videreformidlere og fortolkere af Københavns kulturarv gennem brug af digitale og sociale medier. Udover skiftende særudstillinger, har museet en række forskellige formidlingstilbud, som fx byvandring, guidede

omvisninger, audiowalks, foredrag og forskellige events (Københavns Museum 2013). I løbet af det 20. århundrede er museets samlinger vokset, og bredden og dybden af Københavns Museums ansvarsområder og opgaver er blevet udvidet. Særligt gennem de seneste år er museet begyndt at redefinere sin rolle, både internt, i forhold til samlingerne, og eksternt, i forhold til offentligheden.



Fig. 1. Københavns Museum (foto: Københavns Museum)

Nye tider

...there is perhaps a greater recognition than before that city museums are dealing not just with city treasures, but with the lives of people and their interaction with each other and with their urban environment” (Jones 2008: 7).

Københavns Museum har siden 2008 gennemgået omfattende organisatoriske ændringer, som ikke mindst blev foranlediget af dels et ledesskifte, dels museets ansvar for de arkæologiske udgravninger i forbindelse med Københavns nye metrobyggeri, der blev påbegyndt i efteråret 2009. Udgravningerne, der er Nordens største byarkæologiske udgravninger til dato, præsenterede en unik lejlighed til at dokumentere, undersøge og fortolke hovedstadens historie fra præhistorisk tid til i dag. De gav mulighed for at profilere museet anderledes gennem direkte tilstedeværelse i byrummet og derved skabe synlighed i den offentlige bevidsthed. Samtidig blev udgravningerne – og formidlingen af udgravningerne – betragtet som en anledning til at evaluere museets identitet og den rolle, det kunne og burde spille i byen (Sandahl et al. 2011).

Ifølge den britiske byhistoriker Ian Jones har den stigende urbanisering og globalisering kaldt på en reevaluering af bymuseers rolle verden over (Jones 2008): For at bymuseer kan bevare deres aktualitet i en voldsomt forandret virkelighed, må de afspejle denne virkelighed – og det bør naturligvis tilføjes, at en sådan museal gentænkning ikke kun er forekommet på bymuseer, men snarere er og har været et fællesinstitutionelt vilkår for alle museer og kulturinstitutioner gennem de sidste årtier (fx Hooper-Greenhill 2000, 2004; Anderson 2004). I mange museer eksamineres fortiden i dag mere kritisk, og også følsomme og konfliktfyldte temaer er til debat i den dialektiske ramme, der skabes af museet (Jones 2008: 5; Ferguson 2010). Der er tale om et udvidet musealt genstandsfelt, hvor også samtiden, og ikke bare genstande og beretninger fra byens glørværdige fortid, bliver betragtet som indsamlingsværdige og

fortjener diskussion og opmærksomhed (Jones 2008: 4-8). I det nye bymuseum er der således sket en udvidelse fra at forstå byen som fysisk tilstedeværelse og sammensurium af definerende historiske begivenheder til også at inkludere personlige og samtidige perspektiver. Det er inden for denne teoretiske ramme, at udviklingen på Københavns Museum kan forstås.

Museets identitetsskifte blev tydeligst markeret i februar 2010, hvor museet skiftede navn fra Københavns Bymuseum (i folkemunde slet og ret Bymuseet) til Københavns Museum. Navneskiftet skulle repræsentere museets udvidede genstandsfelt og signalere, at museet var og er meget mere end et indsamlings-, bevarings- og udstillingssted for den topografiske og geografiske by. Københavns Museums nye målsætning er ifølge en formåls erklæring på museets nye hjemmeside, at "...være en kendt og respekteret kilde til hovedstadens historie og en relevant og nærværende platform for borgernes forskellige røster om dens nutidige livskvaliteter og dens valg for fremtiden" (Københavns Museum 2013). Dette skulle bl.a. realiseres gennem øget brugerinddragelse i indsamlings- og udstillingsprojekter og gennem en fornyelse af museets udstillinger, der brød med det tidligere kronologiske princip, som størstedelen af de gamle udstillinger var indrettet efter (Parby 2013: 199).¹⁰ Museumsinspektør Jakob Parby beskriver den nye strategi for museets formidlingspraksis på udstillingsområdet på følgende måde: Museet ville "forsøge at tematisere aktuelle emner og problemstillinger i byens nutid og nære fortid gennem et nyt udstillingsformat, hvor inddragelse af samtidskunst, historisk kontekstualisering, interaktivitet og personlige fortællinger, skulle styrke publikums mulighed for at relatere til og indgå i dialog med udstillingerne" (Parby 2013). I forbindelse med navneskiftet lancerede museet en helt ny visuel identitet med bl.a. en ny hjemmeside, hvor der – i kontrast til den gamle hjemmeside i øvrigt – informeres løbende og aktivt om museets mange nye tiltag og skiftende aktiviteter.

Som jeg skal vende tilbage til i næste kapitel i forbindelse med udredningen af afhandlingens teoretiske forankring, og som jeg diskuterer i artiklernes analyser, placerer Københavns Museum sig med denne nyformulerede, udadrettede rolle inden for et reelt museologisk paradigmeskifte, der i museumsteoretisk forstand omtales "den nye museologi". Paradigmeskiftet har medført, at der lægges vægt på kulturel diversitet og er fokus på, hvilket publikum og hvilke emner der skal adresseres inden for museets fire vægge såvel som udenfor (Vergo 1989; Larsen 2001; Ingemann & Larsen 2005; Hooper-Greenhill 2000; Anderson 2004, Macdonald 2006). Museet har derved også helt bevidst positioneret sig inden for de kulturpolitiske rammer, hvor kulturarven skal gøres tilgængelig for alle (Sandahl et al. 2011: 3).¹¹ VÆGGEN indtog en central plads i denne fornyelse af museet, og den blev betragtet som et middel til at imødekomme deltagelse og påbegynde fortolkning af byens kulturarv også fra offentligt hold.

¹⁰ Museet er engageret i flere outreach-projekter i lokalområdet, og det deltager i et medborgerskabsprojekt med otte andre kulturinstitutioner og museer med et af museets egne outreach-projekter om den københavnske bydel Sydhavnen. Museets outreach-projekter på Nørrebro og i Sydhavnen handler om at få unge københavnere, hvis liv og historier ofte ikke er repræsenteret på museet, til at bidrage med samtidsperspektiver på byen. Outreachprojekterne er tilknyttet VÆGGEN, hvortil de unges billedmateriale uploades. Dele af materialet indsamles – sammen med det øvrige brugergenererede materiale på VÆGGEN i øvrigt – med henblik på at skulle indgå i museets samlinger.

¹¹ Siden 2008 er besøgstallet på Københavns Museum steget. Der er endnu ikke lavet undersøgelser af præcis, hvad denne stigning skyldes, dvs., om det fx kan skyldes den øgede synlighed i byrummet. Køns- og aldersfordelingen af museets besøgende kendes heller ikke præcist. Overordnet reflekterer stigningen en generel tendens på danske museer, hvor besøgstallene har været stigende gennem de seneste år efter et årti med generelt faldende besøgstal. Alene fra 2010 til 2011 har syv ud af de ti mest besøgte museer i Danmark oplevet en stigning i besøgstallene (Danmarks Statistik 2013).

Hvad er VÆGGEN?

VÆGGEN er en 12 meter lang og to meter høj digital installation bestående af fire multitouch-skærme og to glasmontrer indrammet af en skibscontainer, som gør den modstandsdygtig over for hårdhændet byliv, vind og vejr. VÆGGEN blev udviklet i samarbejde med det new zealandske firma Gibson International og det danske grafiske designbureau Spild af tid. Den blev opstillet på Kgs. Nytorv i april 2010 og flyttes gennem foreløbig fire år (2010-2014) rundt til forskellige placeringer i København.



Fig 2. VÆGGEN på Kgs. Nytorv i København (foto: Maja Rudloff, 2011)

Grundlæggende er VÆGGEN en digital, interaktiv udstilling, som bygger på museets digitaliserede billedarkiv. Indholdsmæssigt er den således en udkrystallisering af Københavns Museums genstandsfelt "byen" i alle dens aspekter. Disse aspekter er repræsenteret gennem museets store billedsamling på ca. 10.000 billeder, som er uploadet i VÆGGEN – en samling, der tidligere kun var tilgængelig i analog form i museets billedarkiv. VÆGGENs oprindelige konceptualisering beroede ydermere på et ønske om at formidle arkæologien fra de omfattende cityring-udgravninger samt gøre det på en måde, som var vedkommende og relevant – og som foregik dér, hvor udgravningerne fandt sted og de udgravne genstandes historie havde sit udspring. Et udvalg af de opgravne genstande vises i to glasmontrer, der ligger i umiddelbar forlængelse af VÆGGENs fire skærme.

VÆGGEN: design, interface og navigation

VÆGGENs cityscape – som bedst kan beskrives som en slags panoramisk bybillede¹² – er det primære interface, som brugerne mødes af og navigerer i. Cityscapen er en collage-lignende gengivelse af København, der integrerer byliv, personligheder, topografi, arkitektur, natur, særværdigheder, genstande, fortid, historiske begivenheder, infrastruktur m.m., og således søger den at favne og integrere hovedstadens mangfoldige og særlige historie i et samlet visuelt udtryk. På Københavns

¹² Ifølge Ordbogen.com oversættes "cityscape" med "bybillede" eller "prospekt af by", men da "cityscape" anvendes som en fast betegnelse af museet til at beskrive VÆGGENs interfacedesign, anvender jeg det også konsekvent gennem afhandlingen.

Museums hjemmeside beskrives denne cityscape som en drømmelignende repræsentation. Udtrykket er skabt af det grafiske firma bag VÆGGEN, der har gradueret farver og skabt sammensmeltninger og flydende overgange, således at det forskelligt udseende arkivalske billedmateriale i VÆGGEN får et mere ensartet og homogent udtryk. Der er således ikke tale om en korrekt gengivelse af København, men om en bevidst konstruktion: En collage, hvor billeder er valgt ud og sammensat til et – om end homogent i udtrykket – stadig pluralistisk univers. Det var et vigtigt mål med VÆGGEN at skabe noget æstetisk flot og samtidig vise bredden i samlingerne.



Fig. 3. VÆGGENs interface med bydel (Christianshavn) og uploadstation (Amager Strandpark) (foto: Maja Rudloff)

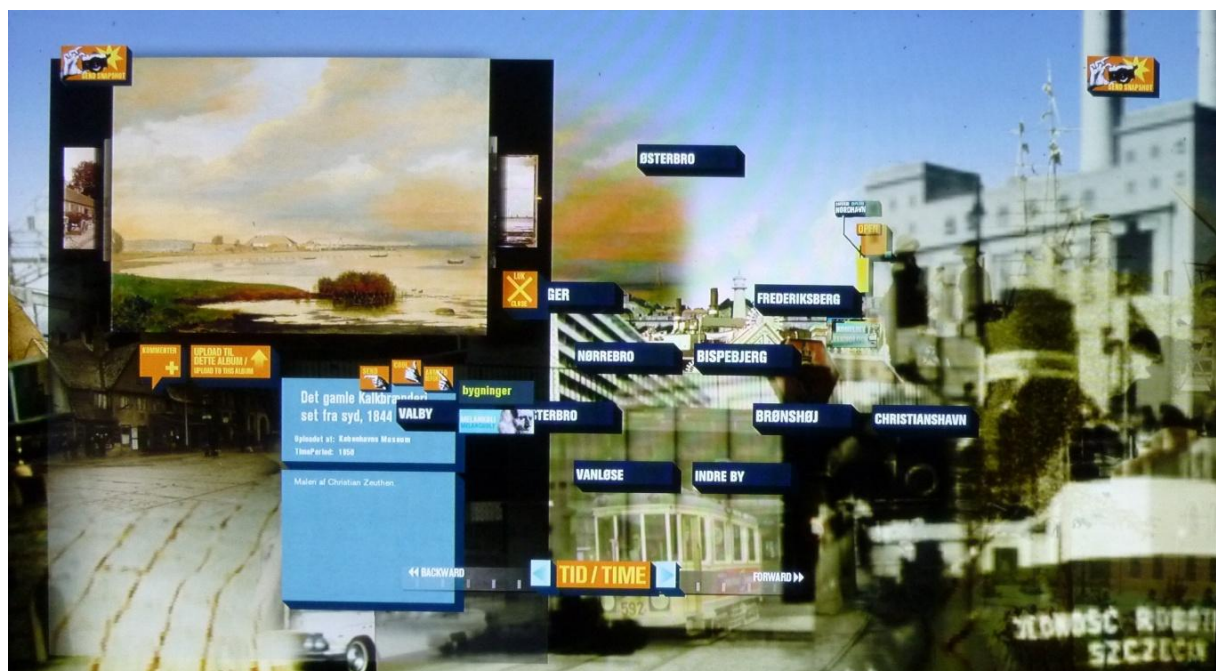


Fig. 4. VÆGGENs interface med åben billedmappe og alle bydelene (de blå felter) (foto: Maja Rudloff)

Med empirisk afsæt i Metroudvidelsen handler VÆGGEN om navigation – om at transportere sig rundt i byen. Det afspejles i cityscapens grafiske opbygning og semantiske konstruktion af navigationspunkter omkring topografiske betegnelser (københavnske bydele) og navnene på eksisterende og nye metrostationer (Kgs. Nytorv, Nørreport, Enghave Plads m.fl.). I den forstand skal VÆGGEN vise en by, der er i udvikling, og hvor infrastrukturen former og ændrer bybilledet markant.

Under hver bydel ligger en række uploadstationer, som repræsenterer de nye Metrostationer – byen iscenesættes rundt om disse. Under hver af disse uploadstationer findes en bevægelig mediesky med billedmapper fra museets samlinger, som brugerne kan åben og bladre i. Når brugerne uploader materiale, dannes der nye billedmapper indeholdende dette materiale.

VÆGGEN giver publikum mulighed for en række forskellige interaktionsformer fra passiv beskuelse over leg med materialet på skærmene til selv at skabe materiale og lægge egne bidrag ind i databasen og på skærmene. Demokratiseringstanken bag VÆGGEN og dens facilitering af deltagelse låner inspiration fra sociale medier som Facebook, Wikipedia, Flickr og Youtube. Brugere kan således oprette en brugerprofil, sende postkort og hilsener, tage film og billeder og uploade deres eget materiale enten hjemmefra via hjemmesiden eller ved selve VÆGGEN. Via et digitalt skærmtastatur kan brugerne kommentere på VÆGGENs indhold.



Fig. 5. Postkort fra VÆGGEN (vinter, 2011)

VÆGGEN er et eksperimentelt design, der er tilpasset museets ønsker til formidling, dialog og deltagelse. Den er ikke en computer eller et website, og skærmens touch-system anvender ikke samme teknologi som fx en iPad¹³, men den integrerer elementer fra sådanne medieformer. Tanken var da også at låne fra eksisterende touch-applikationer som iPhone (Sandahl et al. 2011: 6). Helt ny teknologi måtte dog opfindes til konstruktionen af cityscapens 2D/3D-følelse. Navigationen i cityscapen skal give brugeren en rumlig fornemmelse: gennem vertikale og horisontale håndbevægelser er det muligt at zoome ind og ud, hvorved bybilledet formindskes, forstørres og/eller flytter sig. Mange af de billeder,

¹³ VÆGGENs touchsystem er styret af kameraer i skærmens hjørner, som registrerer brugernes håndbevægelser og styrer navigationen herudfra.

som udgør cityscapen, er klikbare, hvilket betyder, at de kan åbnes i et nyt billedfelt, der viser det oprindelige billede og giver yderligere information om billedet. Hvilke billeder, der er tale om, er dog ikke fremhævet grafisk, snarere skal brugeren prøve sig frem.

De fire skærme er designet til at tillade op til otte brugere på én gang; to brugere per skærm ad gangen. Interaktionen foregår således én-til-én med skærmene, men VÆGGENS størrelse og længde betyder, at brugerne kan stå side om side, mens de anvender VÆGGEN. I selve skærmene findes ingen instruktion til navigation i VÆGGEN, som derimod er tænkt at skulle være intuitiv. For hver ende af VÆGGENS skærme hænger dog en manual, som brugerne kan orientere sig i. Man ønskede at gøre navigationen mere direkte, legende og let og uden forstyrrende tekster eller alt for mange knapper (Sandahl et al. 2011). Samtidig med at man har tilstræbt at skabe en ny repræsentationsform, der fraviger traditionelle museale kronologier og i stedet organiserer samlingerne på nye måder i tematiske enklaver, blev det besluttet at undgå, at det digitaliserede arkivalske materiale (billederne i VÆGGEN) blev ledsaget af tunge tekster. Ideologien bag dette koncept berøres nærmere i det følgende.



Fig.6. Brugere ved VÆGGEN på Kgs. Nytorv i København (foto: Maja Rudloff, 2010)

Et nyt udstillingsformat

VÆGGENS kulturhistoriske, digitaliserede indhold er organiseret efter et koncept, der implicerer interaktivitet og brugerinddragelse, men tanken var også at skabe en formidlingsform, der kunne give nye vinkler og perspektiver på eksisterende viden om museets arkivalske materiale. Om selve indholdsopbygningen i VÆGGEN præciserede Jakob Parby i et interview (2010):

Ja, vi har jo talt meget om, hvordan materialet skulle organiseres, og hvor meget skulle det tematiseres, og hvor meget skulle man kronologisere... [...] nogle af de tanker der tidligt var om, at man måske stadig for de [brugere] (indsat MR), der var mere klassisk

historisk interesserede skulle have et sted, hvor man kunne læse om Kgs. Nytorvs historie eller Rådhuspladsens historie, det har vi opgivet [...] Vi havde allerede tidligt selv besluttet os for, at det var vigtigt, at vi heller ikke talte i sådan et museumssprog, altså så de kategorier vi brugte, når vi taggede for eksempel, og de emner man arbejdede lidt med, at det ikke kun var topografi for eksempel – og arkitektur og kunst og alle de der ting, som man også ville kunne finde i et hvilket som helst bibliografisk opslagsværk, men at man også tænkte i nogle nye baner. Og meget, meget tidligt kom det her med følelserne op, som jo har været et stort diskussionsemne også undervejs i arbejdet: altså, at det var vigtigt, at man også taggede ting under 'had' eller 'glæde' eller altså noget andet end lige præcis det, man ville forvente at finde i sådan et almindeligt, traditionelt opslagsværk. Øhm og det er jo et... ud fra en eller anden tankegang om, at det skulle være på en måde, som var mere vedkommende for sådan et meget, meget bredt udsnit af befolkningen. Så er det klart, at de, der er vant til at bruge biblioteker, og vant til at bruge museer, de kan måske godt savne, hvorfor der ikke lige er et sted, hvor jeg kan lave en tekstøgning og så finde lige præcis det her billede af Christian d. 4., som jeg elsker, eller den slags ting, men der har man jo ligesom måttet vælge, hvad det var, man prioriterede. Og der har vi jo så prioriteret den intuitive oplevelse, kan man sige; at man har skabt noget, hvor man uden at læse en hel masse, uden på forhånd at få en lang instruktion i, hvordan gør du – en manual nærmest – så kan man lege sig frem til at forstå, hvordan man bruger det. Og man kan også, hver gang man kommer tilbage til VÆGGEN, have en forskelligartet oplevelse. Altså, du kan ligesom ikke... det er svært, ja faktisk umuligt, at genskabe nøjagtig den samme oplevelse fra gang til gang (Parby 2010).

Som interaktivt, ikke-kronologisk opbygget arkiv er det altså tanken, at VÆGGEN skal bryde med museets traditionelt mere autoritative udstillingstilgang og give brugerne – og museet selv – mulighed for at tilgå og fortolke museets samlinger på en helt ny og langt mere individualiseret måde.



Fig. 7. Brugere ved VÆGGEN på Kgs. Nytorv i København (foto: Snitkergroup, 2010)

Målsætninger for VÆGGEN

I nærværende afhandling anvendes Københavns Museums intentioner med VÆGGEN vejledende i forhold til forstå, hvordan VÆGGENs brugere anvender og italesætter VÆGGEN som museal oplevelses- og formidlingsform. Disse målsætninger inddrages også i artikel 1, 2 og 3, hvor de introduceres mere specifikt i forhold til den individuelle artikels problemstilling. Derudover søger afhandlingen at kontekstualisere og placere VÆGGEN inden for en samfundsteoretisk opfattelse af digital formidling. I den forstand søges VÆGGEN også forstået som samtidsfænomen. Også her er et indblik i tankerne, der har motiveret kreationen og realiseringen af VÆGGEN, relevant.

Københavns Museum har ikke fra starten opstillet en række faste målsætninger for den konkrete brug af VÆGGEN i forhold til fx læringsudbytte eller antallet af brugere, som, man håbede, ville bidrage med indhold. Man havde dog en nogenlunde defineret målgruppe, som man især gerne ville nå. Det vedrørte særligt de unge brugere; et mål som blev formuleret ud fra en betragtning om, at hvis man kunne nå nogle af de grupper, som var sværest at få fat i, så ville de ældre brugere, og de som allerede kom på museer og som interesserede sig for det kulturhistoriske indhold, også følge trop (Parby 2010). Alle skulle med andre ord føle sig velkomne til at bruge VÆGGEN. Derudover blev det i udviklingsfasen diskuteret, om VÆGGEN var til københavnere eller turister eller både og. Her blev det ifølge Parby besluttet, at hovedpointen med VÆGGEN var, at den skulle skabe en dialog med københavnere:

... der blev det klart for os, at det jo ikke var turisternes historie om København, vi ville høre, det var københavnernes egne fortællinger om byen og deres eget forhold til deres specielle forskellige kvarterer og sådan noget, ud fra den grundtanke, at københavnere kender byen på en helt anden måde, end hvis man bare er forbipasserende. Så der blev det besluttet, at københavnere var den primære målgruppe, hvis man skulle vælge mellem de to, og derfor også, at vi ikke prioriterede helt så højt at oversætte alt til engelsk (Parby 2010).

Parby forklarer, at målsætningen med VÆGGEN i virkeligheden har kredset mest om brugerinvolvering:

... altså det at man kan være med selv, at man kan gøre noget og ligesom sætte sit eget aftryk [...] Så det er meget mere i den ånd, frem for at museet definerer nogle mål, for det ville også være ret underligt i sammenhængen. Det er hele tiden det med dialogen, og man kan sige, at succesen for os, det er, at der bliver en dialog, og at nogen synes at det bliver ved med at være sjovt at uploade til den, og at der er en kontinuerlig aktivitet, som ikke er museets, faktisk. Så det langsomt men sikkert, mere og mere bliver københavnernes væg og mindre og mindre museets (Parby 2010).

Denne målsætning reflekteres i informationen om VÆGGEN på museets hjemmeside, hvor man om intentionen med VÆGGEN kan læse:

Med VÆGGEN vil Københavns Museum skabe nysgerrighed, vidensbegær og diskussionslyst omkring hovedstaden og præsentere København som en moderne metropol med et levende dynamisk forhold til sin kulturarv. Ved at rykke formidlingen af hovedstaden ud i det københavnske byrum ønsker museet at skabe et samlingspunkt på gadeplan, hvor borgerne kan udveksle ideer om det, der optager dem. Således ønsker museet med VÆGGEN at genetablere en funktion for udveksling, der ligner torvets.

VÆGGEN skal på den måde være en platform for meningsudveksling og historiefortælling, hvor brugerne selv er med til at tolke Københavns historie (Københavns Museum 2013).

En af hovedtankerne bag VÆGGEN er altså et stærkt fokus på borgernes egen deltagelse i definitionen af hovedstadens kulturarv. VÆGGEN er motiveret af tanker om at inddrage befolkningen og derigennem gøre museets konkrete genstandsfelt relevant. På baggrund af disse formulerede tanker er det muligt at kondensere museets intentioner ned i en række delmål, som kan bruges som analytiske referencepunkter i afhandlingen. Københavns Museum ønskede med VÆGGEN:

- At fravige en traditionel hierarkisk og kronologisk museal fremstilling af København
- At skabe en dynamisk, interaktiv oplevelse med museets genstandsfelt
- At tydeliggøre, at museets genstandsfelt skabes i et samspil mellem fortiden og nutiden
- At nå en utraditionel, primært yngre, brugergruppe
- At gå i dialog med borgerne ved at opfordre til deltagelse
- At skabe et forum for københavnernes egne oplevelser
- At inkludere brugerne i fortællingen om kulturarven
- At møde brugerne i byrummet, hvor de færdes

Gennem afhandlingen argumenterer jeg for, at VÆGGEN, og de ideer VÆGGEN bygger på, både reflekterer og reflekteres i en kulturpolitisk og en museumsteoretisk, postmoderne forståelse af, hvordan museer bør møde og kommunikere med deres brugere – en forståelse der føres videre inden for det ideologiske rammer af den såkaldte nye museologi (bl.a. Cameron 2003; Hooper-Greenhill 1999; Anderson 2004). I det følgende teorigennemgang skabes et museologisk og medieteoretisk grundlag for at forstå VÆGGEN som formidlingsform og placere den i en kultur- og samtidshistorisk tankeæst.

4. Teoretisk rammesætning

At undersøge en digital, multimodal og interaktiv installation, hvor brugere, museal genstandsformidling, bruger-uploads og en kontekstuel placering i byrummet kommunikerer og interagerer, fordrer en interdisciplinær forskningstilgang, hvor forskellige teoretiske fagområder kombineres. Nærværende projekt placerer sig derfor i et tværvideenskabeligt krydsfelt mellem museologi, medieteorier og digitalt (interface)design. Afhandlingens problemfelt peger på bestemte aspekter af teorien, og således er projektets teoretiske dimensioner fokuseret i retning af disse aspekter.

Museologi, medieteorier og digitalt design

Den museologiske dimension af projektet fokuserer på betydningsskabelse og brugeroplevelser. Mere specifikt fokuserer jeg på, hvordan brugere italesættes og forstås som "aktive" fortolkere inden for den såkaldte nye museologi, og hvordan denne forestilling styrer ideerne om, hvad digitale teknologier kan bidrage til museologien med. Forskningsmæssigt placerer projektet sig i forlængelse af den såkaldte nye museologi, herunder særligt visitor studies, og hvad jeg i afhandlingen vælger at kalde digital museologi. Den digitale museologi udspringer af den nye museologi, men er i sig selv et nyt forskningsfelt uden en lang forskningstradition bag sig, hvorfor feltet heller ikke tegnes af et korpus af kanoniske værker. Man kan i højere grad tale om et felt i udvikling, der i vid udstrækning er både praksisdrivet og teknologifikeret. Den digitale museologi er informeret af tanker fra den såkaldte nye museologi, men den trækker på et medieteoretisk begrebsapparat i langt højere grad end tidligere. Det vil sige, at der overvejende fokuseres på, hvordan museerne kan anvende digitale teknologier og nye medier i museumsarbejdet. Den digitale museologi fokuserer således på de museologiske problemstillinger, der knytter sig til de nye teknologier.

Den medieteoretiske dimension af projektet fokuserer på digitale teknologier og på mediebrugeren. Jeg koncentrerer mig her om at introducere og diskutere kernebegreber i forhold til forståelsen af, hvilke træk der karakteriserer teoridannelsen omkring oplevelsen af nye medier og mediebrugers rolle i den sammenhæng. Det drejer sig særligt om nye mediers anderledes former for interaktion, interaktivitet og deltagelse. Når sådanne betragtninger er centrale at inddrage, er det, fordi de på den ene side informerer de forestillinger om mediebrugeren, der præger såvel den politiske diskurs som den digitale museologi, mens de på den anden side kan bidrage til nuancering af disse forestillinger. Den medieteoretiske tilgang føres videre i afhandlingens designteoretiske dimension, hvor der fokuseres på digitalt design og særligt på den digitale brugergrænseflade som rum for reception og interaktion. Der fokuseres på afsender-modtagerforholdet i digitalt design og på forståelsen af digitalt design som et kommunikationsmiddel. Det vil sige, at der her rettes fokus mod særligt interfacet som et kommunikativt og meningsproducerende redskab. Der fokuseres både på designets grundlæggende udformning og struktur i henhold til æstetik og repræsentation og på navigation og funktionalitet.

Kapitlets opbygning

Projektets teoretiske afsæt i museologi, medieteorier og digitalt design situeres indledningsvis i den metarefleksive poststrukturalistiske og postmodernistiske fortolkningsramme, som en række af de centrale begreber, der anvendes i afhandlingen, skal forstås på baggrund af. Jeg henviser i den

forbindelse til fremtrædende tænkere som Roland Barthes, Michél Foucault og Mieke Bal uden dog på nogen måde at have ambitioner om at kunne give en fyldestgørende præsentation af disses tanker her.

Det museologiske afsnit starter med en kort redegørelse for, hvad der i teorien ofte identificeres som et skifte mellem ny og gammel museologi. Efter en introduktion til den nye museologis ideologiske grundlag indledes med en kritisk positionering af mit eget projekt i forhold til dette skifte og i forhold til feltet "visitor studies", som kendetegner hovedparten af den brugerrettede forskning inden for den nye museologi. Den påfølgende udredning af den digitale museologi har som primært mål at identificere studier, der kan anvendes til komparation og fortolkning af mit eget projekt.

Herefter følger en diskussion af centrale medieteoritiske begreber som "mediebrugere", "interaktivitet" og "deltagelse". Begreberne relateres dels til nye teknologier og til det digitale felt, herunder nye mediers transformation af gængse receptionsformer, dels anvendes de til præcisering af begrebernes anvendelse og fortolkning i museologien. I det medieteoritiske afsnit perspektiveres også kort til det medialiseringsteoretiske afsæt, der i afhandlingens fjerde artikel anvendes til at diskutere museernes digitale formidling i en bredere samfundsmæssig kontekst. Kapitlet afsluttes med en udredning af den designteoretiske tilgang, der er valgt i afhandlingens analyse af VÆGGENS design og interface.

Postmodernismens repræsentationskritik

Selvom projektets teoretiske ramme udgøres af en flerhed af teorier, bindes de sammen af det overordnede fællestræk, at de placerer sig i forlængelse af en poststrukturalistisk forståelse af meningsdannelser som sociale processer og interaktioner. Poststrukturalisme (og postmodernisme, bl.a. Lyotard 1984; Baudrillard 1981) anvendes inden for særligt humaniora og samfundsvidenskaberne som et paraplybegreb for en række forskellige teoretiske retninger, hvis fællestræk er, at de forstår betydning som konstrueret, diskursiv og relativ. Poststrukturalismens vægtning af det relative og polysemiske i enhver tolkningsituation har haft en væsentlig indflydelse på, hvordan betydningskabende processer bliver forstået.

I forhold til samfundets institutioner generelt og museerne specifikt, har det bl.a. ført til et kritisk fokus på, hvordan man drev institution, herunder hvordan man fremstillede og repræsenterede betydning, og på spørgsmål om magt, kulturel diversitet og kulturel kapital (Bourdieu 1968). Fx har Michél Foucaults episteme-tænkning siden slutningen af 1980'erne haft stor betydning for museumsstudier (se især Hooper-Greenhill 1992). I formuleringen af en ny, mere brugerrettet museologi har den konstruktivistiske læringsdidaktik haft stor indflydelse på etableringen af feltet visitor studies (særligt Hein 1998; Falk & Dierking 1992, 1998, 2000; Hooper-Greenhill 1999, 2004). Inden for litteratur- og medieteorier har det poststrukturalistiske skifte medført opmærksomhed mod spørgsmål om kontekst, intertekstualitet og fortolkningsprocesser (fx Eco 1962, 1979).

Derudover har der været rejst kritik af museernes repræsentations- og udstillingspraksisser (fx Greenberg 1996; Bal 1996; Mordhorst 2001), som har ført til dekonstruktion af det naturgivne i traditionelle museale kunst- og kulturhistoriske fortælleformer – i den nye museologi refereret til som "repræsentationskritikken" (Macdonald 2006: 3). Inden for museumsforskningen har den nye museologi rettet opmærksomheden mod de processer, hvorigennem betydning blev produceret. Det har affødt en stor mængde af litteratur og analyser, der har haft til formål at dekonstruere kulturelle produkter som fx tekster eller udstillinger (Lumley 1988; Greenberg 1996; Bal 1996 m.fl). Formålet var at afsløre de politikker og strategier, som positionerede dem som objektive eller sande, og udfordre de historiske, sociale og politiske kontekster, hvori bestemte former for viden var fremherskende, mens andre var marginaliserede eller ignorerede (Macdonald 2009: 3). Repræsentationsdebatten har bl.a. ført til, at

museer i den hvide, vestlige del af verden har inviteret brugere fra tidligere marginaliserede, fejl- og/eller underrepræsenterede samfundsgrupper ind på museet for at medvirke til skabelsen af deres egne repræsentationer. Sådanne mere kritisk-refleksive tilgange til gældende udstillingspraksisser ses videreudviklet i deciderede outreachstrategier, herunder etablering af dialog med lokalsamfund, for at skabe en mere inklusiv debat. En række nyere museologiske udgivelser og forskningsantologier angiver konkrete handleanvisninger til, hvordan museerne kan blive mere brugerinddragende, deltagende og inkluderende institutioner (Adair, Filene & Koloski 2011; Black 2005, 2012; Lang, Reeve & Woollard 2006; Simon 2010). Aspekter af de ideologier, der motiverer outreach, diskuteres i afhandlingens artikel 2, hvor de sættes i forhold til facilitering og realisering af brugerdeltagelse i VÆGGEN.

Poststrukturalisme og konstruktivisme som overordnet forståelsesramme

Inden udfoldelsen af afhandlingens eklektiske teoretiske ramme nedenfor, skal jeg konkretisere nogle begreber, som ligger inden for det poststrukturalistiske tankesæt. Når jeg i afhandlingens analyser anvender begrebet "tekst", refererer det til en poststrukturalistisk (særligt Barthes' semiologi) forståelse af sprogsystemer som en kulturelt delt kommunikationsstruktur, over hvilken den enkelte ingen kontrol har. Her betragtes tekst ikke blot som skrevne ord, men vedrører i princippet alle former for tegnsystemer, som eksempelvis reklamer, billeder, (grafisk) design, arkitektur m.m., som kan siges at konstituere en sproghandling eller et udsagn. I en sådan forståelse af sprogbegrebet kan alle (kulturskabte) fænomener i princippet betragtes som tekst og analyseres som sådan. Sproget udgøres af tegn, som kan have flere betydninger, og en læsning af fx et billede eller en tekst kompliceres af, at ethvert budskab principielt set er polysemisk, dvs., at det under sit udtryk består af en lang række indholdselementer, hvoraf læseren kan se bort fra nogle og vægte andre. Det subjektive fortolkningsaspekt i enhver aflæsning – fx af en digital museumsudstilling, som det er tilfældet med afhandlingens case VÆGGEN – implicerer således i en poststrukturalistisk optik, at enhver meddelelse i princippet er udtømmelig for betydning afhængig af de forskellige former for viden, der investeres i aflæsningen. Det har betydning for, hvordan modtageren og brugerens rolle anskues i aflæsningsprocessen – også i forbindelse med anvendelsen og forståelsen af medier og digitalt design. Det betyder dog ikke, at afsenderens (museets) rolle er uden betydning i den meningsproduktion, der finder sted på fx museer. Gennem forskellige visuelle og retoriske virkemidler kan afsenderen styre "tekstens" besked i en bestemt retning (Barthes 1977). Sproget forstås altså her bredt som ethvert betydningsgivende system, der anvender billeder, animationer, tekst m.m. til at kommunikere betydninger – fx i VÆGGENs tilfælde om Københavns historie.

En museumsudstilling eller et digitaliseret museumsarkiv i et byrum tilbyder naturligvis ikke fuldstændig den samme oplevelsesform som at læse en bog eller tekst (om end mange museumsudstillinger i udpræget grad gør brug af tekster som formidlingsform, men det er en anden diskussion). Fysiske tredimensionale genstande har en materialitet (Dudley 2010; Paris 2006; Smith 2006), og besøget i et tredimensionelt museums- eller byrum påvirkes af vilkårlige og multifacetterede forhold af kontekstuel, social og sanselig karakter. Når man alligevel kan hævde tekstbegrebets anvendelighed og relevans, er det, fordi objekter i en udstilling indgår som betydningselementer i en samlet fortælling, og objektets betydning defineres i og med dets relation og samspil med de øvrige genstande og tekster i denne fortælling. Der finder en betydningskonstruktion sted, og der er et afsender-/modtagerforhold mellem kurator og museumsbesøgende (i såvel den fysiske museumsudstilling som den digitale), som er sammenlignelig med det udvekslingsforhold, der finder sted imellem forfatteren og læseren af en tekst. Det er således tekstbegrebet skal forstås, og det er således, det anvendes (implicit) i afhandlingens analyser.

Også afhandlingens anvendelse af begrebet "repræsentation" skal forstås på baggrund af semiologiens forståelse af sproget, dvs. som en proces, hvorigennem betydning produceres. I sig selv er sproget en struktur, som ingen mening har – selve meningen tilskrives over tid, er kontekstafhængig og beror på modtageren – men den kan afsløre, hvordan menings skabes. Begrebet konstruktivismen forstås ligeledes bredt i forlængelse af en poststrukturalistisk og postmodernistisk tankegang og refererer altså ikke til nogen enkeltstående teori, som en systematiseret og afsluttet kæde af læresætninger, men skal snarere forstås som en række af kritiske strategier og læsninger (fx Foucault 1984; Barthes 1977; Bal 1996). Betydning *konstrueres* (gennem sproglige – tekstlige, verbale, visuelle mv. – repræsentationer) over tid og er kontekstafhængig og relativ. En konstruktivistisk tilgang implicerer, at enhver produktion af betydning forstås som relationel og dermed afhængig af den sociale og kulturelle kontekst, hvori den opstår. En poststrukturalistisk tilgang implicerer dermed også, at museers dispositioner i forhold til digital formidling må ses i forhold til de samfundsmæssige og teoretiske ideologier og diskurser, som er fremherskende på det givne tidspunkt, hvor analysen foretages. En konstruktivistisk tilgang konceptualiserer fortolkning og betydningsskabelse som en proces, hvor brugeren oplever verden og skaber egen mening gennem og inden for konteksten af den kulturelle og sociale baggrund, han eller hun bringer med sig (Witcomb 2006: 356; Hein 1998).

Den nye museologi

Den kulturelle vending inden for human- og samfundsvidenskaberne har også ansporet mere kritisk reflekteret forskning i museer gennem de sidste 30-40 år. Inden for museumsforskningen er den såkaldte "nye museologi" opstået som en selvstændig genre, der på teoretisk og ideologisk vis forsøger at begribe museernes transformation samtidig med, at den på håndgribelig og praktisk vis markerer de store institutionelle forandringer, som museer har undergået de sidste årtier (Lumley 1988; Vergo 1989; Larsen & Ingemann 2005).

Mellem gammel og ny og teoretisk og praktisk museologi

Den engelske museumsforsker Peter Vergo citeres ofte for med antologien *The New Museology* (1989) at markere, at der var sket vigtige forskydninger i museumspraksissen, som bl.a. inkluderede et skifte i fokus fra samling til publikum og udstillinger, fra museet som ekspert og connoisseur (beholder af korrekt viden og udlægning om fortiden) til fortolker af kulturel betydning, og at der var sket et skifte fra at tænke på publikum som besøgende til at se dem som forbrugere (Vergo 1989; Christensen 2007: 11; Lund et al. 2009). Her har til dels været tale om en intern selvransagelse fra musealt hold, som også har været initieret og påvirket af den forskning, der udførtes på universiteterne, hvor museologien allerede siden 1960'erne opstod som et nyt forskningsfelt, der lå i forlængelse af mere kritisk kulturteori.

Den danske museumsforsker Ane Hejlskov Larsen (2001) skelner mellem to grundopfattelser i den danske museologi: en praktisk og en teoretisk. I den praktiske version orienteres museologien mod at være en redskabsdisciplin, der dækker de fem ansvarsområder i museumsloven og videregiver viden om, hvordan de daglige arbejdsopgaver skal udføres i praksis. Den teoretiske disciplin forsøger at definere museologien som et selvstændigt felt. Larsen definerer selv – i forlængelse af Vergo (1989) – forskellen mellem de to til at bestå i, at den praktiske disciplin spørger *hvordan*, mens den teoretiske spørger *hvorfor*. Larsen uddyber, at den teoretiske museologi rummer en analytisk og kritisk refleksiv side, som forsøger at afdække de værdier, der udmønter sig i en bestemt måde at opfatte og løse museale opgaver på. Denne mere refleksive side kan ses i forlængelse af den poststrukturalistiske

tæknings erkendelse af det kulturhistorisk og socialt kontingente ved enhver samfundsinstitution, og dette forhold gælder også museer. Som Larsen påpeger: "Museerne er ingen naturgivne størrelser, tværtimod er de ideologiske konstruktioner, der er skabt under bestemte samfundsmæssige betingelser, som hele tiden flytter sig" (Larsen 2001: 17).

Det moderne og det postmoderne museum

At tale om en "ny" museologi fordrer, som Vergo pointerer, at der har eksisteret en "gammel" eller en "ældre" museologi (Vergo 1989: 3). Denne dikotomiske tankegang om et "før" og et "efter" og et "gammelt" versus et "nyt" museum er ført videre i megen fremherskende museums litteratur inden for rammerne af den nye museologi. En af de mest fremtrædende eksponenter i den forbindelse er den engelske museumsforsker Eileen Hooper-Greenhill (1992, 1995, 1999, 2000, 2004), hvis forskning har haft en enorm indflydelse på feltet. Igennem en lang forskningskarriere har Hooper-Greenhill identificeret og formuleret et skel mellem det, hun kalder det moderne museum, mod det hun kalder post-museet (alias postmoderne museum). Hun opsummerer de respektive repræsentations-, udstillings- og kommunikationsformer, som de forskellige museumstypologier gør brug af, således:

The modernist museum collected objects and placed them on display. Visual statements, constructed through objects placed in carefully fixed relationships, presented aspects of a European world-view. The power of display as a method of communication lies in its capacity to produce visual narratives that are apparently harmonious, unified and complete. These holistic and apparently inevitable visual narratives, generally presented with anonymous authority, legitimized specific attitudes and opinions and gave them the status of truth. Display is a one-way method of mass communication – once it is completed and opened to the public it is very difficult to modify. In the modernist museum, the voice of the visitor was not heard [...] In the post-museum, the exhibition will become one among many other forms of communication. The exhibition will form part of a nucleus of events which will take place before and after the display is mounted [...] Knowledge is no longer unified and monolithic; it becomes fragmented and multivocal. There is no necessary unified perspective – rather a cacophony of voices may be heard that presents a range of views, experiences and values (Hooper-Greenhill 2000: 152-53).

Hooper-Greenhill har her uden tvivl fanget essensen af de seneste årtiers museumsinstitutionelle forandringer, men hendes beskrivelser efterlader også det indtryk, at det moderne museum vis á vis post-museet repræsenterer tilsyneladende uforenelige museumstypologier. I lighed hermed introducerer den amerikanske museumsforsker Gail Anderson (2004) begrebet "reinvented" i forbindelse med den progression over museernes udvikling gennem de sidste 30 år, som hun opstiller i introduktionen til bogen med titlen *The Reinvented Museum*. Udviklingen fra det traditionelle eller moderne museum mod det postmoderne, genopfundne (reinvented) museum karakteriseres af Hooper-Greenhill og Anderson over en række binære begrebspar, der kan opsummeres i følgende træk:

Moderne	Postmoderne
Indadrettede	Åbne for brugernes behov
Monolog/envejskommunikation	Dialog/gensidig kommunikation
Beholder af viden	Udveksling af viden
Fokuseret på fortiden	Relevant og fremadskuende
Autoritativ stemme	Inklusion af mange synspunkter
Elitær	Lighedssøgende
Eksklusiv	Inklusiv
Beskyttende	Velkommende
Forestillinger om besøgende	Viden om besøgende

(Hooper-Greenhill 1999, 2000, 2004; Anderson 2004: 2)

Selvom en sådan model kan illustrere omfanget og indholdet af de praktiske og ideologiske forandringer, der har været på spil over de sidste 30-40 år, er jeg af den overbevisning, at det kan skabe et forvrænget og ensidigt billede at stille institutionsformer op i så oppositionelle typologier. Herved konnoteres, at en bestemt museumsform og praksis er "forkert", og en anden er "rigtig", og det levner lidt plads til nuancerne derimellem. Derfor opereres der heller ikke med så skarpe linjer i afhandlingen. Snarere hælder jeg til Larsens ovennævnte nuancering af, at der eksisterer en sideløbende teoretisk (ideologisk) og en praktisk museologi, og at disse ikke nødvendigvis altid udspiller sig inden for de samme rammer. Der er i praksis sjældent tale om museer, der kun sværger til brugerinddragende (dialogisk) formidling eller kun til genstandsbaseret (monologisk) formidling. Snarere er der tale om, at museer er, og længe har været, i gang med en fortløbende proces, hvor de gentænker deres faglighed til også at omfatte en inddragelse af andre røster og ønsker i museumsformidlingen. I den forstand spejler museernes udvikling også tendenser og forandringsprocesser i samfundet generelt. Således er der mange forskellige sideløbende og sidestillede tiltag og tendenser på spil i museumslandskabet, ligesom museumsbrugerne er forskellige og har forskellige behov, ønsker og forventninger til museerne. Med afsæt i brugernes forståelse af VÆGGEN som et digitalt, deltagende museums-koncept, argumenterer jeg i afhandlingens artikel 2 for, at museumsforståelsen fra et brugerperspektiv ikke nødvendigvis kan og bør ses så modsætningsfyldt, men at væsentlige elementer fra de to museumstypologier, som opridses i den kritiske museologi, sameksisterer og fremhæves i brugernes omtale og forståelse af museer. Ovenstående model er dog et nyttigt værktøj til at identificere nogle af de ideer, der har domineret museumsforskningen, og dermed også dannet grundlag for fremherskende tanker om museumsformidlingens formålsopfyldning.

Visitor studies

Nogle af de mest markante ændringer i museumsforståelsen har at gøre med måderne, hvorpå publikum forstås teoretisk og dermed, hvordan de skal adresseres praktisk. Det har medført en stigning i

brugerstudier og i metoderne, man undersøger dem med. Fx har kvalitative studier vundet frem og suppleret et tidligere fokus på mere markedsorienteret kvantitativ forskning.¹⁴

Poststrukturalismens forståelse af betydningsskabelse som diskursivt forankret har været medvirkende til at ændre gængse opfattelser af viden og dannelse og samfundets, institutioners og subjekters rolle og positionering i forbindelse hermed. Viden forstås ikke længere som noget direkte transmitterbart fra en afsender til modtager, og modtageren spiller selv en vigtig rolle i betydningsskabelsen. Det har ændret ved det museale læringsbegreb, fordi betydning ikke længere forstås som en fast størrelse, som museumsinspektøren kan læse ind i udstillingen. Hvordan en bruger aflæser udstillingen, afhænger af en lang række faktorer, som er subjekt- og kontekstbestemte. Når besøgende kommer til museer, er det altså ikke som rene tavler, men de bringer med sig deres egne erfaringer og årsager til at besøge museet (Hooper-Greenhill 1995: 5). Disse tanker stemmer overens med introduktionen af konstruktivistisk kommunikationsteori i museumsstudier (Hooper-Greenhill 1999, 2004; Hein 1998) og fremherskende forskning i besøgendes læring og oplevelse (Falk og Dierking 1992, 2000). Hooper-Greenhill henter afsæt i nyere kommunikationsteori til at konceptualisere det ovennævnte skifte fra det moderne museum til det, hun kalder post-museet (2000; 2004). Hun betragter skiftet som et opgør med et ældre videns- og dannelseideal, der forstod viden som noget, der (udifferentieret) kunne transmitteres fra museum til bruger. Udviklingen i de museologiske visitor studies reflekterer generelt en søgen efter at udforske, hvilke vidensteder museer er, og hvordan museer kan skabe optimale rum for læring og fortolkning, der tager hensyn til forskellige brugergrupper. Principielt set er det en mission, som nærværende projekt placerer sig i forlængelse af, men fokus placeres her på anvendelsen af *digitale* medier i formidlingen – hvilket ingen af ovennævnte museumsforskere endnu har rettet særlig opmærksomhed mod.

Inden for læringsteori har det kulturelle skifte betydet, at konstruktivistisk læringsteori, hvor museumsbesøgende betragtes som aktive i konstruktionen af deres egen personlige fortolkning af deres læringsoplevelse på baggrund af deres viden, kompetencer, uddannelse og personlige motivation, har vundet indpas. Det placerer betydning og ansvar for læringen på modtageren, mens afsenderens (her museet) rolle i højere grad er at skabe et miljø, der kan facilitere mulighederne for at udbygge den enkeltes meningsforhandlinger og fortolkninger. Særligt amerikaneren George Hein (1998) er eksponent for denne model. Selvom teorien også er blevet kritiseret for at lægge for stor vægt på individets rolle i betydningsskabelsen og har henledt opmærksomhed mod brugerens tilhørsforhold til fx "interpretive communities", er den konstruktivistiske tilgang en læringsmodel, som har vundet bred indpas på museerne.

En model, som i lighed hermed har nydt stor udbredelse inden for forskningen i museumsbesøgendes oplevelser, er Falk og Dierkings (1992) interaktive oplevelsesmodel. Modellen består af en fysisk, en personlig og en social dimension, som alle må medtænkes i forståelsen af, hvad der konstituerer en museumsoplevelse – noget som siden er blevet udbygget i de to forskeres kontekstuelle læringsmodel (Falk & Dierking 2000). Falk og Dierkings model har været meget brugt, men

¹⁴ Brugerundersøgelser har været mere eller mindre udbredte siden 1960'erne, men havde i starten et forholdsvis snævert demografisk fokus på, hvem der besøgte museet og hvorfor (Hooper-Greenhill 1999: 30). Først i de seneste år har undersøgelserne og metoderne fået et mere kvalitativt fokus (Black 2005; Heath & Lehn 2008). Fra slutningen af 1980erne og i 1990erne blev også mere marketingorienterede strategier indført som måleinstrument af brugerne (bl.a. Hooper-Greenhill 1995: 3-5), og sådanne kvantitative opgørelser af fx besøgstal, brugerdemografi m.m. bruges stadig ofte til at måle succes – også i digital formidlingsammenhæng (Black 2005: 16; Olsson & Svensson 2013; Heath & Lehn 2008). I afhandlingen stiller jeg mig hverken for eller imod bestemte metoder eller metodologier. Pointen er blot, at enhver tilgang til brugerundersøgelser fordrer en nøje afvejning af, hvilke spørgsmål man søger svar på.

er de seneste år blevet kritiseret, bl.a. fordi de i deres praktiske analyser af museumsbesøgende især betoner den sociale og den personlige kontekst, som værende centrale for betydningskabelsen i et museumsbesøg på bekostning af mere kognitive og erkendelsesmæssige faktorer, som opstår i det direkte møde med en udstillings mange semantiske betydningspotentialer (se bl.a. Christensen 2011). Fordi hovedvægten på læringsoplevelsen placeres på brugeren, bliver det mere uklart, hvori afsenderens rolle og den betydning, der skabes i og af museumsrummet og museumsudstillingen, består i den videnskonstruktion, der finder sted.

Denne afhandling fokuserer ikke på, hvad folk lærer, men i artikel 1, 2 og 3 trækkes der på indsigter fra læringsstudier til at forklare brugernes fortolkning og deres italesatte oplevelse af og med VÆGGEN. Med afhandlingen ønsker jeg dog også at pege væk fra det relativt ensidige fokus på læringsteoretiske aspekter, som har domineret feltet af visitor studies de seneste år. Jeg orienterer mig i den forbindelse mod medie- og designteoretiske tilgange til at forstå den kommunikation, der finder sted i udvekslingen mellem medie og bruger. Ved introduktionen af et digitalt medie i museumsformidlingen bliver særligt afsenderens (museets og designerens) betydning i kommunikationsprocessen tydelig, hvilket fremgår af analyserne i artikel 1 og 3. I den forbindelse finder jeg det nødvendigt at tildele analytisk betydning til både afsender- og modtager-leddet i den udvekslede kommunikation.

Brugernes museumsoplevelse: underholdende, engagerende og digital

Når der i afhandlingen refereres til "museumsoplevelsen" betyder det ikke, at der findes én museumsoplevelse, som kan begrebsliggøres – og her læner jeg mig op ad en konstruktivistisk tilgang til museumsoplevelsen, som også finder hjemmel inden for læringsteorien. Særligt museumsforskerne John Falk og Lynn Dierking har i mange år forsket i museumsoplevelsen, og deres studier har vist, at måden, hvorpå brugere opfatter og anvender museumsudstillinger, i meget høj grad afhænger af deres tidligere erfaringer, motivationer og forventninger (Falk & Dierking 1992, 1998, 2000; Falk 2009; se også Bruno Ingemann 1999). Der findes med andre ord lige så mange museumsoplevelser, som der findes brugere, og hvert museumsbesøg kan i princippet medføre en ny oplevelse. Det betyder dog ikke, at der ikke eksisterer nogen fremherskende ideer om, hvad en god museumsoplevelse er. I megen litteratur om det postmoderne museum vægtes netop brugeroplevelsen som et centralt element i museets målsætning. Ifølge den engelske museumsforsker Sharon Macdonald er der ligefrem tale om en slags fælles konsensus, hvor brugerrettetheden har fået ny konventionel status, der implicerer "inklusion", "diversitet", "brugerinvolvering" m.m. (Macdonald 2006: 8). Det følger de tanker om det postmoderne museum, som jeg angav i ovenstående skema (v. Hooper-Greenhill 1999, 2000, 2004 og Anderson 2004), og det involverer, at brugerne i stigende grad engageres og inkluderes aktivt, bl.a. gennem interaktivitet og aktive bidrag til og dermed deltagelse i museernes narrativer (Adair, Filene & Koloski 2011; Black 2005, 2012; Simon 2010). Ydermere konceptualiseres den "gode" museumsoplevelse ofte inden for disse rammer ved, at den er social (Hein 1998; Falk & Dierking 1992, 2000), og at der er dialog mellem museum og bruger (Hooper-Greenhill 2004).

Metodologisk hænger udviklingen i forståelsen af den museumsbesøgende – eller museumsbrugeren, som denne oftest kaldes i nyere museologisk litteratur – sammen med ændringer i forståelsen af, hvad en modtager og museumsbesøgene eller oftere en bruger er, som – udover sideløbende påvirkningsforløb fra andre fagvidenskaber som fx identitets- og læringsteori – også henter hjemmel i en medieteoretisk tradition. Museumsbesøgende opfattes i stigende grad som "...diverse, plural, and active, rather than as a relatively homogeneous and rather passive mass" (Macdonald 2006: 8). Det er sket sideløbende med en udvikling inden for medie- og kommunikationsteorien, hvor beskuere ikke blot ses som passive modtagere af mediebudskaber, men antages selv at være deltagere i

betydningskonstruktionen (Bl.a. Hall 1973; Barthes 1977; Eco 1979; Fish 1982). I den forstand har museumsforskningen indoptaget emner og tematiseringer, der relaterer til brugen af nye medier. Kun få af de nævnte museumsforskere relaterer imidlertid deres brug af (den aktive) museumsbruger, eller af de begreber som kædes sammen med denne aktivitet, dvs. begreber som interaktivitet og deltagelse, til hovedtraditionen herfor. Dette er medieteoritiske kernebegreber, som skal udredes nærmere nedenfor i de respektive afsnit om medieteorier og digitalt design.

Digital museologi

I de senere år er feltet, der fra et humanistisk og samfundsteoretisk perspektiv reflekterer over digitale teknologiers rolle i transformationen af museerne, vokset (Cameron & Kenderdine 2007; Parry 2010; Lund et al. 2009). Med udvidelsen af det ny-museologiske felt, som er redegjort for ovenstående, fulgte et øget fokus på den aktive meningsskabelse, der sker i mødet mellem fysisk museumsgenstand/-udstilling og museumsbruger. Hvor der imidlertid eksisterer en stor mængde litteratur om museumsbesøgendes oplevelse i det *fysiske* museumsrum, er forskning i, hvad der karakteriserer den *digitale* museumsbruger og den digitale, *interaktive* formidlingssituation, samt hvilke ønsker og forventninger museumsbrugere har til digital formidling, stadig spredt. Siden Vergos indkredsning af et mere kritisk felt af museumsstudier er der sket en udvikling i digitale teknologier, som har fået en gennemgribende betydning for ikke bare samfundet som helhed, men også for museer. Det er forhold, hvis indflydelse på museet analyseres i afhandlingens artikel 4.

Et af de væsentligste bidrag til forskning i konkret digital, interaktiv formidling på museer er antologien *Theorizing Digital Cultural Heritage – A Critical Discourse* fra 2007 (Cameron og Kenderdine 2007). Antologiens bidragsydere er blandt de ledende forskere i et endnu gryende forskningsfelt; heriblandt Ross Parry, der har udforsket udviklingen i digital brug på museerne og udfordringerne i denne sammenhæng (Parry 2005, 2007, 2010). Parry har i øvrigt redigeret antologien *Museums in a Digital Age* (2010), som indeholder en række reflektive og problemorienterede bidrag til debatten om digital museumsformidling. Loïc Tallon og Kevin Walker (2008) har undersøgt mobile teknologiers potentiale i forhold til spørgsmål om læring og involvering af museumsbesøgende. Disse antologier indeholder en række studier, som på forskellig vis kan belyse og nuancere min egen undersøgelse, og de skal derfor udredes nedenstående.

Digitale museumsbrugere - websteder

Der hersker en forestilling om, at midlerne til at øge museernes underholdningsværdi og dermed deres appel til et bredere spektrum af brugere, kan ske ved at integrere digitale, interaktive komponenter i udstillingerne (jf. afhandlingens kapitel 2). Afhandlingens påstand i den forbindelse er, at der stadig mangler konkret viden om kvaliteten af den oplevelse, digital formidling kan give, og at kvalitative studier kan medvirke til at nuancere forestillingerne. Der eksisterer (efter mit vidende) ikke studier af digitale, interaktive museumsinstallationer i et byrum, men brugerstudier af museumshjemmesider kan udsige noget om, hvordan museumstilbud, der ikke foregår i en fysisk museumsinstitutionel kontekst, opleves.

I 2008 gennemførte den engelske museumsforsker Paul F. Marty et større kvantitativt studie af 1200 brugere af ni forskellige museers hjemmesider i USA, England og Australien. Studiets erkendelsesteoretiske sigte var mangefold. Dels søgte det at udrede, under hvilke omstændigheder online brugere anvender museumshjemmesider før og efter deres museumsbesøg – herunder deres

behov og forventninger i den sammenhæng, og i hvilket omfang museumshjemmesider påvirker deres beslutning om at besøge museer. Dels søgte studiet at opnå indsigt i, hvordan brugerne anvender online museumsressourcer i deres hverdag, herunder hyppigheden af deres interaktioner med museer og museumshjemmesider, og i hvilket omfang brugerne skelner mellem online og fysiske museumsaktiviteter. Undersøgelsen inddrager ikke forholdet til det digitale som repræsentations- og oplevelsesform eller spørgsmål om teknologisk overskuelighed og navigation, som er en vigtig dimension i mit eget studie, men den fremsætter den – for mit eget projekt – vigtige konklusion, at brugerne betragtede deres anvendelse og oplevelse af digitale, webbaserede museumsressourcer og det fysiske museum som noget meget forskelligt. Brugere forventede en klar og tydelig sammenhæng i kommunikationen og informationen mellem de to formidlingsformer, men de blev brugt til meget forskellige typer af behovsopfyldning i forbindelse med museumsbesøg (Marty 2008: 96). Jeg relaterer dette forhold til analysen af brugernes reaktion på VÆGGEN i afhandlingens artikel 1.

Også den britiske museumsforsker Olivia C. Frost (2010) påpeger forskellighederne i det møde, der foregår væk fra museet modsat det fysiske museumsbesøg. Hun har undersøgt webbrugere og de konsekvenser, det har for museumsformidlingen, at museumsbesøget kan foregå hjemmefra. Hendes forskning understreger, at hvor besøget på et fysisk museum typisk er en social oplevelse, der foregår i par eller grupper, foregår besøget på museumshjemmesider typisk som enebruger, og/eller mens man er alene. Det har en effekt på karakteren af den viden, information og oplevelse, som brugerne forventer at få de respektive steder – og som de rent faktisk får: Hvor der er berigende videns- og læringspotentialer i at give brugerne adgang til online museumsressourcer, kan vigtig ekspertformidlet vejledning gå tabt, når den personligt formidlede information, som fx en museumscurator kan give, suspenderes (Frost 2010: 238).

Digitale museumsbrugere – digitaliserede museumssamlinger

Den australske museumsforsker Fiona Cameron (2003, 2007, 2010) har gennemført flere studier af forskellige brugergrupper (ikke-professionelle, museumsansatte og undervisere) navigation og søgning i online museumssamlinger og digitaliserede arkiver. Cameron (2003) redegør for, hvorledes adgang til digitale arkiver kan nedbryde grænserne mellem traditionelt adskilte aktiviteter på museer, der vedrører indsamling, registrering og udstilling. Digitalisering medfører, at museerne ikke længere behøver have ét arkiv- og registreringssystem til intern brug og et andet til eksternt eller offentligt brug. Det kan bl.a. give brugerne umiddelbar demokratisk adgang til et meget bredere spektrum af museets samlinger, end det tidligere har været tilfældet i forbindelse med klassiske udstillinger, hvor kun et snævert udsnit af museets samlinger kan stilles til skue ad gangen – et aspekt undersøgelsens brugere satte pris på (Cameron 2003, 2010: 85). Samtidig viser Camerons undersøgelse, at digitale søgninger på kryds og tværs tildeler brugerne større valgfrihed i forhold til deres personlige interesser. Hun argumenterer i den forbindelse for, at digitale arkiver er muliggjort af og reflekterer et poststrukturalistisk og postmoderne tankesæt, og fremhæver på den baggrund betydningspotentialerne i det digitaliserede arkivs polysemiske åbenhed. Cameron præsenterer samtidig den vigtige indsigt, at hvor nogle – særligt de yngre – brugere tilsyneladende var tilfredse med den mere heterogene, fragmenterede videns- og oplevelsesform, så var der mange – særligt ældre brugere, museumscuratorer og undervisere – som forventede kronologi og sammenhæng, som de forbandt med traditionelle (moderne) museale fremstillings- og fortælleformer. Undersøgelsens brugere "continue to seek authoritative and trustworthy information from museums according to a modernist paradigm albeit in a modified hyperlinked and authored form" (Cameron 2010: 85). Det er en indsigt, som Cameron bekræfter og udbygger i en senere undersøgelse med forskerkollegaen Helena Robinson (Cameron & Robinson 2007).

På baggrund af undersøgelserne stiller Cameron både kritisk og polemisk spørgsmål til, om fortalerne for postmodernistiske multirelationelle fremstillingsformer, der skal bryde med og erstatte modernismens hierarkiske og lineære fortælleformer, virkelig følger de ønsker, som brugerne har til oplevelsen af museumssamlinger og -information. Cameron svarer selv, at moderne og postmoderne fremstillingsformer medfører forskellige kontemplationsmodi, som ikke nødvendigvis skal eller bør udelukke hinanden gensidigt. De to former kan sameksistere i et frugtbart samspil. Camerons undersøgelser er væsentlige for mine egne undersøgelser af brugernes oplevelse af VÆGGEN, fordi de præsenterer et mere nuanceret syn på digitale museale fremstillingsformer end mange øvrige visitor studies-inspirerede eller teknologifikserede studier. Det betyder, at Cameron ikke undersøger brugernes oplevelse ud fra en primær læringsdidaktisk interesse – hun er tværtimod interesseret i samspillet mellem brugeren og de semantiske betydningspotentialer, som selve den digitale repræsentations- og oplevelsesform kan tilbyde.

Digitale museumsbrugere – digitale installationer

Der har været foretaget enkelte studier af museernes brug af digitale opstillinger og standere i udstillingsrum. Museumsforskere Ben Gammon og Alexandra Burch (2008) har undersøgt udfaldet af implementeringen af digitale virkemidler (primært digitale computerstandere – såkaldte interactives – og mobile teknologier) i en række museumsudstillinger på forskellige britiske museer. Her har de målt succesen af de digitale virkemidler på baggrund af en række kriterier, der vedrører simplicitet, forståelighed, instruktion, teknologi, kontekst, målgruppe m.m. De understreger vigtigheden af, at hardware, software og indhold er baseret på en forståelse af brugernes behov, ønsker, forventninger og anvendelsesmønstre. Det lyder naturligvis ikke umiddelbart som en særlig overraskende konklusion. Virkeligheden er imidlertid ofte den, at mange digitale museumsprojekter ikke har afsæt i egentlige afprøvninger, tests eller forventningsafstemninger med de brugere, der skal anvende de digitale tilbud – et forhold, som underbygges af de svenske museumsforskere Svensson og Olsson (2013) og de engelske museumsforskere Heath og Lehn (2008, 2010). I forhold til denne betragtning synes det heller ikke overraskende, når Gammon og Burch påpeger, at brugerne ofte reagerer uventet og overraskende på digitale installationer, applikationer og tilbud i forhold til museumsformidliernes forventninger, intentioner og ønsker (2008: 41). Gammon og Burchs undersøgelse inddrages ikke direkte i afhandlingens artikler, men den skal alligevel nævnes her, fordi jeg finder den vigtig i forhold til den overordnede diskussion af afhandlingens resultater, som jeg vender tilbage til i kapitel 6.

Heath og Lehns undersøgelser (2008, 2010) er et andet eksempel på mere kritiske studier af digitale museale virkemidler. De kredser om, hvordan interaktivitet udspiller sig i forhold til den grundlæggende ideologi, man har på museer om social interaktion, som værende den mest befordrende interaktionsform for læring og oplevelse. De konkluderer, at det ofte er tilfældet, at digitale tilbud og applikationer i museumsrum faciliterer interaktivitet mellem én bruger og en maskine og altså ikke inddrager andre omkringsstående museumsbrugere. De begrundes det med, at megen teknologi i museer bygger på hjemmecomputere, og de betoner vigtigheden af at udvikle nye teknologier, som er tilpasset den særlige sociale interaktion, man ønsker at skabe i museumskontekster. Her kunne man kritisk tilføje, at det fremherskende læringsdidaktiske fokus i visitor studies traditionen, der privilegerer individet i tolkningsammenhænge, også kan tænkes at have en indflydelse på museernes digitale prioriteringer. Generelt peger både Gammon og Burch samt Heath og Lehn på, at hvor der har været meget forskning i computer soft- og hardware til hjemmebrug, har det ikke i samme omfang gjort sig gældende på museer eller i udstillinger, som sætter rammerne for en væsentlig anderledes tolkningskontekst. Som allerede tidligere nævnt viser en række studier, at brugernes anvendelse af og

forventninger til computerbaseret teknologi er meget anderledes, når den foregår i et museumsrum, end når den foregår hjemme (jf. Marty 2008 og Frost 2010). I mit eget studie foregår oplevelsen i en helt tredje kontekst, nemlig i byrummet, men teoretiske overvejelser og betragtninger fra ovennævnte studier kan alligevel udmærket anvendes til nuancering af resultaterne af mine egne studier. Ikke mindst bruges de i et blandet miks gennem alle fire artikler som afsæt for kritisk refleksion af mine brugerundersøgelser.

Medieteori

Megen nyere museumsforskning anvender og positionerer sig i forhold til medieteoretiske kernebegreber som brugere, interaktivitet, multimodalitet og interface. Ofte relateres disse anvendelser imidlertid ikke til medievidenskabelige traditioner, hvor disse begreber er opstået og udviklet. Derfor er det relevant her at bygge bro til medievidenskabens forståelse af afhandlingens kernebegreber.

Receptionsforskningen er udviklet inden for en medievidenskabelig tradition, hvor der fokuseres på aktører, og hvordan de bruger, agerer i forhold til og forstår medier. Det er altså grundlæggende receptionsstudiets mål at undersøge, hvordan modtagere af medierede tekster skaber mening. I den forbindelse har forskningen allerede i mange år påpeget, at de intentioner, som afsenderen har, ikke nødvendigvis er identiske med den betydning, som aktualiseres af læseren eller modtageren (Schrøder et al. 2003: 11) – en betragtning som er central i forhold til nærværende afhandlings brugerstudier. Receptionsstudier og publikumsforskning har undergået centrale forandringer gennem de seneste årtier i takt med, at medieudviklingen med fremkomsten af nye medier er kendetegnet ved en bevægelse fra et transmitterende mønster mod andre mere dialogiske medietyper (Jensen 1997: 42). I den forstand følger det analytiske felt de sociale, teknologiske og institutionelle forandringer, der også medfører forandringer i selve oplevelsen af, hvad det vil sige at være en "mediemodtager" (audience) eller en "bruger".

Mediebrugeren

Med nye digitale, interaktive medietypers fremkomst er modtagerbegrebet i forandring. Digitale interaktive medier ændrer med den engelske medieforsker Virginia Nightingales ord ved de kontekster og situationer, hvor "audience is enacted" (Nightingale 2011: 7). I den forstand kan man sige, at interaktive medier (fx web 2.0 og sociale medier) har tvunget såvel praktikere som teoretikere til at gentænke måderne, hvorpå audience og audiences forstås: "...the assumption that audience occupy a position of 'reception' is giving way to an understanding of audiences as media-active" (Nightingale 2011: 7).¹⁵ Audiencebegrebet har fået fornyet aktualitet i medievidenskaberne i forbindelse med, at brugerne helt konkret kan deltage selv. Som Schrøder et al. præciserer:

The modern audience experience, in other words, is becoming increasingly multi-dimensional and multiply interactive [...] The contemporary and future media audience [...] is more aptly characterized as a semiotic juggler, keeping many communicative balls in the air, and frequently throwing them from other real and virtual jugglers. The notion

¹⁵ Schrøder et al. (2003: 4) forklarer, hvorledes den traditionelle modtager af massemedier med mere eller mindre grad af involvering modtog mediebudskaber uden at deltage fysisk (omend den kognitive bearbejdning af mediebudskaberne var aktiv). Deres beskrivelse af den traditionelle mediemodtager minder i umiskendelig grad om den traditionelle museumsbesøgende.

frequently used to encapsulate this state of affairs is *interactivity*" (Schrøder et al. 2003: 4).

En afgrænsning og konkretisering af bruger-begrebet udfordres samtidig af, at det at være modtager (audience) i dag, hvor medier er allestedsnærværende, betyder, at alle kontinuerligt er modtagere af mediebudskaber, fordi medier er blevet en integreret del af vores hverdag (Sandvoss 2011: 230).

Den betragtning binder an til en problemstilling, som diskuteres i artikel 4, og derfor i en kort ekskurs skal nævnes: navnlig, at i takt med, at digitale og sociale medier ændrer ved beskuer- og modtagerbegrebet, transformeres også i bredere forstand menneskelige kommunikations-, handle- og samfundsformer – en proces der af de engelske medieforskere Sonia Livingstone og Leah Lievrouw defineres således: "...what makes new media 'new', and what distinguishes mediation today from the mass media of the past, are the distinctive ways in which the technologies develop – their *social shaping* – and their *social consequences*" (Lievrouw & Livingstone 2006: 3). Den tyske medieforsker Friedrich Krotz forstår – i lighed med Lievrouw og Livingstone – den aktuelle samfundsudvikling på baggrund af ændringer i medier og mediebrug. Han beskriver, hvorledes medialiseringen af hverdagslivet, sociale relationer og menneskers identitet ultimativt har en konsekvens for kulturen og samfundet som helhed (Krotz 2005: 1). Mediernes øgede tilstedeværelse på tværs af dagligdags sammenhænge, deres allestedsnærværelse og de nye kommunikations- og handleformer, som de direkte og indirekte skaber, har en betydning for museernes formidling, og det forhold kan en medialiseringsteoretisk tilgang belyse betydningen af.

Medialiseringen af samfundet har transformeret velkendte receptions- og samværsformer (Hjarvard 2008), og de nye mediefaciliterede kommunikations- og handleformer binder an til forandringer i audiencebegrebet. Det klassiske audience-begrebs forandring har udfordret måderne, hvorpå brugere og mediebrug kan analyseres og forstås. Frem for i traditionel forstand at forske i modtagernes reception af mediebudskaber, foreslår den britiske medieforsker Cornel Sandvoss, at man studerer den aktive *udveksling* (interplay), der foregår mellem socialt subjekt og tekstuel objekt; en proces som han forenklet kalder "the process of reading" (Sandvoss 2011: 231).¹⁶ Det er en tilgang, som kort sagt består i at holde analytisk fokus på den aktive udveksling af mening, der sker imellem medie og bruger. I nærværende afhandling anvendes en lignende tilgang, hvilket særligt kommer til udtryk i undersøgelsens metode, der kombinerer etnografisk observation af brugernes aktive interaktion med VÆGGEN med en mere klassisk receptionsanalyse. En medieteoretisk forståelse af den aktive mediebruger og et fokus på meningsudvekslingen mellem bruger og medie giver min egen undersøgelse et værktøj til at vurdere brugerne digitale møde, da de i interaktionen med VÆGGEN principielt set gør sig til aktive mediebrugere. I en museums kontekst aktualiseres det udvidede audiencebegreb især i forhold til spørgsmål om interaktivitet og deltagelse.

Interaktivitetsbegrebets udvidelse

Interaktivitet er et vigtigt begreb i afhandlingen, fordi det i museal sammenhæng ofte kædes direkte sammen med kvaliteter ved nye medier, som implicit skaber forestillinger om, at digitale medier er bedre egnede til at nå kulturpolitiske og museumsinstitutionelle målsætninger om brugerinddragelse og

¹⁶ Tilgangen skal ikke forstås som en ny metode, snarere foreslår Sandvoss, at man i en mediekonvergerende samtid, hvor kompleksiteten af modtagerrollen stadig øges, vender tilbage til at studere den betydningsudveksling, der finder sted i brugernes aktive engagement med teksten (Sandvoss 2011: 247). Audiencebegrebet er generelt et yderst komplekst og omdiskuteret begreb, og formålet her er ikke at bidrage til dets teoretiske udredning, men at formulere et anvendeligt begreb til brug for egne analyser.

inklusion. Forestillingerne om interaktivitet har rod i medievidenskaben, hvor interaktivitet gennem de senere år særligt er blevet fremhævet i forbindelse med nye, digitale medier som det radikalt nye og som den primære egenskab, der adskiller de digitale medier fra de tidligere analoge medier og massemedier (Lievrouw & Livingstone 2006: 6; McMillan 2006; Jensen 1997: 45): "[...] that is the selectivity and reach that media technologies afford users in their choices of information sources and interactions with other people" (Lievrouw & Livingstone 2006: 6). Det særligt nye består også i en anderledes oplevelse: "The immediacy, responsiveness and social presence of interaction via new media channels constitute a qualitatively and substantially different experience than what was possible via mass media channels" (Lievrouw & Livingstone 2006: 6). Eftersom også ældre og analoge medieformer besidder et interaktivt potentiale, skal det forstås således, at *mulighederne* for interaktivitet er udvidet med nye medier, hvor brugerne også kan være medskabere af indhold.

Karakteristikken af interaktivitet har naturligvis noget at sige for, hvilke behov de digitale medier hævdes at kunne opfylde, og netop begrebets elasticitet og anvendelse i forskellige sammenhænge og fagtraditioner nødvendiggør en præcisering. Den engelske medieforsker Sally J. McMillan påpeger endvidere:

Interactivity is generally considered to be a central characteristic of new media. But it is not enough to say that new media are interactive. It is important to understand what makes them interactive. It is also important to realize that interactivity means different things to different people in different contexts. Understanding interactivity can help practitioners create environments that facilitate interaction. Individuals who use new media can more effectively utilize interactivity if they understand it and for scholars, understanding interactivity is central to developing theory and research about new media (McMillan 2006: 205).

Her kan den danske medieforsker Jens F. Jensen være behjælpelig: I en indkredsning af begreberne "interaktion" og "interaktivitet" indkredser Jensen begrebernes oprindelse i tre forskellige fagtraditioner, der automatisk implicerer forskellige forståelser for deres indhold og anvendelse: Kort sagt vedrører "interaktion" inden for sociologien ansigt-til-ansigt interaktion mellem to mennesker (Jensen 1997; Krotz 2005: 2). Inden for visse fagretninger fremhæves denne interaktionsform som den mest ønskelige: det er bl.a. en bærende ideologi inden for forskningen i uformelle læringsmiljøer som fx museer (bl.a. Hein 1998, Falk & Dierking 1992). Inden for informatikken og medievidenskaberne bruges både "interaktion" og "interaktivitet" til at beskrive forskellige former for kommunikativ udveksling mellem brugere og medier (CMC) eller mellem bruger og maskine (også kaldet human-computer-interaction, forkortet: HCI) (Jensen 1997; se også Krotz 2005: 3). I en museumskontekst kan alle tre former for interaktion og interaktivitet sameksistere i museumsbesøget (ligesom digitale, interaktive projekter kan designes således, at de specifikt understøtter flere oplevelsesformer). Hvorvidt de sameksisterer, afhænger bl.a. af de digitale mediers evne til at facilitere forskellige former for interaktion på samme tid.

Interaktiv museumsformidling

"Interaktivitet" og forestillingerne herom er, ifølge Heath og Lehn (2008), en af nøglerne til at forstå den massive investering i digitale formidlingsformer, som blev fremhævet i afhandlingens indledende kapitel. En af de centrale måder, hvorpå forestillingen om den (inter)aktive museumsbesøgende er skrevet ind i museumsoplevelsen, er gennem "hands-on" interaktivitet (Hazan 2007: 143). I den

dikotomiske diskurs mellem den moderne og den postmoderne museumstypologi beskrives det moderne museum ofte som en slags visuelle "rør-ikke"-steder (Dudley 2010: 11), hvor bevaring af museets genstande prioriteres over brugernes oplevelse (Hazan 2007: 139; Dudley 2010). I det moderne museumsparadigme er museumsbrugeren således underordnet konservatoriske hensyn til genstandene (Dudley 2010), og det ses reflekteret i en kritik af museernes traditionelle udstillings- og fremstillingsform, som ofte følger en hierarkisk og kronologisk orden, der privilegerer historiske og moderne metanarrativer (Hooper-Greenhill 1999; Mordhorst 2001; Mordhorst & Nielsen 1997).

Megen af den nyere museologiske litteratur efterlader det indtryk, at tanken om interaktivitet i museer er ny, og at den er digital. I virkeligheden finder der mange aktiviteter sted på museer, som kan kaldes interaktive og deltagende, uden at de involverer digitale teknologier. Den amerikanske udstillingsdesigner Nina Simon præsenterer en lang række eksempler herpå fra museer og andre kulturinstitutioner (Simon 2010). Også på baggrund af den australske museumsforsker Andrea Witcombs (2006) forskning forstår man, at interaktivitet hverken er en nyhed, eller at den nødvendigvis er digital, men hun angiver en vej til at forklare, hvorfra forståelsen af interaktivitet, som noget der i særlig grad kan kædes sammen med teknologier, stammer. Witcomb refererer således en række eksempler fra europæiske og amerikanske naturvidenskabelige museer og science centre, der daterer tilbage fra bruger-aktiverede modeller i Urania i Berlin i 1889 og frem til Exploratorium i 1969.¹⁷ I den forbindelse, påpeger hun, har der altid eksisteret en særlig sammenkædning mellem interaktivitet og naturvidenskabelige museer og science centre, og netop denne sammenkædning ligger til grund for, at den underliggende ideologi bag interaktivitet ofte bygger på en naturvidenskabelig forsøgs-metodologi. Teknologifisering har samtidig betydet, at interaktivitet i høj grad knyttes sammen med teknologier – og i de seneste 10 år særligt med digitale teknologier (Witcomb 2006: 354; se også Heath & Lehn 2008, 2010). Ifølge Witcomb involverer interaktive installationer på museer næsten altid:

- Tilstedeværelsen af en form for teknologisk computer-medie
- At der bygges videre på en fysisk udstilling eller samling
- En anordning som brugerne kan betjene, hvilket involverer fysisk aktivitet (Witcomb 2006: 354)

Med reference til en lang række museer og museumsundersøgelser argumenterer Witcomb for, at den teknologiske interaktivitetsopfattelse, som generelt informerer museumsformidlingen, implicerer, at museerne selv kun betragter visse dele af deres udstillinger som interaktive. Derfor anskues interaktive formidlingstilbud internt som fundamentalt anderledes end konventionelle oplevelsesmodi. Typisk anskues interaktive komponenter for at være mere underholdende (og endda læringsrige) end traditionel museumsformidling, idet de appellerer til familier og børn (Witcomb 2006: 354) – målgrupper som museerne i høj grad prøver at nå i disse år. Et studie gennemført af den engelske museumsforsker Sharon Macdonald i 2002 viste således, at museumsinspektører følte, at de ved at bruge interaktive installationer i udstillingerne gav den besøgende større bemyndigelse og således var

¹⁷ Den engelsksprogede litteratur anvender ofte substantivet "interactive", når den refererer til interaktive formidlingstilbud i museer (det inkluderer typisk konkrete installationer eller standere med computere i museumsrummet, men betegnelsen er også anvendt om mobile teknologier: se Tallon & Walker 2008). Der synes ikke at herske fuldstændig enighed om, hvad begrebet implicerer – hvilket sandsynligvis skal forklares med, at meget få digitale museums-"interactives" er ens. I afhandlingen holder jeg mig primært til betegnelsen "digitale installationer", og jeg betragter VÆGGEN som en digital installation. Jeg betragter en installation som en form for genstand, der er bundet til en bestemt placering og kontekst, fx et konkret museumsrum eller i VÆGGENS tilfælde Kgs. Nytorv i København. I kraft af dens stedsbundenhed er en digital stander eller installation noget andet end fx en museumshjemmeside, en audioguide eller en mobiltelefon, selvom den naturligvis sagtens kan integrere lignende interaktionsformer i sit udtryk.

mere demokratiske i deres formidlingspraksis (Macdonald 2002 i Witcomb 2006: 355). Generelt reflekterede denne holdning i bredere forstand en proces, hvor "interactivity, choice, and democracy came to be thought of as going together – and as even being interchangeable" (Witcomb 2006: 355). Interaktivitet kædes sammen med at give brugeren et selvstændigt valg og være aktiv (Witcomb 2006: 355). Som også de engelske museumsforskere Heath og Lehn påpeger: "It is assumed that by creating these new forms of 'interactivity' the exhibits and the technologies on which they rely enhance engagement through (social) interaction and thereby provide the resources through which people communicate, and come to understand, science" (Heath & Lehn 2008: 64).

Studier afslører i øvrigt, at integrationen af interaktive virkemidler i museumsudstillinger reflekterer den holdning blandt en række museumsprofessionelle, at museer må blive en del af et samtidigt informationsfund, og at museer må gøre sig i stand til at "tale" et samtidigt mediesprog, hvis de fx vil kommunikere med yngre målgrupper (bl.a. Tigend 1993 og MacDonald 1991, 1992 cit in. Witcomb 2006: 355). Det er betragtninger, som er både interessante og relevante i forhold til afhandlingens udredning af de motiver og intentioner, der fra et museologisk standpunkt ligger bag VÆGGEN som oplevelses-, interaktions- og deltagelsesform, og som derfor analyseres og diskuteres i forhold til resultaterne af brugerundersøgelserne i artikel 1, 2 og 3.

Imidlertid kan nogle af de fremherskende holdninger til interaktivitet og deltagelse også udfordres: I en medieteoritisk kontekst stilles der fx i stigende grad spørgsmål til, *hvor* demokratiske medier egentlig er. I en museumssammenhæng kan forestillingerne om interaktivitet og deltagelse altså nuanceres, hvis man relaterer dem til et større medieteoritisk billede. Det diskuteres nedenstående og udfoldes endvidere i artikel 4.

Mediefaciliteret deltagelse og demokrati

Netop facilitering af brugerdeltagelse er centralt for museernes selvforståelse i transformationen mod at blive mere demokratiske, inkluderende institutioner. Som de amerikanske museumsforskere Tom Satwicz og Kris Morrissey formulerer:

The discussion of user-generated content takes place within the content of a restructuring of relationships between museums, content, and visitors – a shift from museums as provider of content and designer of experiences to the more complex role of facilitator of experiences around content (Satwicz & Morrissey 2011: 196).

Det, som præger tilgangen i litteraturen, er, at nye medier bærer et potentiale for at understøtte museets samfundsmæssigt skiftende rolle, fordi nye medier netop i højere grad end tidligere medier understøtter gensidig dialog. Det falder sammen med et politisk og museologisk ønske om at bevæge sig væk fra monologiske kommunikationsformer og mod større grader af demokrati og inklusion (hvilket i sig selv naturligvis er prisværdige og forståelige målsætninger). Med nye, digitale medieformer skabes en forventning om at kunne nå bredere brugergrupper, hvilket retfærdiggøres på baggrund af mediernes allestedsnærværelse samt det forhold, at "alle" bruger digitale (og til dels sociale) medier i deres hverdag. Siden internettets fremkomst er samfundets kommunikationsformer blevet stærkt påvirket af medier, der giver mulighed for at dele viden og information samt danne og opretholde sociale fællesskaber på tværs af afstande. Digitale medier tillader deltagelse ad flere kanaler og fra forskellige aktører på én gang, og det betyder, at både afsender og modtager kan influere på kommunikationen og meddelelsen (Hjarvard 2008: 41). Netop dette aspekt ved de nye medier har haft afgørende indflydelse på tankerne om det demokratiske potentiale, som digitale teknologier indbefatter. Det gælder også for

museerne. I medieforskningen har man dog allerede i nogen tid stillet kritiske spørgsmål ved mediernes demokratiske potentiale. Som Lievrouw og Livingstone påpeger:

Perhaps what is most notable about the sheer volume of interest and work in this area is that it has been build on the assumption the ubiquity of ICTs is a public good, with surprisingly little analysis of whether ICTs are, indeed, to be uncritically promoted, or whether gaining access to the Internet or other new media technologies is so obviously a 'good thing' (Lievrouw & Livingstone 2006: 6).

I museal sammenhæng kan forestillingen om digitale mediers demokratiske potentiale, som ofte her kædes sammen med deltagelse, synes paradoksalt taget i betragtning, at deltagelse på internettet og sociale medieplatforme generelt følger et 90-9-1-princip, som implicerer, at 90 pct. af brugerne blot modtager, 9 pct. kommenterer eller tilføjer og 1 pct. skaber materiale – et fænomen som usability-eksperten Jakob Nielsen kalder "participation inequality" (Nielsen, 2006). Der er ingen anledning til at tro, at deltagelsen i fx web-facilerede museumsprojekter skulle være større (Simon, 2010). Det rejser spørgsmål om, hvem man egentlig når med anvendelsen af online teknologier i museumsformidlingen? Og mere generisk kan man spørge til, hvor demokratiske digitale medier i virkeligheden er? Det er spørgsmål, jeg diskuterer i afhandlingens artikel 2 og 4.

Også den franske kulturforsker Jean Francois Lyotard (1984) udfordrer den for ham utopiske idé, at medier skulle kunne afføde et demokratisk forhold mellem brugere og institutioner ved at fremme flersidede narrativer, bedre adgang til information og interaktivitet. Han foreslår i stedet, at nye teknologier fortsætter med at understøtte etablerede magtforhold. Her kunne man i øvrigt, som en bemærkning til museumsforskningens udprægede kritik af traditionelle, kronologiske, hegemoniske udstillingsformer, indskyde, at også databasen og den digitale fremstillingsform er kodet med kulturelle betydninger og værdiladninger (Manovich 2001: 15-16). Databaser er i sig selv kulturelle objekter, som privilegerer bestemte modeller af verden og menneskelig erkendelse og oplevelse – som omvendt influerer på, hvorledes brugerne tolker de data, der indeholdes og repræsenteres heri (Manovich 2001: 37). Også Cameron (2003) påpeger, at, selvom organiseringen af museers samlinger i søgbare databaser understøtter poststrukturalistiske, pluralistiske fortælleformer, som kan bryde med moderne hierarkiske og ofte kritiserede fremstillingsformer, skaber databaser imidlertid også deres eget katalogiseringssystem og dermed billede af verden. Det er en pointe, som ofte overses i den fremherskende politiske og museologiske debat om digital museumsformidling, repræsentation og deltagelse.

Menneske-computer-Interaktion (HCI) og nye kommunikative grænseflader

Et helt centralt spørgsmål for afhandlingen er, hvordan tanker om interaktion og deltagelse, og måderne de faciliteres på, udfolder sig, når formidlingen bliver digital. I forbindelse med nyere intelligente teknologier adskiller den af Jensen ovennævnte sidste form for interaktion mellem menneske og maskine sig basalt set fra tidligere former for medieret kommunikation og mediereception ved, at der finder en gensidig kommunikationsproces sted mellem en person og et intelligent software/hardware-system (Krotz, 2005: 3-4). I den sidste instans kan man tale om, at brugeren "taler" eller interagerer med designeren af systemets alter ego (Krotz 2005: 4). Krotz (2005) og McMillan (2006) påpeger i forlængelse heraf, at man på dette niveau (HCI) kan tale om forskellige typer af interaktive systemer, samt at disse må differentieres i forhold til fx niveauet af kontrol over "dialogen" m.m. Her

bliver det bagvedliggende system vigtigt, hvilket er et aspekt, jeg i særlig grad berører i afhandlingens artikel 3.

Når jeg gennem afhandlingen henviser til, at VÆGGEN er interaktiv, betyder det først og fremmest helt konkret, at brugeren via VÆGGENs interface kan interagere "hands-on" via skærmen med det bagvedliggende indhold. Brugeren bestemmer på den måde selv sin sti gennem indholdet og informationsniveauet. I den sammenhæng er det centralt at analysere det interaktive råderum nærmere. Hvordan er det struktureret, og hvilke muligheder har brugeren? Dette hænger sammen med det digitale, grafiske designs multimodale og hypertextuelle karakter, hvilket grundlæggende betyder, at interfacet – lige som det er tilfældet med websteder i øvrigt – ofte ikke vil være struktureret med henblik på en lineær læsning, og at det udtrykker sig via et kommunikationssystem, som skal være forståeligt for brugeren. Et vigtigt led i undersøgelsen af dette skal findes i en analyse af den konkrete udformning og det konkrete design af den grafiske brugergrænseflade.

Design- og interfaceanalyse

I afhandlingens analyser (artikel 1, 2 og 3) fokuserer jeg overvejende på brugernes interaktion med VÆGGENs fire multitouch-skærme, da det er her, museumsindholdet præsenteres og her, det digitale interaktive potentiale ligger. Det er ydermere i interfacet, at intentionerne og ideologierne om interaktivitet og deltagelse udmøntes i det konkrete design. Derfor vægter jeg analysen af brugernes interaktion med selve mediet, dvs. VÆGGENs funktionelle aspekter, højt. Hertil anvendes web- og designanalyse som det primære teoretisk-metodiske greb.

Webdesignet som analytisk greb

Analysen af VÆGGENs interface er inspireret af den danske medieforsker Ida Engholms model til analyse af hjemmesider, som opstilles i antologikapitlet "Webgenrer og stilarter – om at analysere og kategorisere websites" (Engholm 2004). Modellen tager afsæt i en klassisk designanalyse, der formuleres over dimensionerne konstruktion, funktion og form, og websites beskrives i denne model som et interdisciplinært felt, der kommunikerer med brugeren gennem forskellige virkemidler. Erkendelsesteoretisk retter modellen sig mod de betydningspotentialer, der gestaltes i et interfacedesigns forskellige modulære sammensætninger. Vægten ligger overvejende på forholdet mellem designet og personlige samt situationelle aspekter, der er med til at definere aflæsningen og anvendelsen af designet i en konkret brugssituation. I afhandlingens første artikel bruges modellen både som grundlæggende deskriptiv ramme for analysen og som udgangspunkt for at diskutere funktionelle, brugsmæssige og æstetiske aspekter af brugernes oplevelse af VÆGGEN. Modellen udredes nærmere i artikel 1, men jeg skal her opsummere overvejelserne, der ligger til grund for analysen. Hermed præciseres også et for afhandlingen centralt begreb, navnlig "interface" (begrebet bruges sideløbende med det danske ord "brugergrænseflade"), idet jeg læner mig op ad Engholms forståelse heraf. Engholm definerer et "interface" som det lag af visuel (og grafisk) mediering, der er placeret mellem bruger og data (2004: 58). Et digitalt interface er således den brugergrænseflade, hvorigennem brugerne får adgang til interaktion med VÆGGENs indhold.

Med afsæt i medieteoretikeren Lev Manovich (2000) beskriver Engholm brugerens rolle i forhold til det grafiske interface som dobbelt, idet den er kendetegnet ved, at interfacet både fungerer som billede og redskab:

For brugeren fungerer interfacet både som et redskab, som man kan betjene sig af til at bevæge sig rundt i sitet, og som mediedesign, der ligesom grafiske tryksager, reklamer og tv-grafik giver indholdet og brugsfunktionerne et visuelt udtryk. Den dobbelte funktion betyder, at websites på den ene side tjener som et 'vindue', gennem hvilket brugeren sanser, opfatter og forholder sig til forskellige tekster, objekter eller sekvenser. På den anden side opfordrer sitet i sin egenskab af at være interaktivt til modtagerens aktive inddragelse. Brugeren svinger således mellem en *modtagerposition*, som kan sammenlignes med tv og film, og *aktiv medvirken* lig en fysisk hverdagskontekst, hvor mennesker interagerer med objekter i deres omverden (Engholm 2004: 58. Min kursivering).

Dette dobbelttydige forhold er vigtigt at medtænke i en brugerorienteret analyse af en museal skærm, der både medierer og kommunikerer musealt genstandsindhold (digitaliseret arkivmateriale) og inviterer brugeren til at deltage aktivt. Hvor Engholm primært anvender modellen til en statisk analyse af websites, bruger jeg den som et udgangspunkt for tolkning af konkrete brugssituationer og de betydningsdannelser, der opstår i mødet mellem bruger, installation og byrum. På baggrund af en sådan holistisk orienteret analyse skal det indkredses, hvilke betydningspotentialer VÆGGEN indeholder fra et brugerorienteret perspektiv. Til trods for at VÆGGEN ikke udelukkende er et online medie, men snarere må betegnes en multimedial installation, indeholder brugergrænsefladen en række træk, der gør den sammenlignelig med opbygningen af andre grænseflader i eksempelvis hjemmesider. Som jeg udfolder i artikel 3, er dette en kommunikativ præmis, for at brugerne overhovedet kan genkende og interagere med skærmene, dvs. for at de kan modtage og forstå det budskab, som ligger i ethvert design.

Reception af digital design

Der er et afsender-modtager-forhold i design, som gælder for alle kommunikative handlinger. I *The Language of New Media* (2000) påpeger den russisk-amerikanske medieteoriker Lev Manovich om vigtigheden af dette afsender-modtager-forhold, at "Interactive media ask us to identify with someone else's mental structure [...] the computer user is asked to follow the mental trajectory of the new media designer" (2001: 61). Heri identificerer Manovich en central problematik i netop afsender/modtager-forholdet, som vedrører digitalt design: nemlig brugerens aflæsning af designet. Denne aflæsning bliver helt afgørende for brugerens oplevelse. Det er et argument, jeg fremfører i afhandlingens artikel 3, hvor jeg, med afsæt i særligt den amerikanske computerteoretiker Donald A. Norman og socialsemiotiker Gunther Kress, diskuterer brugernes aflæsning og forståelse af VÆGGENs design.

I artiklen "Affordance, conventions, and design" (1999) præsenterer Norman med begreberne (perceived) affordances, constraints og conventions en række grundprincipper i design af digitale brugergrænseflader, som er særligt vigtige for brugerens forståelse af digitalt design.¹⁸ Perceived

¹⁸ Affordancebegrebet stammer oprindeligt fra social-antropologen James J. Gibson, der introducerede det i 1979. Affordances kan beskrives som de handlinger, værdier og betydninger, som omgivelserne tilbyder en aktør (et dyr eller menneske). Det er en teori, som er blevet videreført i en række forskellige sammenhænge, bl.a. af Donald A. Norman i forbindelse med computere og grafisk design. Det skal understreges, at Normans oprindelige affordancebegreb er blevet kritiseret – ikke mindst af Norman selv – fordi det ofte er blevet misforstået. Med begrebet perceived affordance præciserer Norman (1999) således, at begrebet refererer til de opfattede og faktiske egenskaber ved et design, men at primært de opfattede affordances er relevante i forbindelse med computerdesign.

affordances¹⁹ (opfattede egenskaber) handler grundlæggende om, at der eksisterer et relationelt forhold mellem et designs teknologiske muligheder og aktørers opfattelse af disse. Dermed afhænger et medies (perceived) affordances også af de egenskaber, såsom personlige motiver eller kulturelle konventioner, som de, der bruger mediet, bringer med sig. I forbindelse med computerdesign spiller både kulturelle konventioner og begrænsninger en stor rolle, fordi der her er tale om tillærte "regelsæt". Design er en slags sprog, et arbitrært repræsentationssystem, der bygger på kulturelle konventioner og begrænsninger. Designeren skal holde sig inden for rammerne af de konventioner, der gælder for dette sprog, for at modtageren kan få fuldt udbytte af designet.²⁰ Norman kobler til kognitive og socialt forankrede dimensioner af menneskelig, aktionsbaseret handling og fortolkning i forklaringen på, hvad et design må tage højde for, for at det skal være forståeligt og anvendeligt for brugerne. Hans underliggende pointe er, at når mennesker anvender computere, kommunikerer de ikke bare med et system, men indirekte med mennesket eller "hjernen" bag det system (jf. note om "mental model"). Teknologi er i den forstand ikke blot et teknisk/praktisk anliggende. Design skabes til og for nogen, og for at være forståeligt for menneskelige brugere må det bygge på menneskelig erkendelse og perception. Dette er en betragtning, som i høj grad reflekteres i nærværende projekt, og det er et bærende argument i afhandlingen, at netop designdimensionen er særligt relevant i en museal brugskontekst.²¹ Det udfoldes særligt i artikel 3. Selvom Normans teori efterhånden har over et årti bag sig, er den stadig anvendelig, fordi den bygger på nogle universelle principper i forhold til afsender-/modtager-apektet af menneskelig kommunikation og interaktion med computersystemer, som i princippet er anvendelige på alle typer af design og systemer.²²

Også den tyske medieprofessor Gunther Kress beskæftiger sig med vigtigheden af, at digitalt design designes på en forståelig måde for brugerne. Omend både Kress og Norman arbejder med designets udtryksform og dets forståelighed for brugeren, beskæftiger Kress sig i højere grad med betydningsindholdet i en semiotisk forståelse af betydning. For begge forskere gælder det dog, at interaktionen med digitalt design er en art kulturelt tillært sprog, som vi får kendskab til gennem hverdagsbrug, hvorigennem de bliver indoptaget som en integreret del af vores sociale og kulturelle

¹⁹ "Affordance" kan tilnærmelsesvis oversættes "visuel tilkendegivelse af tings egenskaber" eller "visuel bedømmelse af tings egenskaber" (Ordbogen.com: <http://www.ordbogen.com/opslag.php?word=affordance&dict=auto>). I mangel af en præcis dansk oversættelse anvendes det engelske begreb.

²⁰ Det implicerer naturligvis ikke, at nyt design ikke kan opfindes – Microsoft og Apple udvikler jo fx også løbende deres designs – men det betyder, at design som ethvert andet sprog bygger på normer og konventioner, der kun ændres langsomt over tid.

²¹ Også Donald A. Norman arbejder i bogen *The Design of Everyday Things* (1988) med begrebet "mental model". Han bruger her begrebet til at beskrive, hvordan et system er designet og implementeret på baggrund af designerens mentale model. Gennem interaktion med systemet/designet udvikler brugeren en mental model af, hvordan, hun tror, det fungerer. Denne model anvender brugeren til at skabe mening i interaktionen, til at forudsige, hvordan systemet fungerer og til at forklare, hvorfor systemet/designet reagerer, som det gør. Eftersom designer og bruger sjældent taler direkte sammen, bliver designerens materialisering af sin mentale model af et system/design den eneste måde, hvorigennem han/hun kan afsløre modellen til brugeren, og her kan opstå et problem, fordi designerens mentale model ikke nødvendigvis altid stemmer overens med brugerens. Designeren kan altså kun "tale" med brugeren gennem systembilledet eller designerens materialiserede mentale model og denne udtryksform er, som enhver tekst, åben for fortolkning. Selvom jeg finder konceptet om "mental model" interessant i forhold til analyse af VÆGGENS design, er jeg relativt sent blevet opmærksom på tilgangen, og jeg arbejder derfor i afhandlingen (artikel 3) med Normans (1999) andre begreber, affordances, conventions og constraints, som han har udviklet til og applikerer specifikt på design af computersystemer og digitale brugergrænseflader.

²² Normans klassiker *The Design of Everyday Things* (1988) handler da også, som titlen antyder, om andre former for design end digitalt.

praksisser og konventioner. Det digitale design kan således forstås semiotisk – det må bygge på en slags fælles sproglig referenceramme. For Kress er det multimodale kommunikationslandskab, som omgiver os i dag, i høj grad påvirket af måderne, hvorpå designere former deres beskeder. Forud for ethvert design må der, ifølge Kress, spørges til: “what, in this environment, with this kind of audience, with these resources that are available for implementing my design, given these social, economic, ‘political’ constraints, and with my interests now at this moment, is the best way of shaping that which I wish to make, whether as ‘message’ or as any object (of design)?” (Kress 2004: 6). Betragtningen er vigtig i en museumssammenhæng, fordi den placerer fokus tilbage på afsenderen – frem for det fremherskende fokus på den museumsbesøgendes rolle i betydningsskabelsen, som det museologiske felt af visitor studies har været eksponent for (fx Falk & Dierking 1992; Hein 1998). Det viser nødvendigheden af at integrere viden fra fagdiscipliner, der har særskilt fokus på medier og design – og som samtidig forstår de særlige behov, som museerne har, og de krav der stilles til museumsformidling.

Multimodalitet: en (ny?) oplevelsesform

Multimodalitet og/eller multimedialitet er egenskaber, der ofte fremhæves som et særkende ved digitale mediefremstillinger som websites og internetgrafik (Kress 2003; Engholm 2004; Bolter & Grusin 1999). Netop den multimodale semiotik, som både Engholms model og Kress’ teori repræsenterer, henleder opmærksomhed mod de mange facetter som den moderne kommunikations adskillige semiotiske udtrykssystemer gør brug af, idet den basalt set handler om “... all the means we have for making meaning” (Kress 2003: 1). Multimodalitet er dog – i lighed med interaktivitet – ikke nyt for museerne, men dets hyppige anvendelse i forskellige sammenhænge komplicerer forståelsen af, hvad det egentlig er, multimodalitet kan og dermed også konsekvenserne af dets anvendelse i fx museumsformidling. I princippet har museerne altid integreret multimodalitet som en grundlæggende præmis for deres kommunikations- og udstillingsform. Som den danske museumsforsker Bruno Ingemann påpeger: “En udstilling kan ses som et konglomerat af et utal af fysiske ting: autentiske genstande, tekster, fotografier, modeller, tegninger, planer, lyd, lugte video, lys/dias, multimedier – og så det taktile: rum og overflader” (1999: 155). Selvom multimodalitet i forskningslitteraturen i dag ofte synes at referere til en særlig type af, navnlig digitale, medier, er det i forbindelse med en helhedsorienteret analyse af VÆGGEN som kommunikations- og udtryksform nødvendigt at anvende modalitetsbegrebet i dets udvidede betydning. En digital installation, der er placeret i et travlt byrum og integrerer fysiske genstande (i glasmontrer) og multimodale, digitale, interaktive multitouchskærme i sit udtryk, kan forstås “som en historie, hvor alle disse elementer indgår i den samlede fortælling” (Ingemann 1999: 155). I afhandlingens artikler – dog særligt 1, 2 og 3 – belyses brugernes respons på denne heterogene, sammensatte fortælling af digital, interaktiv grafik, brugeruploads, arkæologiske genstande og byrummets øvrige sansemæssige, visuelle og auditive indtryk. I artikel 4 bredes perspektiverne ud til en bredere medialiseringsteoretisk undersøgelse af, hvorledes digital formidling fundamentalt ændrer ved hidtil kendte repræsentations- og receptionsmodi og derved transformerer relationerne mellem museum, samling og brugere.

5. Metodologi og metoder

Ethvert projekts forskningsdesign og konkrete metodevalg bør afhænge af en lang række faktorer, der strækker sig lige fra projektets bagvedliggende syn på virkeligheden til de praktiske muligheder for indsamling af empiri. Som den britiske samfundsforsker David Silverman påpeger: "Your research strategy must always depend upon what you are trying to find out and the resources you have available to do this" (Silverman 2006: 279). Den danske samfundsforsker Thomas Harboe-Jepsen præciserer i forlængelse heraf, at det først og fremmest er et projekts problemstilling, der ideelt set bør styre valget af forskningsdesign og metode(r) (Harboe-Jepsen 1997: 43). Ethvert valg af metode fordrer således en overvejelse af, hvilke svar den kan hjælpe med at give: Hvilken metodologi er med andre ord bedst egnet til at generere en viden, som kan give svar på mit forskningsspørgsmål? I det følgende vil jeg redegøre for de metodiske overvejelser og valg, som har karakteriseret etableringen af mit projekts forskningsdesign samt indsamling, bearbejdning og analyse af empirisk datamateriale. Det vedrører både de teoretiske og praktiske aspekter, som har påvirket og styret det empiriske arbejde, de anvendte metoder og tilgangen anvendt i analysen af data.

Casestudiet som forskningstilgang

Det kan være svært at undersøge et fænomen i dets fulde omfang på én gang, og man er nødsaget til at foretage et valg: Skal man gå i dybden med én enkelt eller få cases eller foretage en mere bred undersøgelse på tværs af et felt? Jeg har valgt det første, idet jeg anvender casestudiet som afhandlingens overordnede forskningstilgang. Den danske samfundsforsker Bent Flyvbjerg forklarer om casestudiet: "Fordelen ved casestudiet er, at det kan 'zoome ind' på situationer fra det levede liv og teste synspunkter direkte i relation til fænomenerne, efterhånden som de udfolder sig i praksis" (Flyvbjerg 2009: 100). Ifølge Flyvbjerg er casestudiet en velvalgt forskningstilgang, hvis man ønsker kontekstafhængig viden. Casestudier er ofte kendetegnet ved de metoder og underliggende erkendelsesinteresser, som de gør brug af. I forlængelse af Flyvbjerg påpeger Harboe-Jepsen om casestudier og de metoder, de typisk anvender, at:

Hensigten i casestudiet er at tilvejebringe et *dybere* indblik i afgrænsede enkeltområder (cases), og casestudiet er netop kendetegnet ved dets udforskende/eksplorative afdækning af alle hjørnerne inden for et problemfelt. Dette indebærer, at *indsamlingsmetoderne* i casestudier hovedsageligt er kvalitative metoder – især de kvalitative metoder der primært opererer med indføling og indlevelse, hvilket for eksempel er tilfældet i deltagerobservation (Harboe-Jepsen 1997: 38).

Fordelen ved casestudier er altså dybden (Flyvbjerg 2001: 158; Harboe-Jepsen 1997), mens de til gengæld ofte mangler den bredde, som eksempelvis kvantitativ forskning i form af spørgeskemaundersøgelser eller stikprøver kan generere. Der er dog bred enighed om, at netop forskellen på den type af viden, som de kvantitative og kvalitative tilgange kan producere, gør dem anvendelige til forskellige typer af undersøgelser (Schrøder et al. 2003; Yin 2004; Silverman 2001, 2006). Det er kendetegnende for kvalitative undersøgelser, at svarene ikke kan kvantificeres og optælles på samme måde, som det er muligt i fx spørgeskemaundersøgelser. I stedet er det den kvalitative forsknings styrke at påvise detaljer og nuancer og dermed dokumentere en diversitet, som den kvantitative forskning ikke kan rumme. I den forstand kan et kvalitativt metodisk afsæt styrke

nærværende afhandlings fokus på at afdække betydninger og forstå sammenhænge mellem dele, helhed og kontekst.

Harboe-Jepsen anfører, at casestudiets potentielle kompleksitet gør ”selve afgrænsningen og den efterfølgende udvælgelse af aktører og enheder vigtig” (Harboe-Jepsen 2006: 69). Ethvert casestudie giver anledning til spørgsmål om, hvorfor den pågældende case er valgt, samt om viden fra casen siger noget om andet end den specifikke case (Vestergaard 2012: 48). Sagt med andre ord: Hvorfor har jeg valgt VÆGGEN som case, og hvilke former for viden kan en analyse af VÆGGEN og VÆGGENs brugere generere? Er viden erhvervet fra VÆGGEN som case på nogen måde generaliserbar? Hvilke empiriske elementer skal indgå i undersøgelsen af min case, og hvilke metoder skal bruges til indsamling og efterfølgende analyse af det samlede datamateriale? I mit tilfælde er VÆGGEN valgt af flere årsager, der spænder fra det specifikke over det generelle til det mere praktiske: da jeg planlagde mit forskningsprojekt, var VÆGGEN en ny, stor satsning inden for digital museumsformidling, og den var speciel både pga. dens størrelse, dens specialtillavede design, dens placering i et byrum og dens kontekstuelle sammenhæng til de sideløbende arkæologiske udgravninger i forbindelse med Metrobyggeriet i København. Som digital, interaktiv og deltagelsesfaciliterende formidlingsinstallation repræsenterer VÆGGEN i bredere sammenhæng nogle aktuelle strømninger i såvel museumsverdenen som i politiske og teoretiske diskurser.

Ofte kan det være ganske praktiske overvejelser, der afgør udpegningen af en case (Silverman 2006). Det kan måske lyde banalt, men, som Vestergaard påpeger (2012: 48), kan manglende eller begrænset adgang være en væsentlig hindring i udførelsen af et forskningsprojekt. En rent praktisk årsag til, at valget faldt på VÆGGEN, har da også været, at jeg gennem en forudgående tilknytning til Københavns Museum allerede havde god adgang til og viden om den konkrete case og om hele udviklingsforløbet. Det forudgående kendskab sikrede, at jeg ikke bare havde god adgang til at indsamle data, men at jeg også løbende kunne få udbygget min viden om beslutningsprocesser og den videre udvikling af VÆGGEN. Dette betragter jeg som en styrke ved valget af VÆGGEN som case.

Kvalitative brugerundersøgelser: multimetodisk tilgang

VÆGGEN er både genstand for brugernes interaktion, og den er i sig selv analyseobjekt. Dette dobbelte forhold fordrer en multimetodisk tilgang. I det følgende sammenfattes indholdet i den samlede konstellation af empiri, inden hver enkelt metode introduceres nærmere.

Brugerundersøgelsen ved VÆGGEN

Da min problemstilling fokuserer på brugernes interaktion med og fortolkning af VÆGGEN, har materialet, der er indsamlet og analyseret i forbindelse med brugernes anvendelse af VÆGGEN, stor vægt i metodeovervejelserne og i det genererede og analyserede materiale. Metoderne, jeg i den forbindelse anvender og kombinerer, er kvalitative og omfatter observationer og interviews. Den samlede brugerundersøgelse ved VÆGGEN omfatter 40 timers observationer og 19 semistrukturerede samtaler med i alt 32 brugere af VÆGGEN.²³ Observationerne består sammenlagt af omtrent 400 brugssituationer²⁴ af meget varierende længde fra ca. 10 sekunder til 40 minutter. En bruger defineres meget bredt i projektet, idet jeg i de kvalitative brugerstudier simpelthen definerer en bruger som

²³ I afhandlingens artikel 2 angives det, at interviewdelen af studiet bygger på 30 informanter fordelt på 20 samtaler. Det beror på en optællingsfejl: Det korrekte antal er 32 informanter fordelt på 19 samtaler.

²⁴ Da op til otte personer kan interagere med VÆGGEN på én gang, og der derfor ofte foregik flere interaktioner ved forskellige grupperinger af brugere på samme tid, har det ikke været muligt at optælle antallet af brugssituationer præcist. Antallet er fremkommet gennem et beregnet gennemsnit af tre timers observation.

enhver, der har nærmet sig VÆGGEN, hvad enten personen kommer alene eller i en gruppe. Det indebærer, at en bruger ikke nødvendigvis selv har rørt ved VÆGGEN, men har deltaget verbalt og socialt i interaktionen med VÆGGEN gennem kommentarer, vejledning og forslag til den interaktion, som deres ledsager(e) udøver. En brugssituation defineres som en situation, hvor én eller flere brugere frivilligt interagerer med VÆGGEN. Brugssituationerne i undersøgelsen varierer mellem et forskelligt antal brugere fra én til større grupper af op til ti personer. Jeg har gennemført to runder af brugerstudier ved VÆGGEN på Kgs. Nytorv i København i sommeren 2010 (slutningen af april til juli) og vinteren 2011 (februar til begyndelse af marts). Som supplement til mine observationer og brugerinterviews har jeg fra september til november 2010 medvirket til en brugerundersøgelse gennemført af analysefirmaet Snitkergroup for Københavns Museum, som har kunnet supplere resultaterne fra mine egne brugerundersøgelser. Snitkergroups brugerundersøgelse bestod af en tænkehøjt-test med 15 brugere af VÆGGEN samt tre fokusgruppeinterviews med i alt 11 deltagere.

For at belyse hvordan brugerne selv italesætter deres brug og oplevelse af VÆGGEN, har jeg valgt at supplere observationerne med interviews med en række af brugere efter deres interaktion med VÆGGEN. Denne metodiske tilgang er valgt, fordi jeg ønsker at undersøge brugernes oplevelser gennem både handlinger og gennem verbale italesættelser (fysisk/verbal interaktion). Målet har dermed været at få et indblik i såvel, hvad brugerne af VÆGGEN *gør*, som hvad de *fortæller* om det, de *gør*. Det betyder ikke, at jeg *gør* mig forestillinger om at kunne få et mere sandt indblik, men snarere at kombinationen af metoder kan bibringe et mere fyldestgørende billede af brugernes interaktioner. Hertil kommer, at det kan rumme analytiske indsigter at fokusere på modsætninger mellem, hvad informanterne siger, og hvad de *gør*. Samtalerne kan desuden give en indsigt i, hvordan brugerne af VÆGGEN udtrykker deres oplevelser med og af museer og af digital formidling. Dette fokus ligger i forlængelse af nyere medievidenskab og især receptionsanalyse, hvor man er opmærksom på, at hverken observationer af eller interviews med mediebrugere giver et direkte billede af informanternes oplevelse (Schrøder et al. 2003: 30). Derimod åbner informanternes vægtning og italesættelse mulighed for at studere, hvordan de selv fortolker og forstår, hvad de har oplevet. Forstået gennem den konstruktivistiske optik, jeg anlægger, har hverken jeg eller brugeren selv adgang til en sand eller ufortolket adgang til brugernes oplevelse eller til, hvad der sker i tolkningen mellem tekst og læser. Jeg fokuserer altså på brugernes handlinger og deres italesatte oplevelser ud fra en forudantagelse om, at jeg ikke kan få umedieret adgang til deres subjektive oplevelses- eller meningsunivers.

VÆGGEN som analyseobjekt

Projektet former sig som et receptionsstudie, hvor fænomenet eller genstanden, der reciperes, er VÆGGEN og mere konkret VÆGGENs design og kulturhistoriske indhold. VÆGGEN fungerer både som museal repræsentations- og interaktionsform. Det empiriske afsæt for en analyse af VÆGGENs tekniske og grafiske design er billeder indsamlet af og ved VÆGGEN, beskrivelser fra VÆGGENs designere og information hentet fra Københavns Museums og VÆGGENs hjemmesider. Jeg har valgt også at interviewe en af museets inspektører, og jeg har løbende haft mere uformelle samtaler med museets direktør og de øvrige ansatte i formidlingsafdelingen, som har ansvar for VÆGGENs drift og udadrettede aktiviteter. For at få øget indsigt i processen omkring udviklingen af VÆGGEN har jeg deltaget i formidlingsmøder og møder med projektteamet, der har konstrueret VÆGGEN. I den forbindelse har jeg indsamlet data i form af mødenotater, referater, tekniske beskrivelser mm. For at kunne understøtte fortolkningen af mine observationer har jeg med hjælp fra Gibson International, det new zealandske designfirma der står bag VÆGGEN, indsamlet film fra VÆGGENs overvågningskameraer. Som det

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

Observationer ved VÆGGEN

Observationsmetoden er oplagt, når man, som det har været tilfældet i mit projekt, ønsker at undersøge begivenheder, der udspiller sig i deres naturlige kontekst (Silverman 2006: 21). En ulempe ved metoden er, at den er stærkt tidskrævende, hvis der skal skabes et tilstrækkeligt stort observationsmateriale til at kunne afdække tilbagevendende mønstre og temaer i brugerinteraktionen (Harboe-Jepsen 1997: 25).

Der findes forskellige observationsformer, som hver især reflekterer de videnskabsteoretiske og erkendelsesmæssige interesser, man søger at afdække. Harboe-Jepsen skelner mellem den ikke-deltagende og den deltagende observatør, hvor han beskriver den første som en "analytisk-registrerende tilskuer, som bevidst stiller sig i baggrunden" (Harboe-Jepsen 1997: 25), mens den deltagende observatør i højere grad "deltager eller handler som et medlem af det miljø, som bliver undersøgt" (Harboe-Jepsen 1997: 25). Deltagerobservation er særligt udbredt inden for sociologien og antropologien, hvor forskeren ofte må deltage direkte i eller være tæt på de forskellige aktører i miljøet for at kunne indsamle de nødvendige data. Ofte vil der dog være tale om en kombination af ikke-deltagende og deltagende observation, ifølge Harboe-Jepsen. I forbindelse med mine observationer ved VÆGGEN har jeg primært gennemført ikke-deltagende observation, hvor jeg har observeret brugere af VÆGGEN på afstand. I situationer, hvor jeg er trådt hen til VÆGGEN for at hjælpe brugere og derigennem har talt med dem om deres oplevelse, kan man dog tale om, at jeg gennem min intervention har udført en form for deltagende observation. Udover disse in-situ observationer, som er blevet udført som direkte observationer på stedet, har jeg gennem film fra VÆGGENs overvågningskameraer haft adgang til en form for indirekte observation til brugssituationer, der enten er foregået på tidspunkter, hvor jeg ikke har været fysisk til stede ved VÆGGEN, eller som har filmet mine observationer fra en anden vinkel end derfra, hvor jeg stod og observerede under de direkte observationer. De indirekte videoobservationer er primært blevet anvendt som en slags efterfølgende "hukommelse" for og validering af noterne fra de direkte observationer.

Mine observationer er ikke sammenlignelige med et antropologisk feltarbejde udført over længere tid og gennem afsøgning af en slags "'indefra-forståelse' af de studeredes situation og livsverden" (Kristiansen og Krogstrup 1999: 16, cit. in Järvinen & Mik-Meyer 2005: 18). De observerede personer er anonyme, og formålet har, som allerede nævnt, i mindre grad været at undersøge deres subjektive forståelse (eller "meningsunivers") af VÆGGEN. Fokus for mine observationer har med andre ord været "den mening, som bliver observeret gennem konkret og observerbar interaktion." (Järvinen & Mik-Meyer 2005: 18). På baggrund af min problemstilling lå der i mit observationsarbejde et naturligt fokus på handlinger: Hvad gør brugerne? Med hvem? Hvordan? Hvorfor? Hvad siger de?

For at skabe et relativt struktureret og analytisk systematiserbart materiale har jeg anvendt en observationsmetode, der tager udgangspunkt i en række på forhånd definerede observationskriterier, som reflekteres i nedenstående skema. Hvor den vandrette akse reflekterer et fokus på at identificere, hvem brugerne er, samt på deres indbyrdes relation og positionering i forhold til andre brugere af

VÆGGEN og i det omkringliggende byrum generelt, fokuserer kriterierne i den lodrette akse på at identificere brugernes konkrete interaktion med VÆGGEN.²⁵

Observationer ved VÆGGEN	Aktører/brugere (køn, alder, individ eller gruppe)	Rum/positionering i forhold til andre brugere og skærmen	Relationer/brug af VÆGGEN
Hvem, hvor og hvornår?			
Hvem gør noget?			
Hvad gør de? (grader af observation/interaktion med VÆGGEN)			
Hvad siger de? (interaktion med hinanden og andre brugere)			
Hvordan navigerer de indholdsmæssigt?			
Hvordan orienterer de sig i indhold og funktioner? (læser de vejledning ved siden af skærmene, bruger de en hjælp-knap)			
Hvordan forbinder de indholdet i VÆGGEN med egne erfaringer?			

Observationerne har altså dels et medie- og et museumspektiv, dels et socialt perspektiv. Jeg har både været optaget af, hvordan brugerne interagerer med og skaber mening i deres interaktion med mediet og med indholdet i mediet, og jeg har været optaget af, hvem brugerne er sammen med, og hvordan de interagerer socialt med hinanden ved VÆGGEN. Begge aspekter, den medie- og indholdsmæssige interaktion på den ene side og den sociale interaktion på den anden side, er fremtrædende i såvel nyere mediereceptions- som museumsforskning, hvorunder mit projekt placerer sig (fx Schrøder et al. 2003; Falk 2009). Man kan med andre ord sige, at indsamlingen og den efterfølgende analyse af observationerne (og undersøgelsens interviews) følger en materiel og en symbolsk akse, der inkluderer mediets konkrete egenskaber, stedet og konteksten, den fysiske interaktion og brugernes fortolkning og meningsskabelse (tilgangen er inspireret af Schrøder et al. 2003: 89).

²⁵ Det skal understreges, at skemaet er brugt som afsæt for observationerne, og at det reflekterer de overvejelser, jeg har gjort mig i forhold til den viden om brugerne og deres interaktion, som jeg ønskede at indsamle. Skemaet er af praktiske årsager (det ville være for besværligt at stå udendørs med et stort skema) ikke blevet udfyldt i forbindelse med de konkrete observationer, som derimod er registreret i en notesbog.

For at kunne uddybe forståelsen af betydningskabende situationer og sammenhænge mellem bruger og VÆGGEN og mellem bruger og bruger, indeholder observationerne så vidt muligt samtalesekvenser mellem de observerede brugere. Dette har naturligvis primært kunnet lade sig gøre i brugssituationer med to eller flere brugere. Som den danske medieforsker Bruno Ingemann (1999) påpeger, er det i samtalen mellem to brugere, at meningssammenhænge ofte opstår, og det er her, forskeren har mulighed for at skabe en forståelse af brugernes (italesatte) oplevelse. De observerede samtaler er ikke at forveksle med de konkrete semistrukturerede interviews, som jeg har foretaget. Ofte har en samtale mellem to eller flere brugere dog medført, at jeg har kontaktet netop disse brugere med henblik på interview. På den måde har observationer og mere uddybende brugersamtaler informeret hinanden, hvilket også fremgår i kodningen og analysen af materialet (i artikel 1, 2 og 3), hvor der krydsrefereres mellem observationer og interviews.

Observationer i praksis

Observationerne fra april til juli 2010 består af 25 timers fysisk observation støttet af adskillige timers film fra VÆGGENs overvågningskameraer. VÆGGEN har i alt fire overvågningskameraer, som optager fra hver af VÆGGENs ender ind mod VÆGGENs skærme og brugere. Der er ikke lyd på disse optagelser, og pixeleringsgraden er relativt lav, men i analysefasen har gennemsyn af optagelserne gjort det muligt for mig at genkalde brugssituationer og -forløb fra mine observationsnotater og dermed opnå større detaljeringsgrad i mine observationer. Filmene bidrog med mange timers supplerende observationer, der under analysearbejdet kunne bekræfte mønstre i brugernes interaktion med VÆGGEN. Samtidig har jeg brugt dem som back-up og verifikation i forhold til observation af informanterne fra en række af de gennemførte interviews. Jeg foretog en opfølgende observationsrunde fra februar til marts i 2011, som bestod af ca. 10 timers observation. I den mellemliggende periode fra september-november i efteråret 2010 deltog jeg i Københavns Museums brugerundersøgelse, som blev udført af Snitkergroup. Snitkergroups undersøgelse indebar også konkret observation, men som blev efterfulgt af brugertest (tænke-højt-test) ved VÆGGEN, og den havde således et større konkret fokus på at teste brugeranvendelighed (usability) end mine egne undersøgelser.

Mine observationer foregik rent praktisk ved, at jeg i perioder på mellem to og seks timer overværede forbipasserendes brug af VÆGGEN på Kgs. Nytorv i København. Observationerne registrerede jeg i en notesbog. En observation startede typisk, når en eller flere brugere gik hen til VÆGGEN. Jeg har også registreret brugere, som passerede VÆGGEN og kiggede, omtalte eller pegede på den. Det afhang af de konkrete omstændigheder. Jeg har dog koncentreret mig om de brugere, der rent faktisk brugte VÆGGEN, om det så var en ganske kort eller længerevarende interaktion. Jeg har søgt at skabe spredning i observationerne, som ligger bredt fordelt i VÆGGENs åbningstid fra kl. 7-23 og på alle ugens dage. Ræsonnementet for spredningen var, at der må formodes at være en forskel på, hvordan og af hvem byrummet, og dermed VÆGGEN, anvendes på forskellige årtider samt på hverdage og i weekender. Jeg har på den måde været bevidst om, at jeg undersøgte en interaktion, der udspillede sig i en anden kontekst og på nogle andre betingelser end de, der finder sted i et traditionelt museumsrum.

Byrummet omkring VÆGGEN er meget levende og aktivt om sommeren: I slutningen af juni måned er der fx tradition for, at nyudsprungne studenter fra Københavnsområdet mødes på Kgs. Nytorv, hvor de danser om pladsens rytterstatue og fejrer deres nyerhvervede hue. Om vinteren tager rummet mere karakter af gennemgangsrum, og brugerne haster hen over pladsen fra én destination til en anden. Ydre faktorer må formodes at have en indvirkning på, hvor længe en bruger stopper for at bruge en digital skærm. Jeg har altså også måttet medtænke sådanne ydre faktorer, der kunne præge de aktiviteter, der

fandt sted i byrummet og foran VÆGGEN, og som kunne påvirke brugernes handlinger og anvendelse af VÆGGEN. Motivationen for at indtænke disse faktorer i undersøgelsesdesignet var dog ikke at opnå dybere erkendelse i, hvorledes fx årstider på forskellig vis påvirker brugen af en digital installation. Det skal snarere ses som et forsøg på at skabe en spredning i observationerne: Ved at indsamle data i hele VÆGGENs åbningstid og på flere årstider kunne jeg bedre se bort fra de ydre omstændigheder og udtale mig mere generelt om den konkrete interaktion, der fandt sted i brugen af VÆGGEN, og det er da også, hvad jeg har gjort i afhandlingens analyser.

Interviews med VÆGGENs brugere

Når en undersøgelse også søger at nærme sig en forståelse af, hvordan brugerne selv italesætter deres handlinger, er det kvalitative interview en oplagt metode (Harboe-Jepsen 1997). Forskningsinterviewet er, ifølge den norske ekspert i samfundsvidenskabelig metode Steinar Kvale (1997: 130), en særlig form for menneskelig interaktion, hvor der udvikles viden gennem dialog. Interviewet er dog ikke en gensidig interaktion mellem to ligeværdige partnere, ej heller en neutral teknik til at opnå upåvirkede svar fra informanten (Kvale 1997: 131). Tværtimod er der en voksende opmærksomhed mod interviewet som social praksis, der er situeret i en specifik historisk og kulturel sammenhæng (Kvale og Brinkmann: 2009). Interviewet må derfor ansues "som en aktiv interaktion mellem to og flere personer, der leder til socialt forhandlede, kontekstuelt baserede svar" (Brinkmann og Tanggaard 2010: 30).

Det semistrukturerede interview

Ifølge Kvale kan forskningsinterviewets grad af struktur variere fra det helt åbne interview, hvor et enkelt introducerende interview sætter temaet for interviewet, over det semistrukturerede interview, som har en forudbestemt tematisk ramme, hvori rækkefølge og form er åbne til at forfølge svar, som kan lede til nye veje, til det meget velorganiserede interview, hvor spørgsmålene og deres rækkefølge er fastlagt på forhånd (Kvale 1997: 131; se også Brinkmann og Tanggaard 2010: 34). I mine undersøgelser har jeg foretaget to typer af interviews: ustrukturerede interviews og semistrukturerede interviews – dog med hovedvægt på det sidste. Begge typer af interviews er foretaget i forbindelse med mine observationer. De ustrukturerede interviews var korte, og jeg fulgte ikke en interviewguide. De havde en udforskende og opklarende karakter, idet de simpelthen er foretaget i forbindelse med konkrete brugssituationer for at udvide min forståelse af brugernes aktiviteter og interaktioner. De er således præget af, at jeg spørger ind til meget specifikke handlinger og refleksioner.

De semistrukturerede brugerinterviews følger en interviewguide, som kan ses i vedlagte bilagsmateriale (bilag 2 og 3). Kvale (1997) beskriver, hvordan forberedelsen af en interviewguide må tage hensyn til senere analysemetodiske stadier. Planlægger man fx en narrativ analyse, bør man således give den interviewede tid og plads til at udvikle deres egne fortællinger. I mit tilfælde har jeg ønsket at undersøge, hvordan digital formidling påvirker den konkrete formidlingssituation, og hvilke betydninger brugerne tilskriver VÆGGENs digitale formidling af kulturarv. I min interviewguide er der derfor et naturligt fokus på at undersøge de italesættelser og meningsforhandlinger, der finder sted på baggrund af interaktioner mellem brugerne og VÆGGEN. De indledende observationer af brugerne ved VÆGGEN efter åbningen i april 2010 var med til at forme en del af undersøgelsesspørgsmålene, og således blev samtalerne udført på baggrund af observationerne. Processen var dog langt fra lineær, og interviewguiden blev under alle omstændigheder brugt vejledende. Den semistrukturerede samtaleform

var netop valgt for at skabe åbenhed i forhold til brugernes fortællinger om deres oplevelser af og erfaringer med VÆGGEN, museer og/eller andre relaterede aspekter.

Interviews i et byrum: praktiske overvejelser

Rent praktisk startede alle mine samtaler med en observation. Kriteriet for udvælgelsen var, at brugerne minimum skulle have brugt VÆGGEN i et par minutter for at skabe en baggrund for overhovedet at kunne diskutere deres oplevelse af VÆGGENs indhold og form. Undervejs i min første runde af observationer og samtaler blev det klart for mig, at de mennesker, der brugte VÆGGEN i længere tid, typisk havde en interesse i VÆGGENs indhold, og at dette skabte deres motivation for at blive stående. Dette rejser selvfølgelig en metodisk problemstilling, fordi jeg simpelthen ikke har talt med de mennesker, der blot er gået forbi VÆGGEN og har kørt fingrene hen over skærmen uden at være stoppet op og have engageret sig. Jeg har altså med andre ord ikke fået noget at vide om, hvorfor nogle brugere fravalgte at bruge VÆGGEN. Jeg kunne have valgt at stoppe disse brugere på deres vej videre og spørge ind til deres begrundelse for ikke at ville deltage. Jeg kunne også have valgt at gå ud og finde brugere, der ikke brugte VÆGGEN, bede dem bruge VÆGGEN og herefter diskutere, hvad der skulle til, for at de ville bruge den. Formålet med min undersøgelse var imidlertid i højere grad at diskutere kvalitative aspekter af den oplevelse, et digitalt medie som VÆGGEN kan generere, og sidenhen perspektivere disse refleksioner til bredere og mere overordnede diskussioner om museer og den digitale museumsoplevelse som helhed. Dette krævede, at brugerne jeg talte med, rent faktisk havde en idé om, hvad VÆGGEN var og kunne. Ikke-brugere af VÆGGEN kan have været museumsbrugere, som ikke havde en interesse i digitale medier. De kan også have været brugere af digitale medier, som ikke havde en interesse i kulturhistorisk indhold. Den sidste gruppe stødte jeg på i mine observationer, og de er også i mindre grad repræsenteret i Snitkergruppens undersøgelse, men det var mit overordnede indtryk, at de ikke blev stående særligt længe ved VÆGGEN.

Alle interviews blev gennemført in-situ ved VÆGGEN og i ganske få tilfælde fulgt op af et supplerende interview enten per telefon eller e-mail. Det blev tydeligt, at valget af naturalistiske rammer for interviewet både gav en række muligheder og satte en begrænsning for det materiale, jeg kunne indsamle. Mine informanter var typisk på gennemgang, de kom forbi VÆGGEN og valgte at bruge den her og nu, men var ikke forberedte på at blive interviewet. Dertil kom trafikstøj fra den meget trafikerede vej, der løber omkring Kgs. Nytorv, larm fra det igangværende gravearbejde ved Metrobyggeriet bag VÆGGEN, snak og latter fra andre brugere og forbipasserende m.m., som havde en forstyrrende virkning på samtalerne. Pga. den særlige situation og placering var det derfor heller ikke ikke altid muligt at nå igennem alle interviewguidens spørgsmål. Et konkret problem med lydoptagelserne i både observations- og interviewsammenhæng har således også været baggrundsstøjen, eftersom Kgs. Nytorv er et meget trafikeret byrum.

Ikke desto mindre var det vigtigt for mig at fastholde interviewene ved VÆGGEN, hvor vi samtidig kunne røre skærmen og afprøve de tematikker, som jeg talte med brugerne om. Jeg lavede enkelte opfølgende samtaler med brugere, som bekræftede, at brugerne meget hurtigt glemte, hvad det nu lige var, VÆGGEN kunne, eller hvad de syntes, var særligt spændende eller interessant, når de ikke længere stod ved VÆGGEN. Generelt oplevede jeg, at interviewets her-og-nu interaktion medførte indsigter og beskrivelser, som ikke kunne have været opnået med et off-site interview. At have VÆGGEN ved siden af, så brugerne kunne uddybe deres beskrivelser af oplevelserne, medvirkede til at øge validiteten i dataindsamling og -analyse, fordi henvisninger klargjorde intentioner og refleksioner.

Udvælgelse af informanter til samtaler: undersøge hvem og hvordan?

Samtalerne med brugerne af VÆGGEN omfatter i alt 32 personer. Af disse er 16 mænd og 16 er kvinder. På nær én ung mandlig deltager, er de alle etniske danskere og alle deltagere er københavnere eller har været det.²⁶ Samtalerne blev typisk gennemført med en eller to brugere, men i enkelte tilfælde deltog både tre og fire brugere i samtalen. Jeg havde på forhånd ikke lagt mig fast på et bestemt antal samtaler, men besluttede mig for at afdække det undervejs efter afvejning af, om samtalerne fjede ny viden til forskningsprocessen (denne metode beskrives bl.a. i Brinkmann og Tanggaard 2010: 32). Jeg gennemførte derfor flest samtaler i min første interviewrunde i sommeren 2010, mens den senere indsamlingsrunde i vinteren 2011 blev brugt til at uddybe og kvalificere allerede fundne mønstre i informanternes besvarelser. Efter at have dannet mig overblik over interessante mønstre i brugernes fortællinger gennem den første samtalerunde, udvidede jeg interviewguiden med enkelte uddybende spørgsmål.²⁷

Min hensigt var at opnå størst mulig variation i gruppen af informanter, også selvom man med så få personer ikke kan sikre repræsentativitet i forhold til sociologiske baggrundsvariabler som køn, alder, uddannelse og kvartermæssigt tilhørsforhold (Hastrup 2003: 232). Imidlertid er det med baggrund i det specifikke muligt at sige noget meningsfuldt om det generelle (jf. Flyvbjerg 2001; Silverman 2005: 103). Ellers ville kvalitative brugerstudier være uanvendelige. Indsigten i det enkelte menneskes fortolkninger kan udlede nogle generelle betragtninger på baggrund af hvilke, andre menneskers handlinger og udtalelser kan vurderes og analyseres. Ifølge den danske antropolog Kirsten Hastrup kan interviews ikke stå alene som feltstudie, men må altid bakkes op af observationer og så mange informationer om omstændighederne og vilkårene for interviewet som muligt (Hastrup 2003).²⁸ Derfor står observationerne i nærværende undersøgelse heller ikke alene, men er blevet brugt i kombination med andre kvalitative indsamlingsmetoder.

Jeg har i udvælgelsen af informanter til de semistrukturerede interviews tilsigtet en lige fordeling af køn og en bred aldersinddeling (på henholdsvis over/under 30 år). Det er simpelthen ikke muligt at anlægge et præcist aldersmæssigt skel, når man foretager skjulte observationer. Kun i interviews kan man spørge brugerne om deres alder. Da alder og køn ikke er parametre, som jeg i særlig grad undersøger i forhold til anvendelsen af VÆGGEN, har jeg heller ikke tillagt det særlig vægt i udvælgelsen af informanter, men jeg har søgt at skabe en nogenlunde spredning, som det også fremgår af nedenstående skema.²⁹ Skemaet følger den aldersopdeling, der er foretaget i Snitkergruppens undersøgelser, hvilket medvirker til at styrke disses understøtning af mine resultater.

Interviews ved VÆGGEN (32)	Kvinder (16)	Mænd (16)
+30 år	12	6
-30 år	4	10

²⁶ Turister udgjorde en meget stor andel af de besøgende ved VÆGGEN under min observationsperiode, men jeg observerede kun ganske få tosprogede danskere ved VÆGGEN.

²⁷ Spørgesguider er vedlagt i afhandlingens bilagsmateriale, bilag 2 og 3.

²⁸ Mit projekt kan naturligvis ikke forveksles med et antropologisk feltstudie, men da jeg anvender etnografiske metoder, finder jeg også betragtningen gyldig for mit studie.

²⁹ En undtagelse er artikel 1, hvor jeg tentativt identificerer et skel mellem unges (under 30 år) og ældres (over 30 år) ønsker og tilgang til VÆGGEN. Jeg kan derfor kun udtale mig mere generelt om brugernes anvendelse af VÆGGEN i forhold til deres alder, men min metodiske tilgang tillader ikke mere dybdegående analyse af dette aspekt.

Data fra Københavns Museum (herunder Gibson International og Snitkergroup)

Udover observationer og samtaler med brugere af VÆGGEN samt film fra overvågningskameraer og kvantitative brugerdata leveret af Gibson International har jeg, som tidligere angivet, kunnet supplere mine egne empiriske undersøgelser med en brugerundersøgelse ved analysefirmaet Snitkergroup, som er udført for Københavns Museum. Undersøgelsen omfattede som nævnt en brugertest af VÆGGEN bestående af 15 tænke-højt-tests og interviews af brugere ved VÆGGEN samt tre fokusgruppeinterviews med i alt 11 deltagere: to grupper med fire informanter og en gruppe med tre informanter. Jeg deltog selv ved gennemførelsen af brugertests ved VÆGGEN (dog primært i en observerende rolle), og jeg var både observatør og fik mulighed for at stille uddybende spørgsmål til informanterne i de tre fokusgrupper. Resultaterne fra Snitkergroups analyser har fungeret som et vigtigt supplement til mine egne undersøgelser, og jeg har brugt resultaterne herfra med det sigte at højne reliabiliteten og validiteten af mine analyser.³⁰

I Snitkergroups undersøgelser skelnes der mellem informanternes alder i lidt højere grad end i mine egne. Her er som i mine egne undersøgelser tilstræbt en ligelig fordeling på køn. Brugerne er således delt op i køn og alder på henholdsvis over og under 30 år for at kunne præcisere aldersmæssigt, hvilke målgrupper VÆGGEN tiltrækker og registrere eventuelle forskelligheder i brugen. Skemaerne herunder viser fordelingen på alder og køn i Snitkergroups undersøgelser:

Snitkergroup brugertest (15)	Kvinder (6)	Mænd (9)
+30 år	3	5
-30 år	3	4

Snitkergroup fokusgrupper (11)	Kvinder (5)	Mænd (6)³¹
+30 år	2	4
-30 år	3	2

Det skal præciseres, at alle informanter i såvel min egen som Snitkergroups undersøgelser er dansktalende af den årsag, at ikke al information i VÆGGEN er tilgængelig på engelsk. Selvom VÆGGEN frekventeres af et meget højt antal turister eller besøgende, der taler et fremmedsprog, er VÆGGENs målgruppe defineret af Københavns Museum som danskere, primært københavnere, og det er der taget højde for i brugerundersøgelserne.

VÆGGENs design og interface

Analysen af VÆGGEN skal identificere, hvad der fra et brugerorienteret perspektiv karakteriserer VÆGGEN som museal oplevelses- og repræsentationsform. Det nødvendiggjorde en afsøgning af, hvilke forskellige grafiske og visuelle strategier og virkemidler, der var anvendt i VÆGGENs interface, og hvordan de blev modtaget af brugerne. Analysen former sig i den forstand over et afsender-/modtager-

³⁰ De fulde rapporter fra Snitkergroups undersøgelser er vedlagt i afhandlingens bilagsmateriale, bilag 30 og 31.

³¹ En af de mandlige deltagere i Snitkergroups deltog både i brugertesten og som fokusgruppedeltager.

forhold, hvor VÆGGENS design anskues som en kommunikationsform. Der er derfor ikke tale om en fuldstændig tilbunds gående design- eller usabilityanalyse, men om at identificere elementer i det grafiske design, der havde betydning for brugernes interaktion med og forståelse af VÆGGEN. Udgangspunktet for analysen er altså de konkrete aspekter ved grafik, æstetik, musealt indhold, navigation og teknik m.m., der bringes op i brugernes interaktion med og italesættelse af deres oplevelse af VÆGGEN.

Det er på flere måder vanskeligt at have en digital, multimodal, interaktiv installation som analytisk genstandsfelt. Interfacets hypertextuelle og multimodale karakter implicerer, at receptionen eller "aflæsningen" ikke er struktureret som en lineær læsning, men defineres via navigation i adskillige lag af billeder, tekst, film, lyd og grafik, der i princippet gør hvert besøg på VÆGGEN til en ny og individuel læsning (ikke mindst fordi databasen bag VÆGGEN og dermed brugerens søgemuligheder også hele tiden ændrer indhold, som nye uploads og kommentarer kommer til.). I forbindelse med mine observationer og interviews har jeg løbende taget billeder af VÆGGEN, VÆGGENS brugere og VÆGGENS interface. Billedindsamlingen blev udfordret af, at kvaliteten af fotografier af en digital touchskærm, der står i dagslys, bliver ringe. På samme tid reflekterer det dog den oplevelse af skærbilledet, som også brugerne havde. Som det fremgår af billeder gengivet i afhandlingen, kommer VÆGGENS skærme simpelthen bedst til deres ret i tussmørke eller mørke, hvorfor en stor del af billedmaterialet er indsamlet under sådanne lysforhold. Et andet forhold, som både har empiriske og analytiske implikationer, er, at VÆGGENS interface er i konstant bevægelse: horisontale og vertikale zoomfunktioner samt en tidslinjefunktion, der styrer, hvilke billedindhold, der vises, implicerer, at enhver gentagelse kompliceres. De mange forskellige lag og mængden af billeder, der er integreret i VÆGGENS design umuliggjorde en fuldstændig og systematisk indsamling. Det blev dog klart, at en sådan tilgang heller ikke ville give mening – hver navigation i VÆGGEN er principielt forskellig, og ofte var det tilfældigt, at brugerne lige netop var "landet der". Det sted, hvor de var "landet" eller havde navigeret hen til, blev i interviewene afsat for at tale med brugerne om deres oplevelse af VÆGGEN, fx hvorfor havde de valgt nøjagtig dét billede? Eller hvad gjorde netop dén bydel interessant? Det førte meget hurtigt videre til samtale om brugernes oplevelser med VÆGGENS udseende og udtryk, kulturhistoriske indhold, navigation, teknik, placering og bagvedliggende idé og koncept. I den forstand mimer mit forskningsdesign brugerne egne brugsrammer, inklusiv lys, lyde og andre kontekstuelle forhold, hvorfor den valgte tilgang vurderes at være den mest realistiske.

VÆGGENS hjemmeside

Ud over at være en fysisk installation består VÆGGEN også af en hjemmesidedel, hvor brugerne bl.a. kan uploade billeder og søge i alle billeder fra VÆGGENS database. Det er imidlertid primært brugernes interaktion med den fysiske installation i byrummet, der er genstand for afhandlingens analyser.³² Det har flere årsager. For det første var jeg oprindeligt interesseret i at undersøge brugen af en museumsinstallation, der var dekontekstualiseret fra museets bygninger, dvs. placeret væk fra en traditionel museums kontekst. For det andet er der allerede lavet en del analyser af museumshjemmesider, men få der decideret omhandler digitale installationer – og da slet ikke i byrummet. Jeg har derfor heller ikke undersøgt brugernes anvendelse af VÆGGENS hjemmeside. I praksis har det vist sig, at brugen af henholdsvis VÆGGEN's installation og hjemmeside er ret forskellig: selvom det fx er muligt at oprette en profil og uploade materiale fra både den fysiske installation og på VÆGGENS hjemmeside, har det i praksis vist sig, at brugerne kun benytter den sidste løsning. Dette

³² Snitkergruppens fokusgrupper diskuterer også funktionelle og æstetiske aspekter af VÆGGENS hjemmeside.

skyldes sandsynligvis, at det simpelthen er nemmere at logge ind og uploade hjemmefra, og fordi et upload ved installationen ville kræve, at man har sit materiale med på et usb-stik. Selvom man principielt kan se det samme materiale på VÆGGENs hjemmeside og den fysiske installation, er det organiseret meget forskelligt, og det er væsentligt nemmere at danne sig et overblik over det samlede billedmateriale via VÆGGENs hjemmeside.

Refleksioner over forskningsdesign

Ethvert forskningsprojekt bør ledsages af (kritiske) refleksioner over forskningsprojektets design, herunder dets eksekvering, forskerens rolle og positionering i forhold til den indsamlede empiri og efterfølgende databehandling, spørgsmål om reliabilitet og validitet samt etiske overvejelser i forhold til de informanter der inddrages i undersøgelsen. En række af sådanne overvejelser, der vedrører brugerundersøgelsen af VÆGGEN, følger i de næste tre afsnit, inden kapitlet afsluttes med en klarlægning af den gennemførte databehandling i form af transskribering og kodning.

At være både deltager og analytiker – og forholdet mellem empiri og teoretisk analyse

Jeg skrev i kapitlets indledning, hvorledes min tilknytning til Københavns Museum har givet mig en privilegeret rolle i forhold til adgang til empiri, der vedrører strategiske overvejelser, beslutninger og andre rent praktiske ting, der vedrører VÆGGEN. Jeg har særligt i det første år af min projektperiode deltaget i møder, hvorfra jeg har haft adgang til notater, dokumenter, formålsbeskrivelser og ustrukturerede samtaler med designere, VÆGGENs tekniske udviklingshold og museets øvrige ansatte. Jeg har i den forbindelse opbygget et godt forhold til en række af museets medarbejdere, og det har naturligvis medført refleksioner over min egen rolle som forsker i forhold til analyse og diskussion af min case, som er et af museets store kerneformidlingsprojekter. Jeg har i den forbindelse forsøgt at bevare en åben og upåvirket analytisk tilgang til det konkrete materiale, som jeg har indsamlet. Derudover har jeg, særligt i det sidste år af projektet, hvor det største analyse- og skrivearbejde lå, distanceret mig rent fysisk fra at deltage i yderligere formidlings-, strategi- og udviklingsmøder eller lignende, der potentielt kunne påvirke min analytiske tilgang til VÆGGEN.

Generelt forholder det sig således, at materialet indsamlet fra museet – det gælder også åben tilgængelig information fra museets hjemmeside m.m. – udgør både en form for empiri og indgår i afhandlingens teoretiske konstruktion, fordi indholdet dels analyseres for de udsagn om digital formidling, som det indeholder, dels fungerer opklarende i forhold til spørgsmål om fx mere tekniske dimensioner af VÆGGEN. På lignende vis har den museumsinspektør, Jakob Parby, som jeg har interviewet i forbindelse med mit projekt, både fungeret som repræsentant for museet i forhold til de ideologier, processer og overvejelser, der har motiveret arbejdet med VÆGGEN, og som informant i forhold til konkret viden om mere praktiske, tekniske og faktuelle aspekter ved udarbejdelsen af VÆGGEN (se bl.a. Kvaales distinktion mellem den interviewedes rolle som informant og repræsentant: Kvale 1997: 214).

Det skal nævnes her, at lignende empiri-teoretiske overvejelser gør sig gældende for det kulturpolitiske materiale, jeg anvender i afhandlingen. Lovtekster og rapporter fra Kulturministeriet og Kulturstyrelsen bidrager både til min teorikonstruktion, idet de indgår som forklarende tekst i mine analyser og fungerer som empiri, der analyseres, i forhold til den diskurs om digital museumsformidling, som jeg tolker teksterne ud fra.

Reliabilitet og validitet

Når man arbejder med kvalitative analyser og empiri indsamlet på flere forskellige tidspunkter og efter forskellige metoder, kan man tale om, at materialet lægger op til metodisk triangulering – en forskningsstrategi som sociologen Norman K. Denzin beskriver som en "combination of methodologies in the study of the same phenomena" (1970: 297). Triangulering er, ifølge Silverman (2006: 291), en måde at styrke muligheden for at etablere validitet og reliabilitet i et forskningsprojekt. Dette opnås ikke nødvendigvis blot gennem kombination af metoder, som Denzin nævner, men ligeledes ved fx at kombinere forskellige teorier eller analytiske perspektiver. I min egen undersøgelse har jeg som nævnt anvendt forskellige metoder i form af observationer og interviews, og jeg har haft mulighed for at sammenligne mine tolkninger af mit empiriske materiale med de undersøgelser, som Snitkergroup har lavet af brugerne ved VÆGGEN. Værdien af en sådan multiteoretisk og -metodisk tilgang er, at man både får mulighed for at belyse et forskningsområdes kompleksitet og samtidig kan afsøge de forskellige teoretiske perspektivers analytiske applikationer og muligheder i forhold til at belyse problemstillingen. Triangulering kan dog ikke anvendes som et kvalitetskriterium i sig selv, men afhænger af validiteten af de data og analyser, som hver enkelt metode frembringer. Det er altså en metodisk strategi, der må bakkes op af overvejelser om reliabilitet og validitet i forbindelse med den enkelte metode, der anvendes.

Reliabilitet og validitet er kvalitetskriterier, som både kvantitativ og kvalitativ forskning bør stræbe efter (Silverman 2001, 2006; Yin 2009; Kvale og Brinkmann 2009). En måde at sikre reliabilitet er ved at fremstille forskningsprocessen så åbent som muligt, således at andre forskere ideelt set kan gennemføre samme studie og opnå samme resultat. Silverman skriver om reliabilitet: "It deals with replicability – the question of whether or not some future researchers could repeat the research project and come up with the same results, interpretations and claims" Silverman 2006: 282). I kvalitativ forskning vil det i praksis være umuligt at forestille sig, at en anden forsker skal kunne gentage en observation eller et interview og opnå nøjagtig den samme fortolkning eller de samme udtalelser fra en informant eller kunne se, opleve og mærke nøjagtig det samme som en anden observatør i et felt, men "designet og gennemførelsen af undersøgelsen skal være så nøjagtigt beskrevet som overhovedet muligt" (Tanggaard og Brinkmann 2010: 491). Reliabilitet kræver altså en høj grad af gennemsigtighed i forskningsdesignet, og man må som forsker søge at fremlægge forskningsprocessen så gennemsigtigt som muligt. Gennemsigtighed i en analyseproces handler om at give klar beskrivelse af dokumentation og argumenter, der indgår i en fortolkning, således at andre læsere ideelt set kan efterprøve fortolkningen (Kvale og Brinkmann 2009: 236; Schrøder et al. 2003: 170). Systematik i indsamlings- og analysearbejdet kan altså være en vigtig vej til at skabe klarhed over, hvordan man er nået frem til en undersøgelses resultater, og den kan give læseren mulighed for selv at afgøre, hvorvidt de slutninger, der er draget på baggrund af materialet, er valide. Jeg vender tilbage til spørgsmålet om reliabilitet i et senere afsnit om transskribering og kodning.

Etiske overvejelser

Ethvert projekt, der beskæftiger sig med observation og analyse af levende subjekter, må medtænke etiske hensyn og overvejelser i forhold til behandling af de subjekter, der studeres (Harboe-Jepsen 1997: 27; Kvale og Brinkmann 2009; Kvale 1997: 115-128). Disse indbefatter bl.a. refleksion over forskerens rolle i processen, som omgangen med data, at respektere informanternes fortrolighed og sikre deres informerede samtykke til deltagelsen samt konsekvenser af forskningen for de implicerede parter.

Overordnet set kan man ikke betragte mit projekt som et studie, der involverer oplysninger af personfølsom karakter. Alligevel har jeg naturligvis overvejet, hvordan oplysninger om informanter og

deres deltagelse skulle registreres og behandles. I forbindelse med de semistrukturerede interviews informerede jeg brugerne via et informationsark, som beskrev mit projekt og forklarede, hvad deres besvarelser skulle bruges til. Heraf fremgik kontaktoplysninger, således at informanterne havde muligheden for på et senere tidspunkt at henvende sig for at få yderligere information om projektet eller om deres deltagelse (informationsarket er vedlagt afhandlingens bilagsmateriale, bilag 1). Jeg fortalte dem i den forbindelse ligeledes, at jeg havde observeret dem inden interviewet. I transskriberingsprocessen er alle navne blevet ændret eller skjult af hensyn til at sikre informanternes anonymitet.

Hovedparten af observationerne er udført som skjulte observationer, dvs. uden informanternes vidende, med undtagelse af de informanter, som jeg efter en observation har interviewet. Denne position rejser naturligvis et etisk dilemma i forhold til spørgsmål om at sikre sig informanternes samtykke af deres deltagelse i en undersøgelse. Alle informanterne i de skjulte observationer er dog anonymiseret i en grad, så de i højere grad optræder som ”typer” end genkendelige personer. I mine observationsnoter og senere analyser er de således blot refereret til med en omtrentlig alder, deres profession, køn og evt. beklædning eller andre kendetegn. Der gengives ingen billeder i afhandlingen af informanter uden informanternes forudgående samtykke. Selve optagelserne fra overvågningskameraerne kan ikke beskrives som personfølsomme: For det første afslører de meget sjældent ansigter, eftersom kameraerne filmer ind mod VÆGGENS skærme, og brugerne således filmes fra ryggen og fra siden. For det andet er opløsningen i optagelsernes kvalitet så dårlig, at jeg vurderer, at det vil være svært at identificere en person alene på baggrund af filmene, hvis man ikke på forhånd ved, hvem personen er. For det tredje gemmes eller lagres disse optagelser kun i tre uger, hvorefter de slettes. Sluttelig informeres brugere af VÆGGEN om, at VÆGGEN er videoovervåget via skilte på VÆGGENS sider.³³

Databehandling: transskribering og kodning

Når den samlede mængde data foreligger, skal materialet behandles og systematiseres med henblik på analyse. Databehandlingen og den derved begyndende analyse af empirien er i nærværende projekt udført gennem transskribering og kodning. Som det gælder de forskellige metoder til indsamling af empiri, der er beskrevet i det foregående, findes der forskellige tilgange til at transskribere og kode. I det følgende redegøres for de metoder, der her er anvendt, samt for de overvejelser, der er forbundet hermed.

Transskribering af observationer og interviews

En måde at sikre reliabilitet i forbindelse med kvalitativ forskning er at kunne fremvise længere udskevne uddrag af de foretagne observationer og interviews for derved at give læseren mulighed for på egen hånd at vurdere det samlede empiriske materiale (Bryman 1988: 77 i Silverman 2001: 227; Silverman 2006). Af denne årsag – og for at lette den efterfølgende kodning og analyse af materialet – er hovedparten af mine observationer og interviews transskriberet efter dataindsamlingen. I lighed med den viden, der konstrueres i interviewinteraktionen, er transskriptionen af interviews heller ingen

³³ Jeg har dog via VÆGGENS teknikere fra Gibson International fået adgang til at downloade og lagre optagelser fra kameraerne med henblik på analyse, men det er sket under forhold, hvor kun jeg og teknikerne har haft adgang til materialet.

simpel teknisk aktivitet, men ifølge Kvale ”snarere en fortolkningsproces i sig selv” (Kvale 1997: 161): ”Transskriptioner er ikke kopier eller repræsentationer af en oprindelig virkelighed, men fortolkningsmæssige konstruktioner, der er nyttige redskaber til givne formål” (Kvale 1997: 166). Eftersom transskriptioner ifølge denne optik er kunstige konstruktioner fra en mundtlig til en skriftlig kommunikationsform, findes der heller ikke én rigtig eller sand transskriptionsform. Snarere må forskeren i forbindelse med processen foretage en række valg om transskriptionsform og stil, som inkluderer overvejelser om forskningens formål, hvad de skal bruges til, hvem læserne er osv. (Kvale 1997: 171).

Projektets observationer er typisk transskriberet efter håndskrevne noter, men de er i visse tilfælde suppleret af mere uddybende beskrivelser fra VÆGGENs overvågningskameraer i de tilfælde, hvor der forelå klip herfra. I Interviewundersøgelserne er enkelte samtaler rekonstrueret efter noter og hukommelse direkte efter samtalen, men hovedparten af samtalerne er transskriberet fra lydfiler. Frem for en meget præcis transskription, der inkluderer alle betoning af ord m.m., har jeg valgt en relativt enkel transskriptionsstrategi, hvor det afgørende var at fastholde meningsindholdet i det sagte (Brinkmann og Tanggaard 2010: 43). Denne strategi kan begrundes med, at jeg ikke har skullet foretage en socio-lingvistisk eller psykologisk analyse, hvor transskriptionerne bør optræde i en meget detaljeret, ordret form (Kvale & Brinkmann 2009: 244; Kvale 1997: 171). Pauser i talen, ophold med latter og udråb som ”øh”, ”hmm”, ”aj” m.m. er dog i videst muligt omfang søgt bevaret i transskriptionerne. Pga. de tidligere nævnte problemer med baggrundsstøj på Kgs. Nytorv, har jeg i nogle tilfælde haft svært ved at høre dele af de optagede interviews, og jeg har her måttet referere efter hukommelse eller simpelthen markere i teksten, at jeg ikke har kunnet høre, hvad der blev sagt. Det vil sige, at der i nogle tilfælde er foretaget en lettere sproglig revision af de valgte citater af hensyn til læsevenligheden, men i det store hele fremtræder interviewene i deres oprindelige form. Derudover har jeg transskriberet efter en selektiv metode, hvor de vigtigste og mest betydningsfulde passager er transskriberet i deres fulde længde, mens passager i såvel mit observations- som interviewmateriale, der ikke har relevans for projektets problemstilling, blot resumeres.³⁴ Jeg har transskriberet samtalerne således, at hver samtale begynder med en kort introduktion til observationsituationen af pågældende informanter. Efter hver transskription er indført mine bemærkninger og refleksioner i forbindelse med den eller det respektive observation eller interview. Det kan være specifikke bemærkninger til noget informanterne har gjort eller sagt og/eller mere generelle teoretisk-analytiske betragtninger, som observationen eller interviewet har rejst. Det kan også være bemærkninger, der knytter an til indsigter, der er rejst i tidligere observationer eller interviews, og som således kæder disse sammen eller rejser nye perspektiver. Disse refleksioner har dannet et vigtigt afsæt for den efterfølgende kodning og analyse af materialet.

Kodning som begyndende analytisk proces

Kodning er en metode til at få overblik over sine transskriberede data og skabe en analytisk vej ind i sit materiale. Om end der i forskningslitteraturen findes forskellige tilgange og strategier til kodning (se bl.a. Kristiansen 2010: 451; Silverman 2006), synes der at herske bred enighed om, at kodning helt simpelt kan beskrives som: ”Coding (or indexing) is seen as a key process since it serves to organize the copious notes, transcripts or documents that have been collected and it also represents the first step in the conceptualization of the data.” (Bryman & Burgess 1994: 218). Kodning kan altså beskrives som en begyndende analytisk proces, hvor der skabes overblik over mængden og indhold af data, og hvor

³⁴ I afhandlingens bilagsmateriale, bilag 4, er vedlagt en mere detaljeret transskriberingsforklaring.

materialet inddeles, kategoriseres og sammensættes i forståelige syntetiserende enheder (se også Kristiansen 2010: 454; Kvale og Brinkmann 2009: 223). Kodnings- og analysearbejdet bør dog ikke først påbegyndes efter, at alt data er blevet indsamlet, men bør foregå løbende (Silverman 2005: 152).

Silverman (2006) henleder opmærksomheden på, at dataindsamlings- og analyseprocessen, udover at foregå som en bevidst proces, der sker gennem aktive valg, også udløser ubevidste mekanikker, der sker automatisk: De forudfattede antagelser, man medbringer som forskende subjekt, har en uundgåelig indflydelse på den eller de situationer eller subjekter, som man studerer, og de styrer processen i de ubevidste. Som Silverman formulerer det: "[...] the facts we find in 'the field' never speak for themselves but are impregnated by our assumptions." (Silverman 2006: 11). Enhver forskningsproces er altså styret af mere eller mindre bevidste og ubevidste valg og fravalg, og det har, som jeg beskrev i kapitlets indledning, også været tilfældet for mit projekt.

Induktion og deduktion – empiri- og begrebsdrevne kodning

Koder kan ifølge sociologen Graham Gibbs være datadrevne eller begrebsdrevne (Gibbs 2007).

Datadrevne koder opstår induktivt af selve materialet, og forskeren går til sine data uden på forhånd at have lagt sig fast på koderne. Begrebsdrevne koder er derimod lagt fast på forhånd, enten ud fra teori, eksisterende litteratur eller bestemte hypoteser, som forskeren ønsker at afprøve – plus ud fra analyse af den datadrevne kodning, da der herudfra opstår mere begrebsdrevne og analytiske kategorier. I princippet kan hvad som helst kodes, og nogle koder kan henvise til praktisk opførelse, mens andre relaterer til følelser, erfaringer og ideer. Gibbs nævner en række eksempler; specifikke handlinger, begivenheder, aktiviteter, strategier, betydninger, normer, symboler, deltagelsesniveauer, relationer, betingelser, konsekvenser, situationer, men også såkaldt "refleksive koder", der handler om forskerens rolle i processen (Gibbs 2007: 47-48 cit in. Brinkmann og Tanggaard 2010: 47). Kodning er altså en måde at konstruere meningskategorier på, som i den efterfølgende teoridrevne analyse kædes sammen til bredere meningssammenhænge.

Jeg har kodet mit empiriske materiale ad flere omgange: Jeg har først foretaget en åben og datadrevet kodning, hvor jeg kodede efter alt, der havde relation til afhandlingens problemstilling. Dernæst har jeg foretaget en begrebsdrevet – eller hvad Kvale og Brinkmann (2009) kalder en lukket – kodning, som er mere abstrakt og teoridrevet i forhold til min problemstilling. Min kodetilgang har således både været empiridrevet (induktiv) og begrebsdrevet (Gibbs 2007: 44-46). Empiridrevet, fordi jeg i udgangspunktet valgte at holde tilgangen til mit materiale åben og lade materialet "tale selv". I mit indsamlede materiale fandt jeg temaer og mønstre, som jeg på forhånd ikke havde kunnet forudse gennem en ren teori- og begrebsdrevet kodning. Alligevel var min kodning også begrebsdrevet, fordi jeg på forhånd gennem min problemformulering havde lagt mig fast på, hvad det var, som jeg ønskede at undersøge. Nogle kategorier var således udstykket på forhånd. Det blev styrende for, hvad jeg tillagde vægt i såvel observationer som interviews. Udvekslingen mellem teori og empiri kom samtidig til at styre mine observations- og interviewguides. Dataindsamlingen er altså udført som en slags hermeneutisk pendlen mellem empiri og begreber, fordi jeg i kodningsprocessen bevægede mig frem og tilbage mellem problemformulering, teori og materiale. Empirien og teorien informerede og udbyggede løbende hinanden, og det var i denne proces, at de første analytiske udkast og ideer tog form.

Rent praktisk er kodningen udført både i hånden og elektronisk på baggrund af det transskriberede materiale. Den elektroniske kodning er dels foretaget som simple farvekodninger og annoteringer i Microsoft Office-programmet Word dels i det kvalitative analyseprogram Nvivo. I kodeprocessen kunne Nvivo særligt bruges til at samle udtalelser og observationer i en let tilgængelig mappestruktur, der gav et tilgængeligt overblik over den empiri, der vedrørte en konkret kode. Selvom det er muligt at

transskribere direkte i Nvivo, har jeg valgt at transskribere mit materiale til Word-filer, før jeg hentede det ind i programmet. Dette skete for det første for at opnå ensartethed i det materiale, som jeg arbejdede med i kodnings- og analyseprocessen og for det andet, fordi Nvivo ikke integrerer alle former for lydfiles, videofiler og dokumenttyper, hvilket ville betyde, at jeg alligevel skulle transskribere dele af mit materiale, inden jeg hentede det ind i Nvivo. Programmet er derfor udelukkende brugt til kodning og til at skabe systematik og overblik over det samlede empiriske materiale.

Kodekategorier

Kodningen af mit materiale førte til et stort antal kodekategorier og en flerdelt mappestruktur, som jeg sidenhen kunne samle i større og mere sammenhængende grupper. I processen med at identificere afhandlingens analysekategorier (dvs. gennemgang af den foreliggende teori samt kodning af brugerundersøgelserne) endte jeg med fire overordnede kategorier, som, det blev klart, udgjorde hoveddimensionerne i min undersøgelse. De fire dimensioner vedrørte brugernes forståelse af:

- VÆGGENS digitaliserede, kulturhistoriske *indhold*
- VÆGGENS grafiske, interaktive *design*
- VÆGGENS overordnede *koncept*
- VÆGGENS kontekstuelle placering i byrummet

Disse fire dimensioner – indhold, design, koncept og kontekst – har fungeret som overordnede styrepinde for undersøgelsen af VÆGGENS brugere og for det analytiske arbejde med VÆGGEN. Dimensionerne er overlappende og skal derfor ikke forstås som fuldstændig adskilte, men i de fire artikler har dimensionerne fået forskellig vægt. I det følgende gives der eksempler på, hvordan kategorierne er opstået på baggrund af den empiriske kodeproces, samt hvordan de danner grundlag for og er videreført i afhandlingens teoretisk-analytiske refleksioner.

Indhold

Indholdskoden er fremkommet på baggrund af brugernes fremsøgningsstrategier i forhold til og emotionelle respons på det kulturhistoriske genstandsfelt, som de møder i VÆGGEN. Indholdskoden optræder på flere måder i det empiriske materiale.

Gennem kodning af observationer og interviews blev det tydeligt, at brugernes interesse og strategiske navigation i VÆGGENS billedmateriale meget ofte rettede sig mod personlige aspekter i deres liv: steder de boede, hændelser de erindrede eller historiske personligheder, skikkelser eller forhold, som de havde en særlig interesse i (fx prostitutionshistorie i København eller sporvogne). I forbindelse med navigation i VÆGGENS digitaliserede kulturhistoriske indhold fremhævede flere brugere muligheden for, at man med digital formidling kan skabe en individualiseret oplevelse i forhold til egne interesser. Som en bruger udtrykte det, ”at man selv kan vælge, hvilken historie man vil se”. Det har i artiklerne givet anledning til at diskutere forskellige aspekter af brugernes indholdsrelaterede oplevelse. Således analyseres det i artikel 1, hvordan VÆGGENS kulturhistoriske indhold – frem for selve mediet – syntes at være en drivende kraft i brugernes ønske om anvendelse af VÆGGEN. Artiklen diskuterer også forholdet mellem den oplevelse, som hhv. en digital og fysisk genstand kan give, samt forskellen mellem, hvad man kan kalde en digital oplevelse (som fx VÆGGEN) og en traditionel museumsoplevelse (som fx en fysisk udstilling på Københavns Museum). I artikel 2 har brugernes interaktion med og reaktion på VÆGGEN dannet afsæt for en diskussion af den mere selektive, personliggjorte fortolkning som interaktionen med et digitalt billedarkiv kan give – det argumenteres her, at en sådan søgemulighed i teoretisk forstand har åbnet mulighed for en mere åben, dynamisk og

polysemisk fortolkning af museets materiale. I artikel 4 analyseres spørgsmål om digitaliseringen af analogt musealt materiale mere bredt i forhold til de nye muligheder for repræsentation og reception, som digitaliseringen har muliggjort – samt de dilemmaer den samtidig har rejst – for både museum og for brugere. Indholdsdimensionen har således skabt afsæt for i afhandlingen at diskutere mere metarefleksive spørgsmål vedrørende digital formidling som museal repræsentations- og oplevelsesform.

Design

Designdimensionen vedrører VÆGGENS grafiske og teknisk-funktionelle opbygning i brugerinterfacet i de fire multitouchskærme. Som ovennævnt er VÆGGENS design konstrueret over det digitaliserede kulturhistoriske indhold i den brugergrænseflade, som udgør VÆGGENS cityscape – det Københavnske byrum, som brugerne kan navigere i og få adgang til yderligere billedmapper og materiale igennem. Indholdet er kædet meget tæt sammen med designdimensionen, fordi det digitaliserede kulturhistoriske materiale simpelthen er brugt til at skabe VÆGGENS design og udtryksform. Designdimensionen vedrører som sådan også udtryksformen, men i højere grad i forbindelse med spørgsmål om, hvordan det grafisk-tekniske design muliggør, at brugerne kan opleve indholdet. Hvor indholdet altså vedrører det kulturhistoriske genstandsfelt i VÆGGEN, relaterer designdimensionen til, hvordan navigationsveje og grafisk-funktionelle elementer er bygget op og organiseret i forhold til at give brugerne adgang til og stier ind i materialet. I den forbindelse har kodningen hovedsaglig koncentreret sig om, hvorvidt VÆGGEN er konstrueret på en måde, så navigationen i VÆGGENS kulturhistoriske indhold blev oplevet som meningsfuldt af brugerne. Overordnet set tegnede der sig et mønster, hvor brugerne reagerede forskelligt på VÆGGENS æstetiske udtryksform og på logikken i forhold til navigation og funktionalitet. Brugernes oplevelse af det tekniske og navigationsmæssige aspekt af VÆGGENS design fyldte meget i brugerundersøgelserne, som det vil fremgå af artiklerne. Analyse og diskussion af sådanne designrelaterede perspektiver udfoldes især i artikel 1 og 3.

Koncept

Konceptdimensionen relaterer til, hvordan de ideologier, VÆGGEN bygger på (dialog, demokrati, lige adgang til alle, ønske om at nå unge brugere, inklusion mv.), realiseres, faciliteres og konkretiseres i VÆGGENS praktiske tilgængeliggørelse af indhold, design, muligheder for interaktivitet og deltagelse. Når jeg i afhandlingen omtaler VÆGGEN som et ”digitalt formidlingskoncept”, skal det på et praktisk plan forstås i forhold til de dilemmaer og muligheder, det rejser, at brugerne kan interagere og deltage. Konceptet relaterer her også til, hvad man som bruger oplever at kunne få ud af VÆGGEN i forhold til viden, læring, leg, interaktivitet, deltagelse mv. I undersøgelserne sammenlignede brugerne fx ofte oplevelsen af VÆGGENS konceptuelle format (niveauet af oplevelsen og graden af fordybelse i interaktionen med en digital installation) med den type viden og oplevelse, som brugerne forbandt med og forventede at få ud af et traditionelt museumsbesøg (et besøg på et fysisk museum). Det er en diskussion, som rejses i både artikel 1 og 2.

Konceptdimensionen forstås også mere metateoretisk i forhold til de diskurser og ideologier af politisk og teoretisk karakter, der på et rent praktisk plan manifesterer sig i museernes digitale formidling, og som VÆGGEN kan ses som eksempel på. I afhandlingen redegør jeg for, at museernes digitale formidling er motiveret af bagvedliggende tanker om mediernes evne til demokratisering og inklusion. At implementere et nyt demokratisk og inkluderende ”koncept” rejser bl.a. spørgsmål om, hvad der sker, når brugerne kan deltage med materiale – for museet, for brugerne selv og for andre brugere? Hvordan forandrer det museet som samfundsinstitution? Og hvordan forandrer det museernes

genstandsfelt – og forholdet til og fortællingen om fortiden? Det er problematikker, som jeg særligt behandler i artikel 2 og 4: i artikel 2 konkret i forhold til brugernes reception af VÆGGEN og VÆGGENS brugergenerede materiale og i artikel 4 i forhold til en mere overordnet teoretisk diskussion af medialiseringen af museernes formidling.

Kontekst

Kontekstdimensionen handler om VÆGGENs, og dermed museumsbesøgets, placering i en byrumskontekst væk fra en traditionel museumskontekst. Konteksten havde en betydning for, hvordan brugerne oplevede interaktionen med VÆGGEN: Trafikstøj, byggeaffald og byggeskure samt det faktum, at man var på gennemgang og på vej til et andet ærinde, påvirkede brugerne oplevelse – og oftest blev VÆGGEN pga. placeringen slet ikke konceptuelt forbundet med en museumsoplevelse. Omvendt blev konteksten omtalt som vigtig for oplevelsen af VÆGGENs byhistoriske indhold – og for tolkningen af genstandene i de arkæologiske montrestillinger. Dét, at den kulturhistoriske fortælling om København foregik i Københavns byrum, at oplevelsen af byen blev kontekstualiseret tilbage i byen, at formidlingen med andre ord var kontekstnær, fremhævedes – hvilket jeg bl.a. diskuterer i artikel 1 – som værende anderledes og positivt af brugerne. Og det blev sat i forhold til en oplevelse af, at museet forsøgte at nå dem, ”der hvor de er”.

I forhold til spørgsmålet om, hvem der brugte VÆGGEN, blev det gennem observationerne tydeligt, at placeringen havde en praktisk betydning for, hvem der brugte VÆGGEN. Der blev fx ikke observeret særligt mange børn eller teenagere, hverken ved eller i rummet omkring VÆGGEN, og det kan forklares med, at der ikke er folkeskoler eller gymnasier i umiddelbar nærhed af Kgs. Nytorv. Som sådan står byrummet omkring Kgs. Nytorv i kontrast til fx Københavns brokvarterer, hvor man om eftermiddagen kan observere flokke af børn med skoletasker på ryggen bevæge sig mellem skole og fritidsordning (det er fx tilfældet på Vesterbro, hvor Københavns Museum har sin fysiske adresse). Kgs. Nytorv er kulturhistorisk set et byrum, der er omkranset af butikker, restaurationer og kulturinstitutioner som Charlottenborg og det Det Kgl. Teater. I mine observationer og interviews (vinter 2011) stødte jeg da også på flere (kulturinteresserede) brugere, der var på vej til Charlottenborgs forårsudstilling. I umiddelbar nærhed af Kgs. Nytorv findes desuden andre store turistattraktioner som Nyhavn og Amalienborg, hvilket kan forklare det store antal turister ved VÆGGEN. Disse observationer påpegede, at konteksten også er yderst vigtig at medtænke i forhold til den målgruppe, man ønsker at nå.³⁵

³⁵ I dette tilfælde har VÆGGENs placering dog været forudbestemt af Metro-udgravningerne.

6. Afslutning

Med afsæt i en påstand om at der mangler empirisk funderet viden om brugernes interaktion med, samt ønsker og forventninger til, digital museumsformidling – en formidlingsform, der vinder stadig stigende udbredelse i disse år – har dette projekt undersøgt, hvordan en museumsoplevelse former sig, når brugerne tilbydes mulighed for at interagere med og deltage i digital, kulturhistorisk museumsformidling, der er placeret uden for en traditionel museums kontekst.

Afhandlingen er udformet som en antologisk afhandling, hvilket betyder, at den består af to dele: en sammenfattende redegørelse samt fire videnskabelige artikler. I redegørelsen er afhandlingens teoretiske og metodiske ramme, som skaber grundlag for artiklernes analyser, blevet præciseret og systematiseret. Redegørelsen har således givet anledning til at udbygge og reflektere over afhandlingens forskningsdesign og de i analyserne anvendte teorier på en måde, som de enkelte artikler ikke lod plads til. Eftersom afhandlingens fire artikler allerede opstiller konklusioner for den enkelte artikels analyse, vil jeg ikke gengive disse her. Jeg vil i stedet udrede den viden, der er etableret på tværs af afhandlingens redegørende tekst og de fire artikler. I forlængelse af denne diskussion vil jeg redegøre for undersøgelsens begrænsninger og give et bud på, hvor jeg på baggrund af afhandlingens resultater ser fremtidige forskningsperspektiver.

Projektet har haft flere formål: Det første var at medvirke til etablering af en større empirisk viden om den interaktion, der finder sted mellem den digitale museumsformidling og brugerne. Formålet med en sådan undersøgelse kan begrundes i, at digital formidling er blevet en hastigt voksende formidlingsform på museer i Danmark såvel som internationalt de seneste år. Det er samtidig et område, som har fået øget politisk bevågenhed, og som i Danmark nu supporteres af særskilte støtteordninger. Disse forhold aktualiserer en undersøgelse af den digitale museumsoplevelse som et særskilt felt, idet en sådan undersøgelse kan skabe bedre viden og overblik om kvaliteten af den oplevelse, som man med formidlingsformen ønsker at give brugerne. Gennem en sådan undersøgelse kan projektets andet formål tillige opfyldes: nemlig at bidrage til museernes fremtidige udvikling på det digitale formidlingsfelt. Projektet skal således overordnet set bidrage til såvel en empirisk som en teoretisk forståelse inden for et endnu nyt og voksende videnskabeligt felt.

Et projekt under udvikling

Ethvert forskningsprojekt, der løber over en årrække, og som tillige udfolder sig inden for et endnu gryende forskningsfelt, må tænkes at byde på overraskelser undervejs. Det gælder også for mit projekt. Jeg vil derfor starte afhandlingens afsluttende kapitel med et tilbageskuende blik, der kan anskueliggøre denne proces og sætte afhandlingens færdige udformning og resultater i relief.

Afhandlingens hovedtese, som den blev formuleret i min ph.d.-ansøgnings projektbeskrivelse, lød: ”Det er en tese, at VÆGGEN danner rammerne om et mulighedsrum for fortolkning, hvor betydningsdannelse og relation mellem kulturrepræsentation og beskuer er til forhandling i højere grad end ved eksisterende og mere konventionelle museale repræsentationsformer” (Rudloff 2010).

Som det heraf fremgår, var det altså den oprindelige intention at arbejde indholdsorienteret med brugernes anvendelse af VÆGGEN, og med den betydning det potentielt kan have for kulturarvsfortællingen, når brugerne kan interagere og deltage med indholdet. På baggrund af projektbeskrivelserne af VÆGGEN antog jeg formidlingsinstallationen for at være en ny slags dialektisk, performativt rum, hvor brugerne på dynamisk vis kunne gå i dialog om kulturarven og møde historien

om deres by på en helt ny og inkluderende måde. Det potentiale ligger som sådan stadig i VÆGGEN, mener jeg, og jeg mener også fortsat, at en undersøgelse, der bevæger sig mere i denne retning, end det er tilfældet med nærværende projekt, kan være interessant. Jeg synes med andre ord stadig, at VÆGGENs interface besidder *potentialitet* til at være et åbent, polysemisk rum for fortolkning, men på baggrund af forskellige praktikaliteter og udfordringer omkring tidspunktet for min primære dataindsamling, har det ikke været muligt at lave en undersøgelse, der fuldstændig følger den oprindelige plan. Det skyldes forskellige forhold. Da VÆGGEN åbnede i april 2010, næsten tre måneder inde i min ph.d.-ansættelse, og mine brugerundersøgelser gik i gang, blev det meget hurtigt klart, at der var andre aspekter af brugernes oplevelse end den specifikke indholdsoplevelse og VÆGGEN som performativt, meningsforhandlende rum, der måtte adresseres først. Disse var mestendels af teknisk karakter, dvs., hvad jeg med afsæt i Engholm (2004) i artikel 1 uddyber som VÆGGENs tekniske konstruktion og brugsmæssige funktionalitet, og i artikel 3 definerer som en uoverensstemmelse i kommunikationen mellem afsenderens intentioner med designet og brugernes aflæsning af samme. For at brugerne til fulde kunne forholde sig til de indholdsmæssige aspekter af VÆGGEN, og for at jeg kunne lave en tilbundsående undersøgelse af de betydningskabende interaktioner, der foregik mellem brugerne og VÆGGENs indhold, forudsatte det, at brugerne rent faktisk kunne finde ud af at bruge VÆGGEN og dermed kunne få adgang til og overblik over indholdet. Særligt over foråret og sommeren 2010 og i dagtimerne var der i VÆGGENs første måneder meget genskin i skærmene samt en række tekniske problemer med touchsystemet, som ikke fungerede efter hensigten. Det påvirkede brugernes interaktion, som tenderede at blive mere overfladisk og ofte frustrerende for brugerne. Selv da de første problemer blev udredt og korrigeret, var det tydeligt, at mange brugere opfattede VÆGGEN som værende kompleks og svær at forstå og finde rundt i, hvilket gjorde det svært at holde fast i min oprindelige tilgang. Det var simpelthen ikke muligt at undersøge VÆGGEN som hverken et mulighedsrum for fortolkning eller brugernes aktive meningskabelse, hvis de ikke kunne finde ud af at søge i indholdet. Derfor er brugernes rent praktiske og tekniske navigation også tildelt en del vægt i både brugerundersøgelsen og i den endelige afhandling.

Det var altså ikke en oprindelig intention at bevæge mig på det, jeg kalder mikroniveau i brugernes interaktion med VÆGGEN. Med mikroniveau mener jeg, om brugerne kunne genkende en knap i designet, eller om de kunne finde ud af den basale navigation i VÆGGEN. Imidlertid blev det allerede fra starten af dataindsamlingen klart, at brugernes oplevelse med designet og teknologien var rammesættende for brugernes generelle oplevelse af VÆGGEN. Det betød, at den empiri, jeg kunne indsamle, også var påvirket af dette forhold. Jeg har i afhandlingens artikel 2 inddraget betragtninger over det meningspotentiale, som brugeruploads kan bibringe eksisterende musealt arkivindhold. Disse brugeruploads er dog uploaded og hentet fra VÆGGENs hjemmeside og ikke fra installationen i byrummet, som min primære forskningsinteresse kredser om. Det betyder ikke, at jeg ikke har kunnet samle information nok til udtale mig om brugernes meningsforhandling om og med VÆGGENs indhold overhovedet. Men jeg har måttet konkludere, at i et interaktionsdesign, hvor oplevelsen medieres gennem det forhold, at brugeren skal gøre noget aktivt, bliver det af fuldstændig afgørende betydning, at den konceptuelle interaktive model er forståelig for brugerne. Fokus på VÆGGEN som repræsentations- og oplevelsesform er således drejet i en anden og mere design-funktionel retning. Projektets løbende tilpasning til de praktiske omstændigheder betragter jeg dog samtidig som et vilkår ved at undersøge en case, der er i kontinuerlig udvikling, mens ph.d.-projektet pågår.

De ovennævnte udfordringer har således også medført indsigter og potentialer, som har beriget mit projekt og ikke mindst tydeliggjort områder i den eksisterende litteratur, hvor mit projekt kunne supplere med nuancerende viden. Det blev fra første færd klart, at et museums intentioner om at skabe

et design, der kunne inkludere brugerne og skabe gode, seriøse oplevelser med kulturarven ude i et byrum var ambitiøst, og at det i transformationen fra tegnebræt til færdigt projekt var en udfordring at realisere på en måde, så det til fulde kunne leve op til brugernes forventninger og respons. De erfaringer og indsigter, jeg hentede fra brugerstudierne ved VÆGGEN, affødte en interesse i at finde ud af, hvorledes andre museer havde løst sådanne udfordringer. Her blev det klart, at der ikke eksisterede særligt mange studier, som overhovedet kunne sammenlignes med VÆGGEN. Det blev også klart, at museers eventuelle problemer med at finde harmoni mellem teknologi, design, implementering, realisering og brugerinteraktion sjældent blev adresseret i den museologiske litteratur andet end perifert. Generelt tegnes feltet af en mangel på mere teknologikritiske tilgange til anvendelsen af digital formidling i museer. Derudover mangler der simpelthen viden om, hvad brugere forbinder med en god museumsoplevelse, samt hvorledes og i hvilket omfang museets digitale tilstedeværelse og formidlingstilbud kan forenes med disse ønsker. I min optik var det påfaldende mangler set i lyset af Kulturministeriets og Kulturstyrelsens øgede fokus på og kanalisering af ressourcer over i digital formidling. Heraf opstod nysgerrigheden efter at afdække, hvori forestillingerne om digital formidling bestod, og hvilke tanker der motiverede dem. Undervejs blev mit projekt således rettet til efter de praktiske omstændigheder, og jeg vil i det følgende redegøre for resultaterne af den endelige undersøgelse.

Resultater af afhandlingens analyser

Forståelsen af de forestillede kvaliteter, som knyttes til digital formidling, har været bærende i nærværende afhandling, og derfor har en udredning af dets meningsindhold indtaget en central plads for besvarelsen af særligt den dimension af afhandlingens problemstilling, der vedrører, hvordan forestillinger om det digitale kan ses realiseret på brugersiden. Afhandlingens redegørende tekst er følgelig udformet som en undersøgelse af forholdet mellem den kulturpolitiske og museumsteoretiske diskurs, der driver digital museumsformidling fremad, og den formidlingspraktiske virkelighed, som museer og brugere agerer i.

Jeg har gennem afhandlingen argumenteret for, at digital formidling bygger på en brugercentreret ideologi, hvor forestillinger om interaktivitet, dialog, inklusion, interaktivitet, demokrati, deltagelse og den "gode oplevelse" er centrale forestillinger og målsætninger, som forventes indfriet af det digitale. Det ses dels formuleret i samfundspolitiske spørgsmål om, hvorledes museer kan gøres relevante for en bredere og yngre del af befolkningen, dels i forestillinger om interaktivitet på museer, der særligt formuleres på baggrund af tankerne om en postmoderne formidlingsform. Det er klart, at disse forestillinger også har rod i nogle konkrete, praktiske egenskaber ved de nye teknologier og medier: de har muliggjort museernes tilstedeværelse på flere platforme, de har udvidet museernes formidlingsrepertoire og de kan skabe nye dialoger med brugerne. På baggrund af mine analyser efterlyser jeg dog mere kritisk refleksion over det digitale formåen i museal formidlingsammenhæng. Museers forsøg på at skabe interessante og berigende kulturarvsoplevelser og heri inddrage de levende virkemidler, som medier kan udgøre, er naturligvis forståelige – og i øvrigt nødvendige og uundgåelige for at kunne bevare en fortsat kommunikation og dialog med brugerne i et stadigt mere medialiseret samfund – men de nødvendiggør en mere tilbundsående viden om brugerne. Her har nærværende projekt og projektets brugerstudier kunnet nuancere forestillingerne og dermed bidraget til at synliggøre et område, der fortjener større opmærksomhed og udforskning. Det, håber jeg, fremgår af følgende opsamling.

Opsamling

Et overordnet formål med brugerundersøgelserne har været at kunne identificere nogle generelle tendenser i brugernes møde med digital formidling, uden at jeg dog gør mig illusion om, at resultaterne fra min case er gældende for alle museumsformidlingsprojekter. I forhold til målsætningen om at bidrage til en empirisk forståelse, er der dog en række punkter, hvor jeg mener, at andre museer kan lære af afhandlingens casestudie.

Hvis det i den følgende udredning af casestudiets resultater kan synes som om, jeg fremhæver dilemmaerne mere end mulighederne, er det, fordi der allerede er mange studier og megen forskningslitteratur, som diskuterer digital formidling med fokus på de muligheder og potentialer, som digital formidling kan indløse. Der er kun få studier, som peger på de dilemmaer, som digital, interaktiv formidling også rejser – og dermed også på punkterne, hvor der er mulighed for forbedringer. VÆGGEN er både i praktisk og teoretisk forstand en spændende case, fordi den afslører en anden side af digital interaktion end de aspekter, som oftest fremhæves i den kulturpolitiske diskurs og i den museologiske litteratur. Dermed åbner den op for diskussion af problemstillinger, som hidtil ikke er diskuteret særlig ofte i forbindelse med digital museumsformidling.

I min brugerundersøgelse har jeg fokuseret på, hvem der brugte VÆGGEN, hvordan de brugte VÆGGEN, og hvorfor de valgte at bruge VÆGGEN. Målet var dermed at få et indblik i såvel, hvad brugerne af VÆGGEN *gjorde*, som hvad de *fortalte*, om det de gjorde. Undersøgelsen kan opsummeres i følgende overordnede tendenser i brugernes anvendelse, som uddybes efterfølgende:

- De besøgende var ofte ældre brugere og/eller turister
- De mest insisterende brugere (de som stod længst) var traditionelle museumsbrugere³⁶
- Kulturhistorisk interesse og tilhørsforhold var en vigtig motivation for navigationsvalg
- Formidlingsformen blev italesat som sjov og anderledes, men fordybelsen manglede
- En række design- og navigationsmæssige funktioner var for uklare i udtrykket
- Mangel på sammenhæng mellem aktiv handling og VÆGGENs respons
- Flot design og godt koncept, men for svært at bruge
- Uklarhed om museet som afsender
- VÆGGEN opfattedes ikke som et museumsbesøg

Den digitale museumsbruger

Mine undersøgelser har indikeret, at brugergruppen ved VÆGGEN var blandet, og at den demografiske sammensætning syntes at variere afhængig af tidspunktet for brugen. I weekenden var der fx flere familier end i hverdagene, og i juni måned (2010) var der mange studenter. Overordnet set var der dog i perioden for mine undersøgelser en høj repræsentation af de ældre og, hvad man kan kalde, de traditionelle museumsbrugere samt af turister. Det kan have noget at gøre med, at VÆGGEN simpelthen stod placeret i et byrum, hvor de ældre brugere kom meget. Det kan også indikere, at målgruppen ikke nødvendigvis ændrer sig nævneværdigt, blot fordi man introducerer en digital vinkel på kulturarvsformidlingen. Det er et forhold, der i den museumsfaglige litteratur stadig mangler viden om.³⁷

³⁶ En "traditionel" museumsbruger defineres som en kvinde, der typisk er over 55 år og har en mellemlang videregående uddannelse som fx skolelærer (Moos & Lundgaard 2009).

³⁷ Selvom en del ældre brugere i min undersøgelse udtrykte usikkerhed med kommentarer som, "det er da vist ikke for de ældre det her!", antydede mine observationer, at flere af de ældre brugere faktisk ikke var "dårligere" mediebrugere end de yngre brugere, men at de var langt mindre selvsikre i forhold til deres egne kompetencer. I

I en sammenligning af museers brugere og webbrugere påpeger den amerikanske museumscurator Deborah Seid Howes: "The truth is that Web visitors and museum visitors are the same people" (Howes 2007: 73). Forfatteren angiver ganske vist ikke, hvor den information stammer fra, ej heller hvem de omtalte "webbrugere" og "museumsbesøgende" mere præcist er, men hvis informationen kan bekræftes, er det en interessant betragtning, der kunne antyde et behov for grundig evaluering af de digitale midler og metoder, der anvendes til at tiltrække nye brugere. I mine undersøgelser var det i overvejende grad selve indholdet, der motiverede brugen. En bruger præciserede fx, at havde VÆGGEN været om nye billeder, så var han ikke gået hen til den. For ham var det det historiske, som var interessant ved VÆGGEN. "Alt det andet", udtalte han, "kunne han finde på internettet".

I artikel 1 konkluderer jeg, at mediet for mange brugere primært var et middel til at nå det kulturhistoriske indhold, som brugerne søgte information om. Omvendt syntes VÆGGENs "fede" og "flotte" interface i sig selv – de store multitouch-skærme – at være dét, som i høj grad tiltrak de helt unge brugere (teenagere) ved VÆGGEN. Når en række af disse brugere derimod så, at VÆGGEN handlede om kulturhistorisk indhold, fortrak de hurtigt igen med bemærkninger som "Er det sådan noget historie? Nej, det er kedeligt. Kom, vi skrider!".³⁸ Hertil skal siges, at dette bestemt ikke var det eneste billede, der tegnede sig af de unges brug, for der var mange yngre brugere under 30 år, som søgte VÆGGEN pga. det kulturhistoriske indhold, dvs., de var allerede interesserede kultur- og museumsbrugere. Jeg har på baggrund af min undersøgelse ingen mulighed for at pege på, om VÆGGEN har tiltrukket nye og/eller yngre brugere, som ikke kom på museer i forvejen, men det forekom ikke i udpræget grad at være tilfældet. Manglen på de helt unge brugere havde sandsynligvis også noget at gøre med VÆGGENs placering i et kulturhistorisk byrum, hvor mange unge brugere ikke havde deres daglige færden – dvs., at dette skal ses i forhold til spørgsmål om placering og kontekst, som jeg allerede har påpeget i metodeafsnittet. Her ville en undersøgelse af VÆGGEN på en anden placering i byen eller en undersøgelse af et helt andet digitalt projekt sandsynligvis kunne vise anderledes resultater.

VÆGGENs design

Jeg kan godt lide, hver gang der kommer noget navigationsagtigt, som jeg kan forstå og overskue, og hvor jeg sådan har følelsen af, at nu kan jeg dykke ned... [...] og jeg kan godt lide – i teorien – den der tidsfunktion, men jeg kan ikke så godt lide den i praksis, for jeg forstår den ikke [...] Og jeg bliver så lidt frustreret, når jeg sådan farer vild i det, og det synes jeg, at jeg gør meget – eller ender i en blindgyde... (37-årig kvinde fra brugerundersøgelsen ved VÆGGEN, sommer 2010).

Brugernes vanskeligheder med at forstå VÆGGENs funktionelle design betød, at flere brugere beskrev, at de mistede interessen og/eller, at de ikke gad blive stående. Af mine observationsnoter fremgår det

en keynote-præsentation på DREAM-konferencen i maj 2012 (Roskilde) berettede Angela McFarlane, direktør for Royal Botanic Gardens, Kew, at da havernes nye app blev introduceret, var det til museets overraskelse de ældre, "traditionelle" brugere, der tog den til sig i stor stil. Det kunne antyde, at de ældre brugere gerne vil og kan det digitale, samt at netop disse brugere i høj grad ser digitale virkemidler som en mulighed for at kunne udbygge deres kulturhistoriske interesser.

³⁸ Grundlæggende er VÆGGEN et digitaliseret byhistorisk billedarkiv, som blot er organiseret på en ny måde og i et nyt medie. De unge brugeres reaktion på indholdet i VÆGGEN kan skyldes, at de forbinder det med noget "kedeligt" (et ord jeg hørte flere bruge), og det kunne pege på, at man skal formidle byhistorie til disse brugere på en helt anden måde. Det gøres fx allerede i Københavns Museums skoletjeneste, der udvikler og tilbyder særlige målgrupperettede undervisningstilbud.

gentagne gange, at folk efter forgæves tryk på skærmen eller tidslinjen blev irriterede og gik, ofte ledsaget af kommentarer som: "Det virker bare aldrig rigtig sådan noget her, vel!?", "Jeg tror ikke, den kan kapere, at vi trykker begge to på én gang", "Man kan godt mærke, der er brugt mange tilgange til den, ikke? Den vil mange ting!" og "Så, nu går den i sort!". Brugernes oplevelse af det tekniske og navigationsmæssige aspekt af VÆGGENs design fyldte meget i brugerundersøgelserne, og selvom det er umuligt at inddrage det fulde materiale her, er ovenstående udtalelser i vid udstrækning repræsentative for brugernes italesættelse af deres oplevelse af at navigere i VÆGGEN.

I afhandlingens artikler (1 og 3) påpeger jeg med afsæt i en designteoretisk analyse (Engholm 2004; Norman 1999; Kress 2004) vigtigheden af, at der må være en kommunikativ sammenhæng mellem afsenders intentioner og modtagers kompetencer og opfattelser – en forudsætning som bygger på et delt "sprog" og etablerede konventioner i design. Det gælder naturligvis for den helt basale korrespondens mellem afsender-design-bruger, altså tilfælde hvor brugeren ganske enkelt ikke kan finde ud af at interagere med designet på baggrund af de "sproglige" udtryk og tegn, der er anvendt. Men det vedrører også forhold, mener jeg, hvor brugerne faktisk anvender (i hvert fald dele af) designet i henhold til afsenders intentioner og stadig bliver forvirrede, fordi de efterlades med en følelse af ikke rigtig at have opnået det, de troede, de kunne med designet. Designet var i min undersøgelse indgangsvinklen til at forstå, hvad VÆGGEN handlede om, til at fange brugerne ind og til at give brugerne adgang til indholdet. Pga. de kommunikationsbrist, der opstod mellem henholdsvis designernes og brugernes forestillinger om VÆGGEN, skete der ofte det, at brugerne ikke fik det ud af interaktionen, som de forventede – på trods af at de måske faktisk havde fået det ud af VÆGGEN, som designerne havde intenderet. Her er der mere på spil end blot et kommunikativt misforhold, mener jeg, fordi man risikerer, at brugerne ikke ønsker at komme igen. I interaktionsdesign bliver afsenderens intentioner faktisk underordnede, hvis de ikke korresponderer med brugernes opfattelse af, hvad de får ud af interaktionen med designet, og jeg har gennem afhandlingen præsenteret en række eksempler, der kan understøtte denne betragtning. Jeg har samtidig løbende foreslået, at man i ethvert digitalt museumsdesign nøje overvejer og afvejer sværhedsgraden af designet i forhold til brugernes ønsker og kompetencer. Specifikt hvad angår VÆGGEN, har jeg i artikel 1 og 3 angivet enkle konkrete forslag til at gøre navigationen nemmere for brugerne. Det er simple forslag til at forbedre brugervenligheden, som nemt kan overvejes i forbindelse med andre designs.

Mit studie bidrager på flere måder med viden om, hvad der er muligt inden for rammerne af interaktionsdesign, når man inddrager digitale teknologier i museumsformidlingen. Det er en agenda, som er vigtig for alle museer (typer og størrelser), fordi der er tale om nogle overvejelser og betragtninger, som basalt set handler om gensidig kommunikation og dialog – aspekter af formidlingen, som museer netop ønsker at fremme.

VÆGGEN som repræsentations- og oplevelsesform

I afhandlingens kapitel 2 og 4 argumenterede jeg for, at der i den kulturpolitiske og museumsteoretiske diskurs hersker en forestilling om, at museernes underholdningsværdi kan øges ved at integrere digitale, interaktive komponenter i formidlingen, og at en nutidig museumsbruger forventes at motiveres af interaktivitet og deltagelse i forbindelse med et museumsbesøg (Witcomb 2006: 354; jf. også Skot-Hansen 2006, 2009; Lund et al. 2009). Jeg argumenterede ydermere for, at netop disse forestillinger spiller en motiverende rolle i den kulturpolitiske støtte til digital formidling. I samme forbindelse efterspurgte jeg mere kritisk stillingtagen til kvaliteten og/eller til dybden af den digitale kulturarvsoplevelse, og jeg spurgte retorisk om formidlingen altid var god, hvis den bare var digital. Samtidig efterspurgte jeg bedre og mere dybdegående viden om *brugernes* kvalitative oplevelse med

digital formidling. På baggrund af mine undersøgelser fremgår det, at forestillingerne om brugernes ønsker til museumsformidlingen kan nuanceres.

I mine undersøgelser havde brugerne klare holdninger til det digitale og til, hvad de forbandt med oplevelsen heraf i forhold til et traditionelt analogt eller fysisk museumsbesøg. Brugere anerkendte, at VÆGGEN var en anden, mere levende, dynamisk og "sjov" måde at fortælle historie på, men de gav også udtryk for, at dette var noget, de "måske ville bruge 15 minutter på", når de passerede forbi. Oplevelsen ved at navigere i VÆGGENs digitale billedarkiv blev beskrevet som mere "flimrende", "heterogen", "usammenhængende" og uden den narrative sammenhængskraft, som kan findes i en fysisk museumsudstilling. Formatet passede godt til den "hurtige" oplevelse, som brugerne forventede at få i et byrum, hvor oplevelsen var påvirket af en række andre ydre faktorer, som baggrundsstøj, vind og vejr.³⁹ Som en 22-årig mandlig informant sagde: "Det er den lette adgang til historien. Det er en nem måde at få lidt viden og lidt forståelse, uden at være dybt interesseret i det. Jeg tror, at den skærer det meget ud i pap, der gør, at alle faktisk kan få noget viden om noget historie ud af det uden at føle, at det er alt for tørt".

Den bagvedliggende, ekspertformidlede, kulturhistoriske sammenhængende fortælling var vigtig for mange af brugerne, jeg talte med. Brugere anerkendte fordelene ved at kunne interagere, deltage og søge selv, men de savnede uddybende viden og information, som de forbandt med en museumsoplevelse. Den fragmentariske fortælleform, som VÆGGEN for brugerne repræsenterede, kunne ikke give den samme sammensatte fortælling.⁴⁰ Det fysiske museumsbesøg var et sted og en situation, der af brugerne blev kædet sammen med fordybelse. VÆGGEN oplevedes ikke altid uddybende nok i forhold til den "viden om fortid og nutid" og "stof til eftertanke", som brugerne efterspurgt i forhold til et museumsbesøg.

Det betød langt fra, at den traditionelle museumsformidlede genstandsoplevelse altid blev beskrevet som god. Flere brugere havde minder om museumsoplevelser, som de beskrev som "støvet", "tør", "dræbende kedsommelig", "udynamisk" og "defineret på forhånd", "ligesom at gå i El-Giganten og følge gangene rundt" eller som en "labyrinth". En godt formidlet genstandsudstilling blev dog ofte fremhævet af såvel yngre som ældre brugere, som en særlig mulighed for fordybelse, for at gå rundt og "se på tingene" og for at "lugte" til de originale genstande selv. Som en 19-årig kvindelig bruger sagde: "Det er jo det hyggelige ved at gå på museum; at man går rundt og finder de der forskellige ting i stedet for, at man bare står ét sted. Så kunne det hele jo lige så godt ligge inde på nettet. Hyggen ved at gå på museer er, at man går rundt og finder de forskellige ting, synes jeg faktisk".

Den moderne og postmoderne fremstillingsform – her repræsenteret ved den fysisk henholdsvis den digitale genstandsformidling – udelukkede dog ikke hinanden for brugerne. Besøget på det fysiske museum og ved en digital installation – som i nærværende case er placeret i byrummet – kunne opfylde forskellige behov. Brugere oplevede altså på ingen måde det fysiske museumsbesøg med den klassiske udstillingsform eller den digitale installation med den heterogene oplevelsesform som gensidigt ekskluderende, men som to formidlingsformer der i høj grad kunne supplere og berige hinanden. Det digitale blev nævnt som noget, der kunne udvide brugernes muligheder for at få adgang til kulturhistorisk viden. I den forbindelse fremhævede flere brugere digitale virkemidlers mulighed for at kunne supplere en traditionel udstilling med viden og information. Der var endda forslag om at rykke

³⁹ Heri afspejles naturligvis også det forhold, at et traditionelt museumsbesøg typisk er planlagt i forvejen, mens en oplevelse som VÆGGEN er én, man støder på lidt tilfældigt på sin vej fra et sted til et andet.

⁴⁰ Det skal naturligvis understreges, at det heller ikke har været Københavns Museums intention med VÆGGEN. Her ønskede man netop at skabe noget nyt og anderledes – et modspil til traditionelle, kronologiske repræsentationsformer.

VÆGGEN ind på museet, hvor den kunne supplere den traditionelle formidling med individualiseret søgning efter viden om det, man kunne se i udstillingerne. Mine undersøgelser understøtter altså Camerons (2003) fokus på, at de fremstillingsformer, som beskrives inden for rammerne af den moderne og postmoderne museumstypologi, ikke nødvendigvis udelukker hinanden gensidigt, men at de kan sameksistere i et frugtbart samspil. Selvom min brugerundersøgelse naturligvis er udført ved VÆGGEN, syntes sådanne betragtninger om det fysiske og digitale ikke kun at relatere til brugernes oplevelse af VÆGGEN, men snarere var det en generel betragtning fremsat af brugerne, når de blev bedt om at reflektere over den oplevelse, som hhv. digital og traditionel museal udstillingsformidling kan give. I forhold til mit forskningsspørgsmål er der i den anledning nogle slutninger og forbehold, som kan drages her:

I brugernes bevidsthed og i deres ønsker til museumsformidling levede den traditionelle genstandsbaserede museumsudstilling i bedste velgående videre som den "rigtige" formidlingsform. Som jeg har antydnet i metodeafsnittet og skal diskutere nedenstående, må denne konklusion naturligvis ses i forhold til, at jeg kun har undersøgt reelle brugere af VÆGGEN, og at størsteparten af disse viste sig at være kulturhistorisk interesserede og allerede museumsbrugere.⁴¹ I dette lys er en undersøgelse, der bekræfter, at brugerne er glade for genstandsbaserede museumsudstillinger naturligvis ingen stor overraskelse. Det væsentligste i den forbindelse er nok snarere den betragtning, at selv ikke en stor, digital installation, der er placeret midt i byrummet, tilsyneladende har en væsentlig tiltrækningskraft på ikke-brugere af museer. Her mangler dog yderligere forskning, som kan be- eller afkræfte dette forhold samt undersøge, hvilke digitale formidlingsformer der eventuelt i højere grad kan tiltrække ikke-brugere. Ydermere kan en sådan slutning bekræfte museerne i, at brugerne stadig gerne vil komme på museer og have viden, og at de har stor tiltro til, at de kan få den af de eksperter, der arbejder på museerne. Det er ganske positivt, mener jeg.

Brugerdeltagelse og VÆGGENs koncept

When we do begin to address action at the exhibit face, it is not at all clear that the forms of participation that arise with and around many computer-based 'interactive' exhibits resonate with the broader institutional commitments to collaboration, communication and co-participation that underpin investment in, and the development of, these new exhibition areas (Heath & Lehn 2008: 86).

Jeg har ikke lavet en systematisk analyse af brugernes deltagelse i VÆGGEN, men jeg har spurgt brugerne, om de kunne finde på at deltage med materiale selv. Hertil svarede langt størsteparten af de adspurgte brugere "nej". Der blev angivet forskellige årsager til dette, men overvejende havde man af forskellige personlige årsager simpelthen bare ikke lyst til at deltage.

I VÆGGENs tilfælde syntes manglen på (ønske om) deltagelse også at have noget at gøre med forståelsen af VÆGGENs emnemæssige koncept. Flere brugere udtrykte, at de ikke syntes, de havde noget at bidrage med. Det skyldtes bl.a., at mange brugere opfattede VÆGGEN som "noget med historie", og eftersom de ikke havde historiske billeder eller gamle familiealbums, havde de ikke noget

⁴¹ Om det beror på tilfældigheder eller andre forhold, der relaterer til min forskningsmæssige tilgang, er umuligt at sige. Det kan muligvis have noget at gøre med, at jeg kun har interviewet brugere, der stod mindst et par minutter ved VÆGGEN. Jeg observerede utroligt mange brugere, der stod i kortere tid, og som blot kørte fingrene hen over skærmen eller tog et "snapshot", før de grinende gik videre, men disse brugere indgår kun i observationerne og er altså ikke blevet spurgt om deres forhold og ønsker til traditionel eller digital museumsformidling.

at uploade. En anden årsag var, at mange brugere faktisk syntes, at VÆGGEN udelukkende *burde* være om historie. Dvs., at – særligt andre brugeres – nutidige billeder ikke var lige så relevante eller interessante at se på som museets materiale (et forhold der diskuteres nærmere i artikel 2 og perspektiveres i artikel 4) – omend en enkelt bruger bemærkede, at samtidige billeder ”jo også bliver historie en dag”.

Det fremgik tydeligt, at brugerne kunne se mange potentialer i VÆGGENs koncept (interaktivitet, deltagelse, inklusion m.m.), men at samme koncept også rejste tvivl om, hvad det egentlig var, VÆGGEN kunne og skulle som museal formidlings- og repræsentationsform. Blandingen af historiske og museumsfagligt udvalgte billeder med ”tilfældige” brugeruploadede billeder, syntes at skabe forvirring for nogle brugere. Som en bruger udtrykte: ”Skellet mellem historiske og nutidige billeder er uklart: Hvis jeg kun vil se historie, kan jeg så det? Der er noget dér, som ikke er helt stringent. Man skal kunne vælge fx kun at se historie og ikke billeder fra en fest”. Den brugergenererede deltagelse rejste i flere tilfælde bekymring i forhold til dels mængden af irrelevant materiale, dels til spørgsmålet om, hvordan det påvirkede museets integritet og ”sandheden” af den formidlede historie, når man som bruger ikke kunne se, om kilden til informationen var museet eller en bruger. Her sås andre brugeres inputs ikke som lige så valide eller troværdige, som den viden museet frembringer. Som jeg har argumenteret i artikel 2, var der stor skepsis for sammenblanding af museets og brugernes viden, da det i brugernes optik rejste tvivl om, hvorvidt det præsenterede var sandt. Denne efterspørgsel efter autoritativ viden er interessant nok i overensstemmelse med Camerons undersøgelser, idet hun på baggrund af sin forskning konkluderer, at ”...not all interpretations are seen as equal by users and museums must continue to provide reliable information based on scholarly research” (Cameron 2010: 85).

Sådanne holdninger til brugergenereret og delt viden versus autoritativ og ekspertfaglig viden kan synes paradoksale taget i betragtning, at Wikipedia⁴² og andre folksonomier – dvs. mediefaciliterede, brugergenererede vidensbaser – har vundet stadig større udbredelse og anerkendelse i samfundet. I undersøgelsen ved VÆGGEN, syntes brugerne dog, som ovenstående antydet, i høj grad at kæde deres forståelse og oplevelse af et museum sammen med en traditionel eller moderne museal videns- og formidlingsform: I brugernes bevidsthed var museer altså (på godt og ondt) stadig en bygning og et sted, man forventede at kunne hente stabil og sikker viden – på trods af at de fleste museer i dag er til stede på flere platforme og tilbyder mange aktiviteter, som ikke nødvendigvis kan kædes sammen til hverken deres fysiske beliggenhed eller de konkrete fysiske samlinger. I VÆGGENs tilfælde blev installationen af langt størsteparten af brugerne slet ikke oplevet som en museumsoplevelse på trods af, at Københavns Museums logo stod overalt på VÆGGEN. Det kan forekomme nærmest paradoksalt, men brugerne forbandt tilsyneladende ikke en stor digital installation på en travl trafikeret plads med et museum.⁴³

Brugernes reaktioner udfordrer under alle omstændigheder nogle af museums litteraturens fremherskende forestillinger om brugernes ønske til både egen og andre brugeres deltagelse. Mine undersøgelser viser, at debatten om museernes digitale formidling må nuanceres i det øjeblik, brugerne selv spørges og inddrages. Heri antydes i det mindste et felt med væsentlige fremtidige undersøgelsespotentialer.

⁴² På Wikipedia er der, måske i modsætning til den generelle opfattelse, relativt høje krav til validitet, reliabilitet og kildekontrol.

⁴³ Snitkegroup (2010) har refereret til dette paradoks med begrebet ”bannerblindhed”: dvs., at man i det senmoderne samfunds bombardement af information simpelthen blokerer alt andet omkringliggende ”flimmer” ude end den konkrete aktivitet, man er i gang med. Københavns Museums logo og navn er placeret både direkte over skærmene og på VÆGGENs container, så antallet af brugere, der ikke sammenkædede VÆGGEN med museet, må betragtes som temmelig bemærkelsesværdigt.

Ph.d.-projektets begrænsninger

Dette projekt har en række begrænsninger, hvoraf de mest betydningsfulde for undersøgelsens resultater skal nævnes her.

Da afhandlingen bygger på et enkelt casestudie, hviler undersøgelsens resultater først og fremmest på undersøgelsen af brugernes anvendelse af dette specifikke digitale formidlingsprojekt. Hvert enkelt digitalt museumsprojekt er typisk konstrueret til et bestemt museum og/eller til en nærmere defineret formidlingssituation, som har rod i det enkelte museums unikke samling, og som kan være målrettet bestemte målgrupper og/eller til en bestemt type interaktion og/eller formidlingsoplevelse, som det givne museum ønsker, at de besøgende skal have.⁴⁴ Det betyder, at ethvert museumsprojekts design, indhold, placering, den eller de anvendte mediegenerer (web, installation, mobil teknologi mv.) og dermed mulighederne for interaktion og deltagelse kan variere voldsomt fra projekt til projekt. Projekternes forskellighed betyder selvsagt, at når koncept, udformning og formål er forskellige, så vil den konkrete brugeranvendelse og tolkning af projektet også være det. Det indebærer helt enkelt, at hvis mit casestudie havde formet sig over et andet museumsprojekt, eller jeg havde inddraget andre studier i en komparativ analyse, ville resultaterne af brugerundersøgelsen sandsynligvis have været nogle andre. Det betyder også, at jeg ikke har gjort mig forventninger om på baggrund af mit studie at kunne komme med universelle udtalelser om, hvad der karakteriserer brugernes interaktion i alle museale, digitale formidlingsprojekter. Jeg tilsigter dog alligevel at kunne sige noget generelt om brugeres opfattelse af digital museumsformidling. Selvom der er mange andre projekter end VÆGGEN, som fungerer helt anderledes, mener jeg alligevel, at man af nærværende afhandlings casestudie kan udlede nogle mere universelle problematikker og betragtninger, som rejses af brugernes interaktion med VÆGGEN.

En anden begrænsning vedrører designet af selve brugerundersøgelsen. Jeg har primært været motiveret af at undersøge den reelle brug af VÆGGEN. Det betyder, at jeg har lavet skjulte observationer og har benyttet mig af film fra videoovervågningskameraer for at undgå en konstrueret brugssituation. Det implicerer imidlertid også, at jeg ikke har kunnet lave præcise aldersregistreringer og følgelig aldersinddelinger af brugerne. En undersøgelse, der havde lagt større vægt på demografiske aspekter som alder, social baggrund osv., ville være interessant i forhold til at afdække en række af de kulturpolitiske og museumsteoretiske hypoteser, som ligger bag motivationen om at implementere digital formidling. Man har fx en formodning om, at det digitale er en bedre måde at nå de unge brugere og ikke-brugere på. Selvom digital formidling er motiveret af at skabe bedre oplevelser for alle brugere, er de unge en særlig målgruppe i denne sammenhæng. I min undersøgelse har antallet af de ældre og såkaldte traditionelle museumsbrugere ved VÆGGEN overrasket. Fremadrettet kunne alder således være et interessant parameter at inkludere i en undersøgelse af brugernes motivation til at engagere sig i digitale museumsdesigns.

I forhold til undersøgelsens teoretisk-analytiske tilgang kunne man ydermere nemt forestille sig et snit, der lå anderledes. Udover på et rent registrerende niveau berører jeg fx ikke i særlig grad sociale dimensioner af brugernes besøg ved VÆGGEN. Dvs., at selvom jeg har registreret i mine observationsnoter, om brugerne besøgte VÆGGEN enkeltvis eller i par, så anvendes denne information

⁴⁴ Jeg har i afhandlingen givet eksempler på sådanne forskellige projekter: fx Kulturhistorisk Museum Randers, der har udviklet et digitalt, interaktivt formidlingsprojekt til deres runesten, Mejlbysten, og Struer Museum, der med projektet Byskriveren har skabt en interaktiv samling af historier med billeder, lyd, film og tekst (se artikel 4).

ikke til at analysere, om det fx havde en betydning for brugernes interaktion med VÆGGEN, hvem de besøgte den med, og om der var forskel på enkeltpersoner, par eller gruppers interaktion. Jeg har fx heller ikke aktivt undersøgt brugernes forudgående digitale kompetencer og sammenholdt dem med deres forståelse og anvendelse af VÆGGENs digitale design. Dvs., at en række aspekter af museumsoplevelsen, som Falk og Dierking fx ville kalde den sociale og personlige dimension, ikke er medtaget i min undersøgelse.

Det er altid en særlig problemstilling at skabe overblik over relevant litteratur, når man beskæftiger sig med et tværfagligt felt, fordi man i sagens natur skal dække et meget større litteraturkorpus, når man bevæger sig i en række forskellige teoretiske områder. En sådan eklektisk tilgang medfører risiko for, at fordybelse i enkeltteoretiske diskussioner må fravælges på bekostning af en bredere sammenskrivning af teori. Som jeg allerede har nævnt i afhandlingens indledende kapitel, har denne bekymring været ledsaget af refleksioner over den valgte antologiske form, som bl.a. har påvirket de enkelte artiklers analyser i forskellig retning. I mit tilfælde har brugerundersøgelsernes påvirkning af projektet i en retning mod mere teknisk-funktionelle aspekter endvidere betydet, at jeg har skullet bevæge mig ind i et design-teknisk felt, som jeg intet forudgående kendskab havde til. Her kan man hævde, at en forsker med bedre teknisk viden og indsigt havde haft bedre forudsætninger for at identificere og diskutere problemstillinger, der i mit projekt vedrører design, teknik, navigation mv. Jeg mener dog samtidig, at jeg ved at bevare denne åbenhed i forskningsdesignet og lade brugernes interaktion styre de emner, der måtte analyseres, har antydnet nyttige og nødvendige retninger, der bør adresseres i den videre forskning i digital museumsformidling.

Fremtidige forskningsområder

Ved ethvert forskningsprojekts afslutning er det nyttigt at reflektere over dets forløb og dets videre implikationer. Skulle undersøgelsen laves om eller udbygges, var der, som ovenstående beskrevet, en række faktorer ved undersøgelsens design, som jeg ville tage højde for og gøre anderledes. Man kan i den forbindelse sige, at undersøgelsens begrænsninger også udpeger mulige fremtidige forskningsområder. Et par af disse områder skal gennemgås her.

Jeg nævnte i afhandlingens metodeafsnit (kapitel 5), at min interviewundersøgelse ikke omfatter potentielle brugere af VÆGGEN, man kunne også kalde dem ikke-brugere. Det skyldes det faktum, at min forskningsinteresse og dermed brugerundersøgelse har koncentreret sig om de brugere, der rent faktisk anvendte VÆGGEN og om at undersøge disse brugeres kvalitative oplevelse med et digitalt formidlingsprojekt. Der eksisterer efter mit vidende ingen eller få undersøgelser af, hvorfor nogle brugere vælger *ikke* at interagere med digital formidling.⁴⁵ Falk og Dierking nævner ganske vist på baggrund af en undersøgelse refereret i et paper fra konferencen *Museums and the Web* (1998), at nogle brugere angav deres manglende interaktion med digitale formidlingstilbud i en museumsudstilling til at skyldes, at de hellere ville se på udstillingens fysiske genstande, eller at de allerede brugte computere i deres dagligdag og derfor ønskede at bruge tiden og besøget på museet til noget andet (Falk & Dierking 1998: 6). Studiet konkluderede, at selvom mange brugere viste interesse for, at digitale medier kunne øge deres muligheder for at få viden i en museumsudstilling, og at mediefaciliteret formidling dermed var en vigtig mulighed for nogle museumsbesøgende, så gjaldt det bestemt ikke for alle. Falk og Dierking's studie er interessant, fordi der allerede heri tegnes et mere nuanceret billede af brugernes ønsker til og anvendelse af digital formidling. Studiet er imidlertid fra 1998, og de

⁴⁵ Der er lavet en række studier af brugere og ikke-brugeres motivation til valg og fravalg af museumsbesøg (fx Prentice, Davies & Beeho 1997), men der mangler studier af deciderede fravalg af digital formidling.

teknologiske muligheder har udviklet sig en del siden, hvilket kan forventes at have en indflydelse på karakteren og indholdet af digital museumsformidling og dermed på brugernes ønsker og oplevelser hermed. Som det gælder mit eget studie, inddrager Falk og Dierking dog samtidig også kun besøgende, der allerede *er* museumsbrugere. Deres undersøgelse udspringer med andre ord ikke af en særlig erkendelsesinteresse i *ikke-brugere* af digitale formidlingstilbud: Hvis brugere går forbi standere eller kun bruger dem kortvarigt, er det så fordi, de ikke ønsker at bruge dem, ikke kan finde ud af dem, eller ikke synes, de hører hjemme i museumsrummet (eller byrummet)? Skyldes den manglende interaktion simpelthen manglende interesse, eller har det at gøre med manglende tro på egne evner i forhold til at håndtere digitale teknologier (det sidste syntes at være karakteristisk for flere af særligt de ældre brugere i min undersøgelse – andre brugere virkede nærmest bange for, om de kunne komme til at ødelægge VÆGGEN ved at trykke for hårdt på skærmene)? Og i fald ovenstående er tilfældet, hvad kan da gøres for at skabe interesse? Eller for at indgyde de ældre brugere tro på egne evner – for at alle i hvert fald har *muligheden* for at benytte museernes forskellige tilbud?

Resultaterne af afhandlingens analyser betoner vigtigheden af at bygge på et solidt empirisk, metodisk og teoretisk grundlag ved implementeringen af nye, digitale medieformer på museer. Her argumenteres for, at der må hentes metodisk-teoretisk indsigt fra medie- og designteori, som har en længere tradition for og viden om de mediebrugere og den teknologi, som stadig er nye vidensområder i en museums kontekst. I den forstand bygger afhandlingen også bro mellem flere teoretiske felter – uden at dette imidlertid på nogen måde er gjort udtømmende med nærværende afhandling. Her er stadig potentiale for videre udforskning.

Sluttelig mener jeg, at det er relevant at spørge til, hvordan vi kan forstå de fremtidige udfordringer for museumsforskere, der skal bevæge sig i et digitalt felt. Min egen undersøgelse har vist, at der mangler – og derfor må udvikles – flere nationale og internationale *komparative* studier af digital mediekultur og brugerpraksisser på museer og i museumssammenhænge. De svenske medieforskere Tobias Olsson og Anders Svensson (2013) argumenterer med afsæt i en svensk kontekst for, at de svenske museer, på trods af mange digitale satsninger og kulturpolitiske støtteordninger gennem de sidste år, stadig kommunikerer meget dårligt sammen om deres erfaringer med digitale projekter (særligt web 2.0 og sociale medier). En overfladisk gennemgang af tilsvarende litteratur (kulturpolitiske dokumenter og museale undersøgelser) fra Danmark synes at tegne et lignende billede.

Der har allerede været studier, som viser potentialerne ved digital formidling. Nærværende ph.d.-projekt har afsløret nogle aspekter af digital formidling, som stadig kun i et lille eller intet omfang er blevet berørt tidligere, og som derfor fortjener opmærksomhed. Der mangler fortsat en mere sammensat forståelse for, hvordan (eksisterende og potentielle) brugere af museer anvender og ønsker at anvende digitale museumsressourcer. Hvis museer skal skabe digitale museumstilbud, der stemmer overens med brugernes mål og ønsker, er videre studier, der kan bedre en overordnet og grundig forståelse af, hvordan museumsbrugere betragter og bruger digital museumsformidling, vigtig. Det vil tillade museer at skabe projekter, der er særligt designede til brugernes (ændrede) behov og forventninger til museernes digitale tilstedeværelse og til den viden, de forventer og ønsker at få fra museer.

Litteratur

- Adair, B., Filene, B., & Koloski, L. (Eds.) (2011). *Letting Go? Sharing Historical Authority in a User-Generated World*. Philadelphia, USA: The Pew Center for Arts & Heritage.
- Anderson, G. (2004). Introduction: Reinventing the Museum. In Anderson, Gail (Ed.), *Reinventing the Museum: Historical and Contemporary Perspectives on the Paradigm Shift* (pp. 1-7). Oxford: AltaMira Press.
- Anderson, G. (Ed.) (2004). *Reinventing the museum. Historical and contemporary perspectives on the paradigm shift*. Lanham: AltaMira Press.
- Andersen, J. (2009). Kulturarv er budskabet. En medieteoritisk diskussion af digital formidling af kulturarv. In Lund, N. D. et al. (Eds.) *Digital formidling af kulturarv. Fra samling til sampling* (pp. 65-79). København: Forlaget Multivers.
- Bal, M. (1996). The Discourse of the Museum. In Greenberg, R. et al. (Eds.), *Thinking About Exhibitions* (pp. 201-18). London: Routledge
- Barthes R. (1977). *Image, music, text*. London: Fontana Press.
- Black, G. (2005). *The engaging museum. Developing museums for visitor involvement*. London: Routledge
- Black, G. (2012). *Transforming Museums in the Twenty-First Century*. London and New York: Routledge.
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (1999). *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press.
- Bryman, A., & Burgess, R. G. (1994). Developments in qualitative data analysis: an introduction. In Bryman, A., & Burgess, R. G. (Eds.), *Analyzing Qualitative Data* (pp. 1-17). London and New York: Routledge.
- Bryman, A., & Burgess, R. G. (1994). Reflections on qualitative data analysis. In Bryman, A., & Burgess, R. G. (Eds.), *Analyzing Qualitative Data* (pp. 216-224). London and New York: Routledge.
- Cameron, F. (2003). Digital futures I: Museum collections, users, information needs, and the cultural construction of knowledge. *Curator*, 46 (3), 325-340.
- Cameron, F., & Kenderdine, S. (Eds.) (2007). *Theorizing Digital Cultural Heritage. A Critical Discourse*. Cambridge: MIT Press.
- Cameron, F., & Robinson, H. (2007). Digital Knowledgespaces. Cultural, Theoretical, Practical, and Usage Issues Facing Museum Collection Databases in a Digital Epoch. In Cameron, F., & Kenderdine, S. (Eds.), *Theorizing Digital Cultural Heritage. A Critical Discourse* (pp. 163-191). Cambridge: MIT Press.
- Cameron, F. (2010). Collections, documentation and shifting knowledge paradigms. In Parry, R. (Ed.), *Museums in a Digital Age* (pp. 80-95). London: Routledge.

- Christensen, L. H. (2011). Maskespil. Udstillingen som viden og didaktisk eksperiment. In Nielsen, H. J., Høyrup, H., & Christensen H. D. (Eds.), *Nye vidensmedier. Kultur, læring, kommunikation* (pp. 279-296). Frederiksberg C: Samfundslitteratur.
- Christensen, H. D. (2007). Hvad er et museum? Den danske museumslov mellem teori og praksis. *Papers for The Third Nordic Conference on Cultural Policy Research* (pp. 1-16). Bø, Telemarken, Norge, 23.-24. august 2007. Tilgængelig fra:
<http://www.hit.no/nor/content/download/48160/402903/file/Christensen.pdf>
- Christensen, H. D. (2009). Digitale forskydninger. Hvorfor bevare den fysiske kulturarv, når den kan digitaliseres? In Lund, N. D. et al. (Eds.), *Digital formidling af kulturarv. Fra samling til sampling* (pp. 99-125). København: Forlaget Multivers.
- Ciolfi, L., Bannon, L. J., & Fernström, M. (2008). Including visitor contributions in cultural heritage installations: designing for participation. *Museum Management and Curatorship*, 23 (4), 353-365.
- Coats, A. (2010). Who or What Are Museums For? The Essence of the Museum Message. *The International Journal of the Inclusive Museum* 3 (1), 1-22.
- Couldry, N. (2007). Communicative entitlements and democracy: The future of the digital divide debate. In Mansell, R. et al. (Eds.), *The Oxford Handbook of Information and Communication Technologies* (pp. 383-403). Oxford & New York: Oxford University Press.
- Danmarks Statistik (2013). Statistikbanken: <http://www.dst.dk/da/Statistik/emner/museer-og-kulturarv/museer.aspx?tab=nog>. Tilgået februar 2013.
- Den Danske Betydningsordbog* (2013): <http://www.ordbogen.com/>.
- Denzin, N. K. (1970). *The Research Act. A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. New Jersey, USA: Aldine Transaction.
- Drotner, K., Weber, C. P., Larsen, B. A., & Løssing, A. S. (2011). Introduktion. Interaktive museer: hvordan og hvorfor? I Drotner, K., Weber, C. P., Larsen, B. A., & Løssing, A. S. (Eds.), *Det interaktive museum* (11-24). Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Drotner, K., Weber, C. P., Larsen, B. A., & Løssing, A. S. (Eds.). (2011). *Det interaktive museum*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Dudley, S. H. (2010). Museum materialities. Objects, sense and feeling. In Dudley, S. H. (Ed.), *Museum Materialities. Objects, Engagements, Interpretations* (pp. 1-17). New York: Routledge.
- Duncan, C., & Wallach, A. (2004). The Universal Survey Museum. In Carbonell, B. M. (Ed.), *Museum Studies – An Anthology of Contexts* (pp. 51-70). Oxford: Blackwell Publishing.
- Eco, U. (1962). *The Open Work*. Cambridge, Maas.: Harvard.
- Eco, U. (1979). *The Role of the Reader*. Bloomington: Indiana University Press.

- Engholm, I. (2004). Webgenrer og stilarter. Om at analysere og kategorisere websites. In Engholm, I, & Klastrup, L. (Eds.), *Digitale verdener. De nye mediers æstetik og design* (pp. 57-77). Danmark: Gyldendalske Boghandel Nordisk Forlag A/S.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (1992). *The Museum Experience*. Washington D.C.: Whalesback Books.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (1998). Understanding Free-Choice Learning: A Review of the Research and its Application to Museum Web Sites. In Bearman, D., & Trant, J. (Eds.), *Museums and the Web 98. Archives and Museum Informatics*. USA. Tilgængelig på: http://www.museumsandtheweb.com/mw98/papers/dierking/dierking_paper.html
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2000). *Learning from museums. Visitor experiences and the making of meaning*. Lanham: AltaMira Press.
- Falk, J. H. (2009). *Identity and the Museum Visitor Experience*. California, USA: Left Coast Press.
- Federspiel, B. K. (2012). Kulturarv. Et begreb til forhandling. *Nordisk Museologi*, 1, 4-19.
- Ferguson, L. (2010). Strategy and Tactic. A Post-Modern Response to the Modernist Museum. In Cameron, F., & Kelly, L. (Eds.), *Hot Topics, Public Culture, Museums*. Cambridge, UK: Cambridge Scholars Publishing.
- Ferguson, B. W. (1997). Exhibition Rhetorics. In Greenberg, R. et al. Eds.), *Thinking About Exhibitions* (pp. 175-190). London: Routledge.
- Flyvbjerg, B. (2011). Case Study. In N. K. Denzin, & Y. S. Lincoln (Eds.), *The Sage Handbook of Qualitative Research 4th Edition* (pp. 301-316). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Flyvbjerg, B. (2009). *Samfundsvidenskab som virker – hvorfor samfundsforskning fejler, og hvordan man får den til at lykkes igen*. København: Akademisk forlag.
- Flyvbjerg, B. (1991). *Rationalitet og magt I. Det konkrete videnskab*. Odense: Akademisk Forlag.
- Frost, O. C. (2010). When the Object is Digital. Properties of Digital Surrogate Objects and Implications for Learning. In Parry, R. (Ed.), *Museums in a Digital Age*. London: Routledge.
- Gammon, B., & Burch, A. (2008). Designing Mobile Digital Experiences. In Tallon, L., & Walker, K. (Eds.), *Digital technologies and the museum experience. Handheld guides and other media* (35-59). Lanham: AltaMira Press.
- Gibbs, G. R. (2007). *Analyzing Qualitative Data*. London: Sage Publications.
- Gibson International (2010). *THE WALL: Status Summary November 2010*. Internt upubliceret dokument. København: Københavns Museum.
- Harboe-Jepsen, T. (1997). *Indføring i sociologisk metode*. Samfundslitteratur: Frederiksberg.
- Hastrup, K. (2003). *Ind i verden. En grundbog i antropologisk metode*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Hastrup, K. (2010). Feltarbejde. In Brinkmann, S., & Tanggaard, L. (Eds.), *Kvalitative metoder* (pp. 55-80). Hans Reitzels Forlag: København.

- Hazan, S. (2007). A Crisis of Authority. New Lamps for Old. In Cameron, F., & Kenderdine, S. (Eds.), *Theorizing Digital Cultural Heritage. A Critical Discourse* (pp. 133-147). Cambridge: MIT Press.
- Heath, C., & Lehn, D. vom (2008). Configuring 'interactivity'. Enhancing engagement in science centres and museum. *Social Studies of Science*, 38/1 (63-91). London: Sage Publications. DOI: 10.1177/0306312707084152.
- Heath, C., & Lehn, D. vom (2010). Interactivity and collaboration. New forms of participation in museums, galleries and science centers. In Parry, R. (Ed.), *Museums in a Digital Age* (pp. 266-280). London and New York: Routledge.
- Hein, G. (1998). *Learning in the Museum*. London: Routledge.
- Hjarvard, S. (2008). En verden af medier. Medialiseringen af politik, sprog, religion og leg. Frederiksberg C: Samfundslitteratur.
- Hooper-Greenhill, E. (1992): *Museums and the Shaping of Knowledge*. New York: Routledge.
- Hooper-Greenhill, E. (Ed.). (1995). *Museum, media, message*. New York: Routledge.
- Hooper-Greenhill, E. (1999). *The Educational Role of the Museum*. London: Routledge.
- Hooper-Greenhill, E. (2000). *Museums and the Interpretation of Visual Culture*. Routledge: London and New York.
- Hooper-Greenhill, E. (2004). Changing Values in the Art Museum: Rethinking Communication and Learning. In Carbonell, Bettina Messias (Ed.), *Museum Studies: An Anthology of Contexts*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Hooper-Greenhill, E. (2006). Studying Visitors. In Sharon McDonald (Ed), *A Companion to Museum Studies* (pp. 362-373). New York: Blackwell.
- Howes, D. S. (2007). Why the internet matters. A museum educator's perspective. In H. Din & P. Hecht (Eds.), *The Digital Museum. A Think Guide* (pp. 67-77). Washington DC: The American Association of Museums.
- Hvass, S. (2010). Forord. In Moos, T., & Lundgaard, I. B. (Eds.). Museernes webbrugere: en brugerundersøgelse af museernes hjemmesider. København: Kulturarvsstyrelsen: 3. Tilgængelig på http://www.kulturarv.dk/fileadmin/user_upload/kulturarv/museer/dokumenter/Netbrugerrapport_web_11112010.pdf
- Ingemann, B, & Larsen, A. H. (Eds.). (2005). *Ny Dansk Museologi*. Århus: Aarhus Universitetsforlag.
- Ingemann, B. (1999). Det er helt vildt! Om læsestrategier og reception af en udstilling. *Nordisk Museologi*, 1, 155-172.
- Jensen, J. F. (1997). Interaktivitet. På sporet af et nyt begreb i medie- og kommunikationsvidenskaberne. *Mediekultur*, 13 (26). 40-55.

- Jones, I. (2008). Cities and Museums about Them. In Jones, I., MacDonald, R. R., & McIntyre, D. (Eds.), *City Museums and City Development* (1-15). Plymouth, UK: AltaMira Press.
- Keitel, M. A. (2010). The Role of Interactive Technologies in Designing Meaningful Exhibition Experiences: An Informing Design Probe. *The International Journal of the Inclusive Museum* 2 (4), 91–109.
- Kress, G. (2010). *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. London: Routledge.
- Kress, G. (2004). Reading Images: Multimodality, Representation, and New Media. *Paper presented at the Preparing for the Future of Knowledge Presentation conference, Institute of Design, IIT Chicago, IL*. Tilgængelig på: <http://www.knowledgepresentation.org/BuildingTheFuture/Kress2/Kress2.html>.
- Kristiansen, S. (2010). Kvalitative analyseredskaber. In Brinkmann, S., & Tanggaard, L. (Eds.), *Kvalitative metoder* (pp. 447-462). København: Hans Reitzels Forlag.
- Krotz, F. (2005). Changing Worlds by the Upcoming of Interactive Media. A Study on Entertainment Robots People Use at Home and the Future Role of Interactive Media. *Paper presented at the First European Communication Conference 2005*. Tilgængelig på: http://www.uni-erfurt.de/uploads/media/Projekt_AIBO.pdf.
- Kulturministeriet (2003). *Udredning om bevaring af kulturarven*. København: Kulturministeriet. Tilgængelig på: http://www.kulturarv.dk/fileadmin/user_upload/kulturarv/museer/Bevaring_af_Kulturarven_1.pdf.
- Kulturministeriet (2009). *Digitalisering af kulturarven – endelig rapport fra digitaliseringsudvalget*. København: Kulturministeriet. Tilgængelig på: http://kum.dk/Documents/Publikationer/2009/Digitalisering%20af%20kulturarven/pdf/digitalisering_af_kulturarven.pdf.
- Kvale, S. (1997). *Interview. En introduktion til det kvalitative forskningsinterview*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *Interview. Introduktion til et håndværk*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Kyed, S. et al. (2006). *Udredning om museernes formidling*. København: Kulturministeriet. Tilgængelig på: <http://kum.dk/Documents/Publikationer/2006/Udredning%20om%20museernes%20formidling/PDF/Udredning%20om%20museernes%20formidling.pdf>.
- Københavns Bymuseum (2008). *VÆGGEN: en interaktiv elektronisk væg til formidling af København i forbindelse med udgravningerne af Cityringen*. Upubliceret idéoplæg om VÆGGEN til udbudsmateriale. København: Københavns Bymuseum.

- Københavns Museum (2010). *Oplæg til Snitkergrupp om brugerundersøgelse af VÆGGEN*. Upubliceret arbejdsdokument. København: Københavns Museum.
- Københavns Museum (2013). Hvad er VÆGGEN? – Københavns Museum. Menupunkt på Københavns Museums hjemmeside. http://www.copenhagen.dk/dk/det_sker/vaeggen1/hvad_er_vaeggen. Tilgået april 2013.
- Københavns Museum (2013). Om museet – Københavns Museum. Menupunkt på Københavns Museums hjemmeside: http://www.copenhagen.dk/dk/om_museet. Tilgået april 2013.
- Lang, C., Reeve J., & Woollard, V. (Eds.). (2006). *The Responsive Museum. Working with audiences in the twenty-first century*. Aldershot, UK: Ashgate Publishing Ltd.
- Larsen, A. H. (2001). Museologi som videnskab eller en praktisk redskabsdisciplin?! En skitse over dens aktuelle situation i Danmark. *Passepartout: skrifter for kunsthistorie* 9, 17: 11-20.
- Lievrouw, L. A., & Livingstone, S. (2006). Introduction to the Updated Student Edition. I Lievrouw, L. A., & Livingstone, S. (Eds.), *The Handbook of New Media. Social Shaping and Social Consequences of ICTs* (pp. 1-14). London: SAGE Publications Ltd.
- Livingstone, S. (2009). On the mediation of everything. ICA Presidential address 2008. *Journal of Communication*, 59 (1), 1-18.
- Lumley, R. (Ed.). (1988). *The Museum Time-Machine*. London & New York: Routledge.
- Lund, N. D. (2009). Digitalisering som kulturpolitik. Agendaer og aktører i den nye formidling af fortiden. In Lund, N. D. et al. (Eds.), *Digital formidling af kulturarv. Fra samling til sampling* (pp. 15-40). København: Forlaget Multivers.
- Lund, N. D., Andersen, J., Christensen H. D., Skouvig, L. et al., & Johansen, C. G. (2009). Indledning. In Lund, N. D. et al. (Eds.) *Digital formidling af kulturarv. Fra samling til sampling* (7-13). København: Forlaget Multivers.
- Lyotard, J. F. (1984). *The Postmodern Condition. A Report on Knowledge*. Manchester, UK: Manchester University Press.
- Løssing, A. S. W. (2008). *Danske kunstmuseer på nettet. En kortlægning og diskussion af en kunstmuseal formidlings- og udstillingspraksis*. Ph.d.-afhandling. Februar 2008. institut for informations- og medievidenskab. Aarhus Universitet.
- Løssing, A. S. W., (Ed.). (2009): *Digital museumsformidling: i brugerperspektiv*. København: Kulturministeriet. Tilgængelig på http://www.kulturarv.dk/fileadmin/user_upload/kulturarv/publikationer/emneopdelt/digitalisering/digital_museumsformidling.pdf
- Macdonald, S. (1996). Introduction. In Macdonald, S., & Fyfe, G. (Eds.), *Theorizing Museums. Representing identity and diversity in a changing world* (pp. 1-18). Oxford: Blackwell Publishers.
- Macdonald, S. (2002). *Behind the Scenes at the Science Museum*. Oxford: Berg.

- Macdonald, S. (2006). Expanding museum studies: an introduction. In Dudley, S. H. (Ed.), *Museum Materialities. Objects, Engagements, Interpretations* (pp. 1-12). New York: Routledge.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. London, UK: The MIT Press.
- Marty, P. F. (2008). Museum Websites and Museum Visitors: Digital Museum Resources and their Use. *Museum Management and Curatorship* 23, 1 (89-99).
- Mason, R. (2006). Cultural Theory and Museum Studies. In Macdonald, S. (Ed.), *A Companion to Museum Studies* (pp. 17-32). Oxford: Blackwell Publishing.
- McMillan, S. J. (2006). Exploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions. Users, Documents and Systems. I Lievrouw, L. A., & Livingstone, S. (Eds.). *The Handbook of New Media. Social Shaping and Social Consequences of ICTs* (pp. 205-229). London: SAGE Publications Ltd.
- Mik-Meyer, N., & Järvinen, M. (2005). Indledning. Kvalitative metoder i et interaktionistisk perspektiv. In Järvinen, M., & Mik-Meyer, N. (Eds.), *Kvalitative metoder i et interaktionistisk perspektiv* (pp. 9-24). Hans Reitzels Forlag: København.
- Mikkelsen, B. (2006). *Formidlingsplanen. Regeringens investering i fremtidens museumsformidling*. København: Kulturministeriet (offentliggjort på pressemøde d. 25.8.2006). Tilgængelig på: http://kum.dk/Documents/Nyheder%20og%20Presse/Pressemeddelelser/2006/40,5%20millioner%20fordeles%20til%20at%20styrke%20museers%20formidling/Praesentation_formidlingsplan.pdf.
- Moos, T., & Lundgaard, I. B. (Eds.). (2009). *National brugerundersøgelse på de statslige og statsanerkendte museer i Danmark*. København: Kulturarvsstyrelsen. Tilgængelig på http://www.kulturarv.dk/fileadmin/user_upload/kulturarv/publikationer/emneopdelt/museer/national_brugerundersoegelse_2009_2.pdf.
- Moos, T., & Lundgaard, I. B. (2010). *Museernes webbrugere: en brugerundersøgelse af museernes hjemmesider*. København: Kulturarvsstyrelsen. Tilgængelig på http://www.kulturarv.dk/fileadmin/user_upload/kulturarv/museer/dokumenter/Netbrugerrapport_web_11112010.pdf.
- Mordhorst, C. (2001). Udstillingsfortællinger ved årtusindeskiftet. *Passepartout: skrifter for kunsthistorie* 9, 17: 21-44.
- Mordhorst, C., & Nielsen, K. W. (1997). Formens semantik – en teori om den kulturhistoriske udstilling. *Nordisk Museologi* 1, 3-18. Institut for Æstetiske Fag, Århus Universitet.
- Museumslov (2001). Den danske Museumslov. LOV nr 473 af 07/06/2001. Tilgået februar 2013 på: <http://www.folketinget.dk/?/samling/20061/MENU/00000002.htm>
- Museumslov (2006). Bekendtgørelse af Museumsloven. LBK nr 1505 af 14/12/2006. Tilgået februar 2013: <https://www.retsinformation.dk/forms/r0710.aspx?id=12017#K1>
- Nielsen, J. (2006). *Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute*. Tilgængelig på: http://www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html

- Nightingale, V. (2011). Introduction. In Nightingale, V. (Ed.), *The handbook of media audiences* (pp.1-15). UK: Wiley-Blackwell.
- Norman, D. A. (1999). Affordance, Conventions, and Design. *Interactions...* 6, no. 3 (May/June 1999): 38–43.
- Olsson, T., & Svensson, A. (2013). Reaching and including digital visitors: Swedish museums and social demand. In *The digital turn: User's practices and cultural transformations* (pp. 43-57). New York: Peter Lang.
- Ordbogen.com (2013): <http://www.ordbogen.com/>. Tilgået februar 2013.
- Parby, J. (2010). Personligt interview, d. 3.6.2010.
- Parby, J. I. (2013). *Migration og identitet i København ca. 1770-1830 – samt migrationens musealisering på Københavns Museum*. Ph.d.-afhandling indleveret til bedømmelse på Roskilde Universitet d. 22.3.2013.
- Paris, S. G. (2006). How Can Museums Attract Visitors in the Twenty-first Century. In Genoways, H. H. (Ed.), *Museum Philosophy for the Twenty-first Century* (pp. 255-266). Oxford: AltaMira Press.
- Parry, R., & Sawyer, A. (2005). Space and the machine. Adaptive museums, pervasive technology and the new gallery environment. I MacLeod, S. (Ed.), *Reshaping Museum Space. Architecture, Design, Exhibitions* (pp. 39-52). London & New York: Routledge.
- Parry, R., & Arbach, N. (2007). Localized, Personalized, and Constructivist. I Cameron, F., & Kenderdine, S. (Eds.). *Theorizing Digital Cultural Heritage. A Critical Discourse* (pp. 281-298). Cambridge: MIT Press.
- Parry, R. (Ed.). (2010). *Museums in a Digital Age*. London and New York: Routledge.
- Petersen, K. L. (1998). Tekst- og diskursanalyse som sociologisk fremgangsmåde. *Dansk Sociologi*, årg. 9 (2), 38-59.
- Prentice, R., Davies, A., & Beeho, A. (1997). Seeking generic motivations for visiting and not visiting museums and like cultural attractions. *Museums Management and Curatorship* 16 (1), 45-70.
- Samis, P. (2008). The exploded museum. In Tallon, L., & Walker, K. (Eds.), *Digital technologies and the museum experience. Handheld guides and other media* (pp. 3-18). Lanham: AltaMira Press.
- Sandahl, J., Parby, J. I., Smith, A., Thorbek, J. B., & Kryger, L. (2011). Taking the Museum to the Streets. Paper presented at *Museums and the Web 2011: The International Conference for Culture and Heritage On-line*.
http://www.museumsandtheweb.com/mw2011/papers/taking_the_museum_to_the_streets.
- Sandvoss, C. (2011). Reception. In Nightingale, Virginia (Ed.). *The handbook of media audiences* (pp. 230-250). UK: Wiley-Blackwell.

- Satwicz, T., & Morrissey, K. (2011). Public Curation. From Trend to Research-Based Practice. In Adair, B., Filene, B., & Koloski, L. (Eds.), *Letting Go? Sharing Historical Authority in a User-Generated World*. Philadelphia, USA: The Pew Center for Arts & Heritage.
- Schrøder, K., Drotner, K., Kline, S., & Murray, C. (2003). *Researching Audiences*. London: Arnold.
- Schulz, W. (2004). Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. *European Journal of Communication*, 19 (1), 87-101.
- Silverman, D. (2001). *Interpreting Qualitative Data. Methods for Analyzing Talk, Text and Interaction. Second Edition*. London: Sage Publications.
- Silverman, D. (2005). *Doing Qualitative Research. A practical handbook. Second edition*. London: Sage Publications.
- Silverman, D. (2006). *Interpreting Qualitative Data. Methods for Analyzing Talk, Text and Interaction. Third Edition*. London: Sage Publications.
- Simon, N. (2010). The Participatory Museum. Santa Cruz: Museum 2.0. Tilgængelig på <http://www.participatorymuseum.org/read/>
- Skot-Hansen, D. (2008). *Museerne i den danske oplevelsesøkonomi. Når oplysning bliver til en oplevelse*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Skot-Hansen, D. (2009). Digital formidling i danske museer. Udfordringer for oplevelsessamfund og oplevelsesøkonomi. In Lund, N. D. et al. (Eds.), *Digital formidling af kulturarv. Fra samling til sampling* (pp. 43-63). København: Forlaget Multivers.
- Smith, C. S. (2006). The Future of the Museum. In Macdonald, S. (Ed.), *A Companion to Museum Studies* (pp. 543-554). Oxford: Blackwell Publishing.
- Snikergroup (2010). *Brugeroplevelse af VÆGGEN ved Kgs. Nytorv. 15 brugertest*. Upubliceret arbejdsdokument. København: Københavns Museum.
- Snitkergroup (2010). *3 fokusgrupper. VÆGGEN Kgs. Nytorv og webdelen*. Upubliceret arbejdsdokument. København: Københavns Museum.
- Sæter, G. (2004). Museene mellom konservering og konsum. Nye tider og nye utfordringer for museenes verdigrunnlag og målsetting. *Nordisk Museologi*, 11-28.
- Tallon, L., & Walker, K. (Eds.). (2008). *Digital technologies and the museum experience. Handheld guides and other media*. Lanham: AltaMira Press.
- Tanggaard, L., & Brinkmann, S. (2010). Interviewet: Samtalen som forskningsmetode. In Brinkmann, S., & Tanggaard, L. (Eds.), *Kvalitative metoder* (pp. 29-53). København: Hans Reitzels Forlag.
- Tanggaard, L., & Brinkmann, S. (2010). Kvalitet i kvalitative studier. In Brinkmann, S., & Tanggaard, L. (Eds.), *Kvalitative metoder* (pp. 489-499). København: Hans Reitzels Forlag.
- Tanggaard, L., & Brinkmann, S. (2010). Formidling af kvalitativ forskning. In Brinkmann, S., & Tanggaard, L. (Eds.), *Kvalitative metoder* (pp. 501-517). København: Hans Reitzels Forlag.

- Vestergaard, V. (2012). *Det hybride museum. Unge brugeres deltagelse gennem produktion og deling af indhold i et fysisk museumsrum*. Ph.d.-afhandling forsvaret 13. juni 2012. Odense: Syddansk Universitet.
- Vergo, P. (1989). Introduction. In Vergo, P. (Ed.), *The New Museologi*. London: Reaction Books Ltd.
- Witcomb, A. (2006). Interactivity: Thinking Beyond. In Macdonald, D. (Ed.), *A Companion to Museum Studies* (353–361). Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Witcomb, A. (2007). The Materiality of Virtual Technologies. In Cameron, F., & Kenderdine, S. (Eds.), *Theorizing Digital Cultural Heritage. A Critical Discourse* (pp. 35-48). Cambridge: MIT Press.
- Yin, R. K. (2004). *The case study anthology*. London: Sage Publications.
- Yin, R. K. (2009). *Case study research. Design and methods*. Los Angeles: Sage Publications.

Artikel 1

Rudloff, M. (2011). VÆGGEN: digitale, interaktive oplevelser i et byrum. In Drotner, K., Weber, C. P., Larsen, B. A., & Løssing, A. S. (Eds.), *Det interaktive museum* (pp. 79-101). Frederiksberg C: Samfundslitteratur.

4. VÆGGEN: digitale, interaktive oplevelser i et byrum

MAJA RUDLOFF

I den danske museumsverden eksperimenteres der i disse år med nye it-baserede formidlingstiltag, der skal invitere til dialog og skabe nye brugerinddragende oplevelser. Også den kulturpolitiske dagsorden fremhæver ofte nye medier som et middel til at skabe inklusion og dialog med underrepræsenterede brugergrupper. De mange nye, digitale projekter efterlader imidlertid et behov for stadige undersøgelser og evalueringer af, hvordan projekterne reelt modtages på brugersiden. Københavns Museums nye formidlingsprojekt VÆGGEN er med sine dialogintegreerede faciliteter et sådant projekt, der qua ny teknologi og en placering uden for museets traditionelle fire vægge søger at nå utraditionelle brugergrupper og skabe nye kulturarvsfortællinger. Dette kapitel tager afsæt i brugerstudier ved VÆGGEN og diskuterer herudfra de muligheder for dialog og deltagelse, som et interaktivt, digitalt formidlingsprojekt skaber, og nogle af de barrierer, der kan stå i vejen for den intenderede brugerinddragelse.

Museernes digitale tilstedeværelse åbner nye muligheder for at gøre museet tilgængeligt for flere målgrupper af borgere. Også dem, der ikke kommer fysisk på museerne. Derfor er det vigtigt, at det fysiske museum er tilgængeligt på flere platforme (Hvass 2010: 3).

En mangfoldighed af it-baserede formidlingsformer er i disse år med til at tegne et spændende nyt museumslandskab i såvel Danmark som udlandet. Innovative projekter søsættes med ønsket om at skabe nye, inkluderende fortællinger om kulturarven og tiltrække brugergrupper, der ikke har deres vante færden på museer. Med de mange projekter følger et behov for viden om den brugerinteraktion, man ønsker at nå. For selvom en tese om nye medier er, at de i særlig grad kan anvendes til at nå underrepræsenterede brugergrupper af museer, fordi de kan møde brugerne på andre steder og måder end inden for det traditionelle museums fire vægge (fx Kyed m.fl. 2006: 26), ved vi i virkeligheden endnu relativt lidt om,

hvordan de nye digitale formidlingsformer lever op til målsætningerne om øget og mere engagerende brugerinvolvering. Kapitlet her vil følge dette spor ved at se nærmere på brugernes anvendelse af Københavns Museums nye formidlingsprojekt, VÆGGEN – en interaktiv multitouch-skærm, der er placeret i byrummet, hvor den formidler Københavns historie. Siden april 2010 har VÆGGEN beboet Kgs. Nytorv i København og inviteret forbigående til udforskning og leg. I de kommende fire år vil den blive opstillet på forskellige pladser i København. Som jeg vil diskutere med baggrund i brugerundersøgelser, besidder VÆGGEN som de fleste andre nyskabende museumsprojekter en række udfordringer og muligheder, som man kan lære af.

VÆGGEN blev udviklet som et led i museets formidling i forbindelse med de arkæologiske udgravninger ved anlæggelsen af Københavns nye metro, Cityringen.¹ På Københavns Museums hjemmeside kan man under menupunktet “Hvad er VÆGGEN?” læse, at museet med VÆGGEN ønsker at give forbigående borgere muligheden for at navigere rundt i en kunstnerisk bearbejdet 3D-udgave af København og eksempelvis fremkalde tidligere stadier af byens liv eller gå på opdagelse i museets eller andre brugeres oploadede materiale og kommentere det, de finder. Brugerne opfordres til selv at oprette en brugerprofil, sende postkort og hilsener, tage film og billeder og uploade deres eget materiale enten hjemmefra eller fra VÆGGEN. Museets intention er, ifølge hjemmesiden, at skabe et forum, hvor brugere kan gå i dialog om VÆGGENs indhold og på den måde være med til at definere, hvad der fremover bliver fortællingen om den københavnske kulturarv.

En af hovedtankerne bag VÆGGEN er således borgernes egen deltagelse i definitionerne og tolkningen af hovedstadens kulturarv. Målet er dels interaktion dels inklusion. Interaktion, fordi Københavns Museum med VÆGGEN ønsker at engagere publikum som deltagere og ikke blot som besøgende eller beskuende; og inklusion, fordi man herved håber at nå brugere, som ikke traditionelt besøger eller føler sig repræsenterede på museer – her er særligt unge brugere under 30 år defineret som en vigtig målgruppe (Københavns Museum 2008, 2010). Det er altså tanken, at man gennem en ny, brugerinddragende formidlingsform og anderledes fortalte historier i højere grad kan få en krog i de grupper, der ikke finder interesse i de fortællinger, som traditionelt fortælles på kulturhistoriske museer.

Tanken om, at VÆGGEN skal give brugerne mulighed for at deltage i kulturarvsfortællingen og interagere på flere niveauer, ligger helt i tråd

med et markant skifte i international museumsformidling, der har flyttet fokus fra det monologbårne til det dialogbårne museum (fx Simon 2010, Anderson 2004, Hooper-Greenhill 2004). Her er i særlig grad digitale medier blevet fremhævet som et vigtigt middel til at nå underrepræsenterede brugergrupper, fordi de kan nå brugerne på andre steder og måder, end det traditionelt har været tilfældet inden for museets fire vægge. I Danmark eksemplificeres det politiske fokus på udvikling af digital museumsformidling bl.a. i Kulturministeriets og Kulturarvsstyrelsens publikationer om emnet (Kyed m.fl. 2006, Moos og Lundgaard 2009, 2010). I rapporten *Udredning om museernes formidling* anbefaler det af Kulturministeriet nedsatte formidlingsudvalg, at der på museerne fremover "... sker en sammentænkning af forskellige digitale og fysiske formidlingsformer" (Kyed m.fl. 2006: 98). Dette begrundes blandt andet med, at "[d]isse typer formidling er [...] med til at forny institutionens rolle og forholdet til borgerne i formidlingen af kulturarven, hvilket kan være et redskab til at få nye brugergrupper i tale." (Kyed m.fl. 2006: 116) Det anføres altså, at digitale medier i særlig grad kan være den katalysator, der fornyr de danske museers forhold til brugerne, idet det formodes, at det digitale i højere grad end den traditionelle museums- og genstandsoplevelse muliggør brugerinddragelse.

En række danske museer er allerede godt i gang med at afprøve nye, digitale formidlingsformer, der kan appellere til nye brugergrupper og skabe anderledes oplevelser af kulturarven (se fx Warberg Løssing 2009). I forlængelse af disse eksperimenter er det vigtigt, at projekterne følges op med evaluering og undersøgelser, der skaber viden om, hvordan brugerne anvender disse nye formidlingsformer, som også VÆGGEN er et eksempel på.

Kapitlet her sammenfatter de tematikker, der går igen i brugernes første anvendelse af og oplevelser med VÆGGEN. Det skal herigennem blive klarere, hvad der inspirerer og motiverer folk til at bruge digital museumsformidling, som i dette tilfælde oven i købet er placeret i et byrum. Med udgangspunkt i museets målsætninger for brugen af VÆGGEN skal det samtidig blive tydeligere, hvad der er af forhindringer for at realisere disse målsætninger. I ethvert design – og måske i særlig grad når man arbejder med nye medier – er det nemlig vigtigt at være opmærksom på forholdet mellem intenderet og realiseret brug, hvilket også vil fremgå af kapitlet her.

Fluen på væggen: at undersøge VÆGGENs brugere

Det empiriske grundlag for min analyse er observationer af og samtaler med brugere af VÆGGEN overvejende foretaget i juni 2010 i forbindelse med mit ph.d.-projekt, der netop har undersøgelsen af brugeroplevelsen ved VÆGGEN som sit centrale omdrejningspunkt.² Et overordnet fokus for undersøgelsen er at afdække, hvem der bruger VÆGGEN, hvordan VÆGGEN bruges, og hvad der motiverer til brugen. Derudover fik Københavns Museum i september-november 2010 det danske analysefirma Snitkergrupp til at foretage en decideret brugertest bestående af tænkehøjt-test ved VÆGGEN samt efterfølgende fokusgruppeundersøgelser.³

Mine brugerstudier viser tydeligt, at brugerne overordnet må forholde sig til to aspekter, når de interagerer med VÆGGEN: det ene omhandler selve mediet, mens det andet omhandler indholdet i mediet. VÆGGEN er et digitalt, teknologisk, interaktivt medie, hvis betjening fordrer et vist teknisk erfaringsgrundlag og kundskabsniveau; og den har samtidig et kulturhistorisk indhold og en kulturhistorisk formidling, som kræver en vis grad af interesse og viden fra brugernes side. Disse to aspekter skaber på forskellig vis forhindringer for og incitamenter til brugen af VÆGGEN. I forhold til folks interaktive adfærd er de to aspekter naturligvis svære at adskille, fordi indholdets form er betinget af de tekniske rammer, som VÆGGEN opstiller. Måden, hvorpå brugerne interagerer med, forstår og skaber mening i VÆGGENs museale indhold, er med andre ord betinget af de interaktions- og navigationsmuligheder, som VÆGGEN tilbyder.

Dette dobbelttydige forhold forholder medieteoritiker Ida Engholm sig til i sin deskriptive analysemodel for websites, som derfor bruges som ramme for at beskrive VÆGGEN som medie, og som tjener som udgangspunkt for at tolke brugernes italesættelse af VÆGGEN som medie og som indhold.

Fra deskriptiv analysemodel til interaktivt brugerstudie

Ida Engholm arbejder i sin analysemodel for websites med en række aspekter, som jeg på et helt overordnet plan finder anvendelige til at anskueliggøre de muligheder, VÆGGEN faciliterer som medie, samtidig med at modellen kan bruges som redskab til at begrebsliggøre de flerfa-

cetterede tendenser, der tegner sig i brugernes anvendelse og oplevelse af VÆGGEN. Til trods for at VÆGGEN ikke udelukkende er et online-medie, men snarere må betegnes en multimedial installation, indeholder brugergrænsefladen en række træk, der gør den sammenlignelig med opbygningen af andre grænseflader i eksempelvis hjemmesider. Hvor Engholm primært anvender modellen til en statisk analyse af websites, vil jeg bruge den som et udgangspunkt for tolkning af konkrete brugssituationer. Ethvert design, og her specifikt digitale designs som hjemmesider, består ifølge Engholm af en form. Formen er betinget af tre aspekter: teknisk konstruktion, brugsmæssig funktionalitet og æstetisk dimension, som det er praktisk at skelne imellem i forhold til brugernes anvendelse af VÆGGEN. Den tekniske konstruktion knytter sig til teknologien og mediet og bestemmer, hvad der kan lade sig gøre teknologisk i forhold til eksempelvis kapacitet, skærme og software. Den brugsmæssige funktionalitet er relateret til brugerens anvendelse og bestemmes af de navigationsmæssige aspekter i brugergrænsefladen, der – sammen med den tekniske konstruktion – giver brugeren mulighed for at interagere. Den æstetiske dimension vedrører mere undefinerbare forhold, som eksempelvis “de emotionelle og nydelsesmæssige effekter” (Engholm 2004: 61), et medie kan give brugeren gennem sin fremtræden. Netop fordi digitalt design ikke kan betragtes isoleret fra sin brugssammenhæng, føjer Engholm begrebet brugskontekst til tolkningen af den samlede form. Brugskonteksten vedrører brugerens anvendelsesmæssige kompetencer samt de forudindfattede holdninger, som præger brugerens individuelle oplevelse af mediet. Men den afhænger også af de sociale omstændigheder, brugen udfolder sig under, fx om man oplever mediet alene eller med andre. Det er, som Engholm skriver, disse forhold tilsammen, der bestemmer brugerens anvendelse og oplevelse (Engholm 2004: 62).

I kapitlet her bruges aspekterne teknisk konstruktion og begrebsmæssig funktionalitet særligt til at indkredse brugernes oplevelse med brugsmuligheder og navigation, dvs. med VÆGGEN som medie. Den æstetiske dimension er derimod særligt knyttet til brugernes oplevelser med VÆGGENs grafiske design og kulturhistoriske indhold. I praksis er aspekterne svære at adskille, og de skal derfor primært ses som analytiske greb – brugerne forholder sig til VÆGGENs samlede form og den kontekst, som de oplever VÆGGEN i.

Teknisk konstruktion, brugsmæssig funktionalitet og æstetiske dimensioner i VÆGGEN

VÆGGENs tekniske konstruktion og brugsmæssige funktionalitet må betegnes som kompleks og omfattende. VÆGGEN er en multimedial installation med en samlet længde på 12 meter. Den er opbygget af fire multitouch-plasmaskærme, der muliggør op til otte aktive brugere ad gangen. Fysisk er skærmene placeret i en hærværkssikret container, der lukkes ned om natten. Skærmene forlænges i hver ende af udstillingsmontrer i glas, der indeholder fund fra de arkæologiske udgravninger i forbindelse med Metro-byggeriet.

Hver af VÆGGENs skærme viser en 3D-model af København konstrueret som en collage af ca. 1.600 fortidige og samtidige billeder. Teknisk muliggør touchskærmene i kombination med softwaren horisontal og vertikal navigation, hvilket skal give brugeren en følelse af dybde og af at kunne bevæge sig i et byrum. Ved at navigere og klikke på genstande eller bydele i denne københavnske cityscape kan brugeren fremmane billedmapper med over 10.000 billeder fra museets samlinger samt materiale, som andre brugere har oploadet. Brugergrænsefladen er hypermedial, idet den integrerer en lang række forskellige modaliteter som billeder, tekst, film og lyd i sit udtryk. Derudover er informationerne ikke kronologisk eller lineært strukturerede. Figur 4.1. viser de adskillige muligheder for navigation og interaktivitet, som VÆGGEN muliggør. Farveskalaen i VÆGGEN er som følge af mangfoldigheden af billeder meget bred. Klikbare felter som bydelsnavne eller digitalt tastatur, der muliggør indtastning af e-mailadresser, er holdt i klare blå, gule og orange farver. De æstetiske aspekter, som blandt andet ligger i layout, grafik og farvevalg er således fremtrædende i VÆGGEN.

I konstruktionen og udviklingen af VÆGGEN har man fra museets og det tekniske udviklingsholds side gjort sig mange overvejelser over, hvordan man bedst faciliterer den umiddelbare og intuitive brug, som man har ønsket at lægge op til. Nogle af disse mere tekniske og brugsmæssige overvejelser, der særligt vedrører brugergrænsefladen, opsummeres således af museumsinspektør på Københavns Museum Jakob Parby:

Det skulle ligne noget, folk kender i forvejen, altså det skulle ligne en iPhone lidt, det skulle ligne nogle ting, som var umiddelbart aflæselige, og hvor der ikke behøvedes en hel masse symboler og ting og sager for at forstå, hvad man skulle gøre. Og de symboler, der skulle være, skulle

selvfølgelig også vise på en forståelig måde, hvad man skulle gøre (Parby 2010).

Med en konkret brugerobservation som udgangspunkt vil jeg i det følgende diskutere brugernes reception af VÆGGEN.

Brugernes oplevelse af tekniske og brugsmæssige aspekter i VÆGGEN

Det er en torsdag eftermiddag i juni kl. 16.45. En kvinde, som jeg vurderer til at være i midten af fyrrerne, ankommer ved VÆGGEN med tre drenge i alderen ca. 10, 12 og 17 år. Drengene går straks i gang med at navigere og leger tilsyneladende hjemmevant på hver sin touchskærm ved at bevæge og trykke med håndflader og fingre. Nogle gange leger de på samme skærm og taler med hinanden og med kvinden, som de kalder “mor” – andre gange står de hver for sig. De skiftes til at læse temaer som “kunst” og “sport” højt fra skærmen og åbne mapperne med billeder. De sender billeder, som de finder i mapperne, til sig selv, og de tager snapshots med VÆGGENs kameraer. Nogle gange forvirres de tydeligt af, at skærmene ikke reagerer, som de forventer, ved eksempelvis navigationen i cityscapen eller tryk på billedmapper, temaer eller tidslinjen. Så skifter de skærm eller går hen til hinanden for at kigge med over skulderen på den person, der er i gang med at navigere. Flere gange taler drengene og moren ivrigt sammen om de billeder, de hver især finder fra Brønshøj, hvor de engang har boet, og Vanløse, hvor de bor nu. De taler om det, de ser på billederne, og husker hinanden på, hvor billedet er taget. Hvis de ikke umiddelbart kan genkende det, gætter de sammen. De bruger i alt 20-25 minutter ved VÆGGEN. Efter ca. 15 minutters observation træder jeg hen til dem og taler med dem om deres oplevelse af VÆGGEN.

Da jeg spørger, hvad de synes om VÆGGENs funktioner og layout – de aspekter, som Engholm kalder teknisk konstruktion og brugsmæssig funktionalitet – svarer kvinden umiddelbart: “Jeg havde lidt svært ved at finde ud af, når man var inde, hvordan man gik tilbage.” Hun uddyber: “Hvis jeg for eksempel går ind i Landbohøjskolen, hvordan jeg så kommer tilbage til noget af det andet, til Vesterbro... eller... jeg kan ikke finde ud af, om man kan komme tilbage!?”

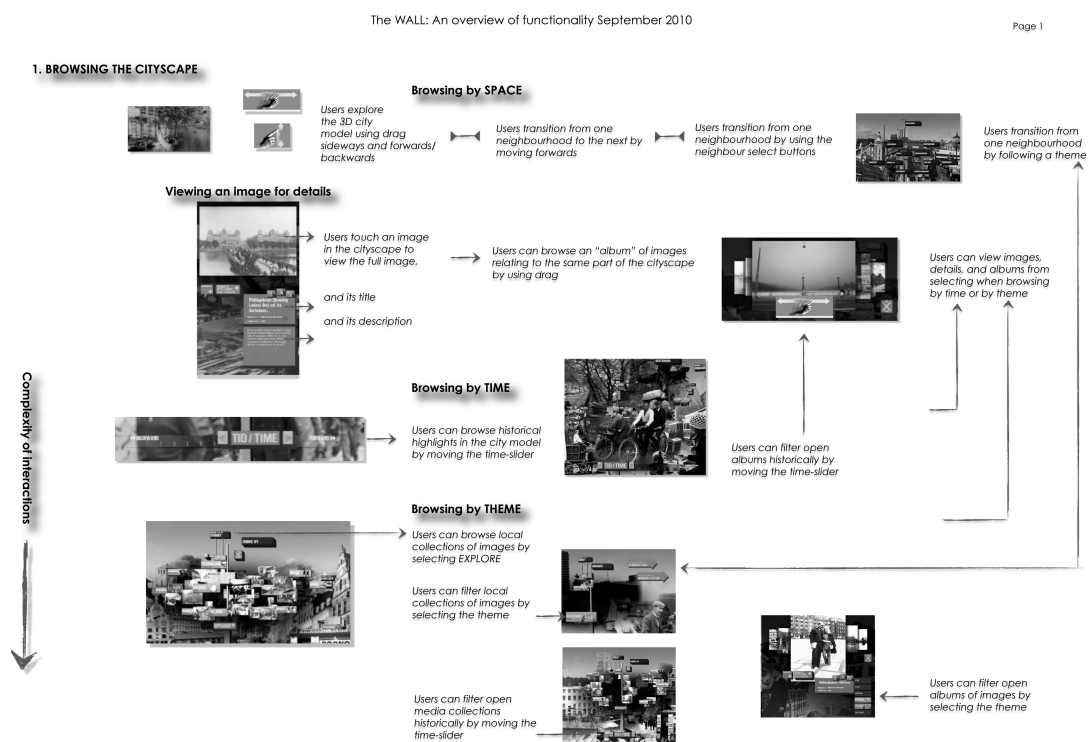
De problemer med navigationen, som kvinden udtrykker, gentager sig med meget få undtagelser hos alle øvrige observerede og adspurgte

brugere. Både mine observationer og samtaler med brugerne såvel som i Snitkergrups undersøgelser viser klart, at der er en række barrierer, som hindrer brugerne i at navigere i VÆGGEN efter intentionen. Dette ses blandt andet ved, at brugerne efterspørger konventioner fra medier, de kender, som hjemmesider, og de italesætter dette ved eksempelvis at spørge: "Hvor er forsiden?" eller "Hvordan søger jeg?". VÆGGEN har imidlertid ikke en decideret forsider, der fungerer som holdepunkt på samme måde som en hjemmeside, som man kan "gå tilbage til". Byen eller cityscapen, den 3D-simulerede collage af København, er det rum, som man navigerer rundt i, og kun ved at trykke på bygninger, billeder eller specifikke billedmapper kan man fremkalde yderligere og mere specifikke informationer. Fordi alle billeder er placeret i mapper under temaer og emner, er det for brugerne ikke umiddelbart indlysende, hvordan man finder frem til de billeder, man efterspørger. Det opfattes heller ikke tydeligt, hvordan man genkalder et billede, man eksempelvis tidligere har set eller selv har uploadet. Et andet aspekt af brugen er af ergonomisk karakter: når brugerne bevæger hænderne for at navigere i VÆGGENs cityscape og zoome ind og ud, bruger de ofte de samme bevægelser, som man bruger i en iPhone. Softwaren i VÆGGEN anvender imidlertid ikke helt samme teknologi. Så selvom de fleste brugere umiddelbart genkender, at skærmen er en touchskærm, reagerer den ikke altid, som de forventer. Problemerne med navigation og genkendelse betyder, at brugerne decideret forhindres i at finde meget af det materiale, som VÆGGEN indeholder – for eksempel en arkæologisk ske, som giver adgang til materiale fra udgravningerne eller de ca. 20 film, som ligger i VÆGGEN. Over halvdelen af de adspurgte brugere efterspørger derfor også en søge- eller kortfunktion i lighed med Googlemap eller Google Streetview, hvilket kunne lette deres søgning.

Også i forbindelse med specifikke ikoner i VÆGGENs brugergrænseflade kan man se, at brugerne efterspørger konventioner fra internet og it-programmer. Hvor ikoner som "X" eller en tegning af et kamera afkodes uden problemer, når brugerne ønsker hhv. at lukke et element i grænsefladen eller tage et snapshot, bliver det straks mere uforståeligt for brugerne, at en bus, et skib eller fisk begynder at bevæge sig hastigt hen over skærmen, når man trykker på en bydel (dette sker, mens maskinen "tænker" eller henter data). Som en ca. 37-årig historielærer i en folkeskole udtrykker: "Det giver måske mening nok, når det er en bus, men når man trykker på Nørrebro, og der så kommer fisk og et skib op, så tænker jeg, hvorfor skal jeg med skib til Nørrebro? Der er da noget, jeg

ikke har hørt om før. Hvor ligger Nørrebro Havn!? [han smiler selv ved tanken]. Det virker altså ikke særlig logisk.”

VÆGGEN har en tidslinje, der ifølge en beskrivelse på VÆGGENs egen hjemmeside “kalder byen frem i skiftende historiske skikkelser. [...] som det har set ud i århundrederne før os”; og den funktion har brugerne i observationsstudierne sværest ved at forstå. Samtidig omtales den af ca. en fjerdedel af de brugere, der deltog i samtaler, interviews eller fokusgrupper, som det allervigtigste aspekt af VÆGGEN, dvs. at man kan gå tilbage i tiden og har mulighed for at se, hvordan det så ud i “gamle dage”. Når brugerne forsøgsvis trykker på pilene ved tidslinjens ender, er det ofte så få billeder i cityscapen, der ændrer sig, at brugerne ikke ænser det. De registrerer heller ikke, at tidslinjefunktionen også gælder billedmapper, således at man kan bladere tidsmæssigt frem og tilbage blandt billederne i en given mappe – eller måske endnu vigtigere, at tidslinjemarkøren er afgørende for, hvilke billeder man overhovedet får at se i den billedmappe, man har åben.



Figur 4.1. Overblik over VÆGGENs funktionalitet og navigationsveje. Tegningen er lavet og venligst udlånt af Allan Smith fra Gibson International.

Helt overordnet ses det, at VÆGGEN i vidt omfang sagtens kan tiltrække brugere, hvilket understreges af en kvantitativ opgørelse foretaget af Gibson International i november 2010. På dette tidspunkt havde VÆGGEN tiltrukket ca. 425.000 brugere, der havde set næsten 2.000.000 billeder og sendt over 60.000 postkort til omkring 115.000 forskellige e-mail-adresser (Gibson International 2010). Hertil kommer ca. 2.500 brugeroploads (Københavns Museum 2010). I de kvalitative studier ses det imidlertid, at der opstår diskrepans mellem brugernes forventninger til VÆGGENs funktioner og det, de rent faktisk oplever, at VÆGGEN kan. Forklaret med Engholms analytiske greb er VÆGGENs tekniske konstruktion og brugsmæssige funktion simpelthen for kompliceret, og en række funktioner er for uklare i udtrykket. Dette betyder for enkelte brugere, at nysgerrigheden og ønsket om at “knække koden” øges, men det betyder også, at mange brugere giver op, alene fordi de ikke forstår meningen med VÆGGEN. Flere af de ældre brugere udtrykker endda en følelse af mindreværd i forhold til nye medier generelt og bebrejder deres alder, når de har problemer med at navigere i VÆGGEN. De yngre og mere selvsikre mediebrugere bebrejder mediet og teknologien.⁴ Derfor italesættes de brugsmæssige aspekter også med ord som “indviklet”, “uklart”, “manglende overblik”, “uoverskueligt”, “lidt rodet”, “ulogisk”, på trods af at tilgængelighed og det intuitive aspekt ved navigationen faktisk er prioriteret højt fra museets og udviklernes side.



VÆGGEN på åbningsdagen d. 24. april 2010.

Som en 25-årig, mandlig jura-studerende fra Snitkergroups fokusgruppeundersøgelse opsummerer: “Jeg mistede meget hurtigt interessen, men synes, det er en skidegod ide. Det historiske er spændende; at man kan gå tilbage i tiden og se, hvordan en gade så ud fx. [...] Den skal være meget mere overskuelig, så man ved, hvilke muligheder der er i den.”

Brud med traditionel udstillingsform

VÆGGENs æstetiske dimensioner er i høj grad bundet op på et kulturhistorisk indhold, der er organiseret efter en række principper, som, mente museet, passede til såvel mediet som den brugerinddragelse og oplevelse, man fra museets side ønskede at facilitere. Parby uddyber:

Vi havde allerede tidligt besluttet os for, at det var vigtigt, at vi ikke talte i sådan et museumssprog – altså så de kategorier, vi brugte, når vi taggedede [billeder til VÆGGENs database] for eksempel, og de emner, man arbejdede lidt med, at det ikke kun var ‘topografi’ for eksempel og ‘arkitektur’ og ‘kunst’ og alle de ting, som man også ville kunne finde i et hvilket som helst bibliografisk opslagsværk, men at man også tænkte i nogle nye baner [...] ud fra en tankegang om, at det skulle være på en måde, som var mere vedkommende for et meget bredt udsnit af befolkningen (Parby: 2010).

I den traditionelle kulturhistoriske udstillingspraksis ligger der en række nedarvede konventioner for, hvordan man kommunikerer til de besøgende. Formidlingschefen på Københavns Museum, Camilla Mordhorst, redegør i artiklen “Udstillingsfortællinger ved årtusindeskiftet” (Mordhorst 2001) for den kommunikationsform, som kulturhistoriske udstillinger traditionelt gør brug af. Bl.a. gør den analoge udstilling typisk brug af en kronologisk opbygning, tiltaleformen er belærende, og gennem fremlægnings af originale objekter tilstræbes et udsagn om objektivitet. Viden om fortiden præsenteres, som er det neutrale fakta, og genstandene fremlægges, som er de blot kendsgerninger. Udstillingen forekommer at være afsenderløs, og den besøgende inddrages ikke i udstillingen, som tværtimod foregiver at tale på menneskehedens vegne. “Fortællemåden blev så stadfæstet gennem mange års brug, at man slet ikke genkendte den som en bestemt fortælleform, men blot anså den for den mest neutrale form

at fremstille virkeligheden på” (Mordhorst 2001: 30). Når Mordhorst beskriver den kulturhistoriske fortælleform, refererer hun til den traditionelle analoge, monologiske udstillingsform, som særligt det moderne museum, der opstod i det 19. århundrede, har været eksponent for. Det er denne udstillingsform, som de fleste museumsbrugere kender fra deres erfaringer med kulturhistoriske museer og finder, er synonym med det traditionelle museum. Det er samtidig en formidlingsform, flere brugere i Snitkergruppens fokusgruppeundersøgelse refererer til som “støvet” og “kedelig”, bl.a. fordi de ikke selv bliver inddraget i fortællingen.

I VÆGGEN har man haft et bevidst ønske om at bevæge sig væk fra at anvende en traditionel, kulturhistorisk kommunikationsform. Det betyder blandt andet, at man har valgt at inddele VÆGGENs billedmapper og uddybende indhold i en mere uhierarkisk form efter emner og temaer, som kan repræsentere københavnernes behov, oplevelser med og tanker om deres by. Man har taget billedmapper med temaer som kærlighed, had osv. for at appellere til et meget bredt udsnit af befolkningen. Brugere kan også selv tage deres uploadede materiale med nye emner og temaer. Hermed vendes den traditionelle museale formidlingsform, som stadig ofte praktiseres i den genstandsbaserede udstilling, fra monolog til opfordring til dialog og endda til direkte deltagelse.

Dette brud genkendes og bifaldes af flere brugere, heriblandt en 20-årig it-studerende samt to historielærere i folkeskolen. Adspurgt om, hvorfor han synes, “det er fedt, at man selv kan bladere i billeder og smide ting op”, svarer den it-studerende: “Fordi der ikke er nogen, som har siddet og besluttet, at det er politisk korrekt, men at alle kan deltage.” Under samtalen med historielærerne bliver der talt om, hvad de synes om VÆGGENs opbygning og indhold, bl.a. at mapperne er organiseret efter emner og temaer, og at brugere selv bestemmer, hvor de placerer deres billeder. Hertil svarer den ca. 45-årige lærer, at: “... det er fedt, at det er lavet på den måde, at det handler om noget andet end den traditionelle fortælling om Københavns historie. Tidligere var det jo overklassen, der fortalte historien og bestemte, hvad der skulle skrives i historiebøgerne.”

I samtalerne tematiserer brugere således ikke blot bruddet med den traditionelle museale formidlingsform, hvor museet som autoritet præsenterede den korrekte udlægning af fortiden. De taler også om den deciderede inddragelse i fortolkningen og muligheden for deltagelse som et attraktivt element i oplevelsen, der jo netop i særlig grad muliggøres med nye medier som VÆGGEN.

Forskning i besøgendes adfærd på museer viser, at et vigtigt para-

meter for den gode museumsoplevelse er, at man selv kan deltage aktivt (Falk og Dierking 1992, Hooper-Greenhill 1994, Hein 1998). Behovet for interaktivitet gælder såvel besøg på det fysiske museum som museumshjemmesider, hvilket fremgår af Kulturarvsstyrelsens webbrugerundersøgelse fra efteråret 2010 (Moos og Lundgaard 2010: 42-43). I bogen *The Participatory Museum* definerer den amerikanske museumsdesigner Nina Simon den meningsfulde, interaktive brugerdeltagelse som et sted, hvor brugerne kan skabe og dele indhold samt interagere socialt med andre mennesker omkring et indhold af fælles interesse (Simon 2010: 2).

I VÆGGEN får brugerne mulighed for en række forskellige interaktionsformer, fra passiv beskuelse over leg med materialet på skærmene til selv at skabe materiale og lægge egne bidrag ind i databasen og på skærmene. I VÆGGEN består de interaktive elementer i, at brugeren interagerer direkte med indholdet i VÆGGEN. Brugeren er – i modsætning til den traditionelle kulturhistoriske genstandsbaserede udstilling – ikke en beskuer eller modtager af professionelt defineret information, men brugeren kan selv ud fra behov og interesser styre navigationsvejene og fremmane de temaer, billedmapper samt bygninger og elementer, som han/hun ønsker at vide mere om. Dermed har brugeren – inden for rammerne af det råderum, som VÆGGEN opstiller – principielt mulighed for selv at skabe dybden og karakteren af oplevelsen.

Bruddet med den traditionelle udstillingsform er ikke komplet i VÆGGEN. Åbner man billeder fra museets samling, ser man, at mange af de mere traditionelle og beskrivende billedtekster er bevaret. Dette er ikke umiddelbart et aspekt, der i undersøgelserne problematiseres af brugerne, som tilsyneladende blot bladrer igennem det, som de ikke ønsker at læse. Omvendt er der mange – ofte ældre – brugere, som læser teksterne med interesse. De efterspørger information og viden, om det de ser i VÆGGEN, som jo ellers er udviklet til at prioritere det tekstløse og visuelt sansende. Sporene fra den traditionelle kulturhistoriske udstilling ses i endnu højere grad bevaret i VÆGGENs to glasmontrer. En af de oprindelige tanker med VÆGGEN var netop, at man ønskede at formidle de arkæologiske fund fra Metro-udgravningerne og hermed skabe interesse og forståelse for byggeriet og byens historie. Det arkæologiske aspekt er endt med ikke at fylde meget i den digitale udgave af VÆGGEN, men fund fra udgravningerne udstilles ved siden af skærmene i de to glasmontrer, og de møder ganske stor interesse hos såvel ældre brugere som voksne med børn, ligesom også yngre brugere viser interesse for montererne. Brugerne stopper op og læser på skiltene med udråb som

“Aj, sådan noget synes jeg, er spændende”, “Det er vildt, ikke!”, “Kæbe fra 1600-tallet – næh, hvor sjovt!”, “Potteskår – hold da kæft, det var godt nok fantastisk!”. Flere brugere er sågar blevet observeret spadserende fra montre til montre uden tilsyneladende på nogen måde at ænse de meget farverige skærme imellem.

Københavnernes København

”For at sitet kan blive opfattet æstetisk, må det have en evne til eller intention om at vække følelser eller fascination hos modtageren.” (Engholm 2004: 61) Det må man i høj grad sige, at VÆGGEN kan, hvilket både konkluderes af Snitkergroup og i min brugerundersøgelse. Hvor de tekniske dimensioner blev italesat af langt hovedparten af deltagerne i brugerundersøgelsen med udtryk som “frustrerende”, “indviklet” og “uoverskueligt”, omtales ideen med VÆGGEN og de æstetiske dimensioner i brugergrænsefladen af samme brugere som “fascinerende”, “interessant”, “helt vildt”, “fedt lavet”, “spændende”, “anderledes”, “positiv”, “godt tænkt”, “flot”, “sjov”, “fantastisk” og “underholdende”. Et konkret eksempel på dette ses gennem samtalen med kvinden med de tre drenge. Trods de problemer, hun oplevede med VÆGGENs brugsmæssige funktionalitet, omtaler hun oplevelsen med VÆGGENs billedindhold og grafiske elementer således: “Det ser spændende ud, og det er også sjovt at prøve noget andet.” Udtalelsen suppleres på et andet tidspunkt i min undersøgelse af en kvinde i slutningen af tresserne, der også taler om, hvor sjovt det er med sådan et tiltag som VÆGGEN, hvor fantastisk flot den er, og at der sker noget nyt, hver gang hun kommer forbi.

Det emotionelle eller følelsesmæssige aspekt italesættes ofte gennem brugernes søgen i VÆGGEN efter billeder fra deres bydel, deres barndom eller andre steder, de har en relation eller et tilhørsforhold til. Dette sker, både når de bevæger sig gennem cityscapen, og når de åbner billedmapper med indhold fra de forskellige bydele. En forklaring på dette for brugerstudierne meget gennemgående træk sammenfattes ganske præcist af en kvindelig seminarielektor, som er født i København, men nu bor i Jylland. Adspurgt om, hvilke bydele hun ville søge på i VÆGGEN, svarer hun:

Jeg ville trykke på der, hvor mine børn bor, jeg ville trykke på, hvor jeg selv er født, jeg ville trykke på, hvor jeg selv har boet. [...] Jeg ville aldrig

trykke på Østerbro, for det siger mig ikke noget. Jeg har arbejdet på Frederiksberg, jeg er født på Amager, og min søn bor på Nørrebro. Det er jo sådan nogle ting, der falder én i øjnene. Man ville gå ind dér, og så ville man sige: gad vide, hvad den kommer op med? Altså, jeg har født to børn i Valby, er der noget, jeg kan genkende her, ikke også? Sådan ville man nok tænke...

Brugskonteksten: VÆGGEN er en social oplevelse

Hidtil har kapitlet primært omhandlet brugernes interaktion med forskellige mediale og indholdsmæssige sider af VÆGGEN, dvs. med de aspekter, der – begrebsliggjort af Engholms analysemodel – vedrører VÆGGENs tekniske konstruktion, brugsmæssige funktionalitet og æstetiske dimensioner. Brugernes anvendelse og oplevelse af VÆGGEN kan imidlertid ikke sammenfattes uden om den konkrete brugskontekst, som VÆGGEN indgår i, dvs. hvordan man eksempelvis oplever VÆGGENs placering i byrummet, samt om oplevelsen sker alene eller med andre. Engholms model er specielt udviklet til forståelse af digitale medier og i særlig grad websites. Sammenholdt med museumsforskning er det imidlertid væsentligt at pointere, at det sociale aspekt også udgør en vigtig dimension i museumsbesøg (fx Falk og Dierking 1992, Hein 1998: 172).

VÆGGEN har en række funktioner, der faciliterer og fremmer den sociale oplevelse. Brugerne kan sende snapshots eller billeder fra VÆGGEN til sig selv ved at indtaste deres e-mail-adresse på et tastatur på skærmen, og dette udløser ofte kommentarer og hjælp fra sidemanden – oftest personen, man er sammen med; men det er gentagne gange observeret, at VÆGGEN også udløser snak og gode råd blandt brugere, der ikke kender hinanden.

Særligt VÆGGENs snapshotfunktion er en populær facilitator af interaktion blandt et bredt spektrum af brugere, som det ses i følgende observationer fra juni 2010: Et ældre par passerer forbi og leder tilsyneladende ikke efter noget bestemt, men de får øje på kamerafunktionen. Kvinden læser højt: "Send et postkort fra VÆGGEN til din e-mail." Manden griner højt: "Skal vi prøve det?" Kvinden læser højt og instruerer sin ledsager: "Smil og kig på kameraet"; henvendt til manden siger hun igen "SMIL!". Da de leende forlader VÆGGEN, bemærker manden om billedet, der stadig ses på skærmen: "Så må vi se, om det stadig er der, når vi kommer tilbage." Senere observeres studenter med øl i hånden og studenterhuer på hovedet eksperimenterende ad flere omgange med sjove

stillinger foran VÆGGENs kameraer. De griner og råber højt om at finde et “federe” sted i cityscapen som baggrundsbillede for deres snapshot. En kvinde i fyrrerne fra en gruppe på fire personer (to par) udbryder højt, da hun opdager snapshotfunktionen: “Nej, hvor er det sjovt, vi skal da alle sammen være på.”

Sammenholdt med den viden (og de idealer), vi har om museumsoplevelsen som værende i høj grad en social oplevelse, er det interessant, at VÆGGEN altså også faciliterer en social interaktion mellem brugerne. Et bemærkelsesværdigt paradoks i den forbindelse er, at stort set ingen adspurgte brugere af VÆGGEN er klar over, at det er et museum, der er afsender af VÆGGEN, før de bliver gjort opmærksom på det. De forbinder simpelthen ikke en stor, interaktiv multitouchskærm placeret på Kgs. Nytorv med Københavns Museum, der har adresse på Vesterbro – og dette til trods for at museets logo er placeret tydeligt flere steder på VÆGGEN.⁵

VÆGGEN på museum

Mange brugere bliver positivt overraskede over, at det er et museum, der er afsenderen bag VÆGGEN. Og når de bliver klar over det, udtrykker brugerne på den ene side begejstring over, at museet er rykket ud i gadebilledet og møder borgerne “der, hvor de er”. På den anden side ønsker en række brugere (i nogle tilfælde de samme), at VÆGGEN i højere grad bliver integreret med det fysiske museum. En forklaring på dette paradoks skal muligvis findes i, at en del brugere i deres fascination af den store interaktive skærm efterspørger en større grad af fordybelse, end VÆGGENs placering i et travlt byscenarium lægger op til. En 53-årig kvinde berettede i en fokusgruppetest d. 22. november 2010 om sit første møde med VÆGGEN:

Jeg gik straks hen til museumsmontrene, dem synes jeg, var rigtig, rigtig spændende, også fordi der stod så mange mennesker foran skærmen. Da jeg så kom hen til skærmen, tænkte jeg, at hvor kunne det være fedt, hvis der stod sådan nogle på museerne, hvor man kunne gå tilbage og se den tidsperiode, hvor tingene hører til i.

Kvinden bakkes op af en mandlig deltager i samme fokusgruppe, der beretter, at han pga. de mange brugere ved VÆGGEN og den kø af menne-

sker, der dannede sig bag ham, ikke følte sig tilpas ved at bruge for lang tid foran VÆGGEN. På grund af placeringen på Kgs. Nytorv blandt skurvogne, udgravninger og trafikstøj oplevede han desuden, at VÆGGEN ikke inviterede til eller faciliterede den fordybelse, som han i forhold til det kulturhistoriske indhold kunne tænke sig og i øvrigt forventede af et museum. Dette forhold bakkes op af andre brugere i undersøgelserne. Som en 18-årig, kvindelig gymnasieelev siger: “Der er så meget forstyrrelse her, den skulle have stået på et museum – et sted med billeder fra gamle dage.”



En bruger på Kgs. Nytorv i København navigerer i VÆGGENs cityscape. Vinter 2011.

Adspurgt om, hvad hun synes om oplevelsen af VÆGGEN i forhold til det fysiske museum, svarer en pensioneret sygeplejerske og hyppig museumsgænger, at “det er jo noget helt andet”, fordi “på museet går man jo rundt og ser på tingene”. Eksemplerne her vidner om, at nogle brugere anskuer digitale medier som en mulighed for på egen hånd at udforske de historier og genstande, som de møder i udstillingsrummet. De forbinder tydeligvis ikke VÆGGEN med traditionel museumsformidling, men ser den snarere som et ekstra kulturelt tilbud, en København-billedbase, som

de kan søge i – og på samme tid som et slags kuriosum. Digitale medier kan for dem bruges til at udbygge information om personlige interesser, men de kan ikke erstatte besøget på det fysiske museum. Disse resultater er ikke overraskende, hvis man skeler til konklusionerne på Kulturarvsstyrelsens webbrugerundersøgelse (Moos og Lundgaard 2010) samt på en spørgeskemaundersøgelse blandt brugere af engelske, amerikanske og australske museer og museumshjemmesider foretaget i 2007 (Marty 2008). I den sidste undersøgelse var over 83% af respondenterne enten enige eller stærkt enige i, at deres behov og forventninger til besøg på henholdsvis det fysiske museum og museumshjemmesider var meget forskellige, og at der var nogle aktiviteter, de foretrak på museet, mens der var andre aktiviteter, de foretrak at udføre på museumshjemmesider (Marty 2008: 90-96).

Selvom VÆGGEN ikke er et website eller et online-medie, men derimod en digital installation, der, med sine visuelle repræsentationer af billeder og genstande fra museets samlinger, kan betragtes som en forlængelse af det analoge udstillingsrum, er det alligevel en interessant betragtning, at det digitale kulturmøde, hvad enten det forekommer på internettet eller i byrummet, tilsyneladende opfattes af brugerne som en udvidelse af det fysiske museumsbesøg – ikke som en erstatning.

Afslutning

Jeg skrev indledningsvis, at to overordnede mål med VÆGGEN var henholdsvis interaktion og inklusion. Interaktion, fordi Københavns Museum med VÆGGEN ønsker at fremme brugeroplevelsen gennem mulighed for deltagelse, og inklusion, fordi man herved håber at nå underrepræsenterede brugergrupper. I VÆGGEN mødes museets intentioner om inklusion og interaktion ikke til fulde, så vidt mine foreløbige undersøgelser tyder på – i hvert fald ikke på den måde eller i den grad, som museet havde forestillet sig.

Hvad angår spørgsmålet om inklusion, er det først og fremmest vigtigt at understrege, at brugerundersøgelsen endnu ikke er færdigbehandlet, og at en samlet opgørelse af brugernes alder og relative svar ikke er opgjort. Det er dog stadig muligt at pege på nogle overordnede tendenser. Selvom brugerne af VÆGGEN kommer fra alle aldersgrupper, er der en overraskende overvægt af ældre brugere fra kategorien af traditionelle museumsbrugere, dvs. højtuddannede (kvinder) over 50 år (Moos og

Lundgaard 2010). Det peger på, at museernes traditionelle brugergrupper er utroligt loyale, og at de ikke mistes ved museernes nye og eksplorative tiltag rettet mod de unge og underrepræsenterede brugergrupper. I undersøgelse ses det, når der foretages en overordnet skelnen mellem brugere på henholdsvis over og under 30 år, at der er udsving i, hvordan brugerne relativt forholder sig til VÆGGEN som medie og som indhold. Samtalerne med brugerne viser, at for den ældste brugergruppe er det største incitament til at bruge en digital installation som VÆGGEN tilsyneladende selve indholdet i det fortalte, dvs. interessen i det kulturhistoriske materiale og de personlige erfaringer, oplevelser og minder i København, som materialet vækker. Selvom mange af disse brugere ser positive muligheder i mediet, er det for dem ikke mediet i sig selv, der faciliterer brugen og interaktionen, men indholdet. For den yngste brugergruppe er det ofte mediet, der umiddelbart har den største tiltrækningskraft. Flere yngre brugere – og i særlig grad de helt unge brugere under 20 år – mistede simpelthen interessen, da de bag den “fede”, højteknologiske multi-touchskærm så, at VÆGGEN for dem tilsyneladende handlede om “billeder fra gamle dage”. Dette forhold antyder, at det ikke er nok at bruge et ungt medie som form, hvis indholdet i formen ikke interesserer de unge brugere, man ønsker at nå. Dermed være ikke sagt, at ingen unge brugere fascineres af eller anvender VÆGGEN, men gennemgående ses det, at de unge brugere, der udviser interesse i VÆGGEN ud over eksempelvis at tage et snapshot, som de kan sende til sig selv, allerede har en interesse for historisk indhold.

I forhold til spørgsmålet om interaktion indikerer brugerstudierne ved VÆGGEN samlet set, at museer i deres forståelige ønske om at tiltrække brugerne med den nyeste og mest innovative teknologi skal være påpasselige med at fylde for mange funktioner på, fordi det faktisk kan hindre den oplevelse med selve indholdet, som man ønsker, at brugerne skal have. I VÆGGENs tilfælde førte brugernes manglende forståelse af navigationsveje og søgefunktioner til, at mange brugere hurtigt udtrykte irritation eller gav op, inden de reelt kom ned i de dybere lag af VÆGGEN. Den intuitive afsøgning, som VÆGGEN skulle lægge op til, realiseres altså ikke til fulde. Faktisk konkluderer Snitkergrup på baggrund af deres undersøgelse, at brugerne italesætter deres oplevelse af VÆGGEN med lige dele frustration og fascination (Snitkergrup 2010), hvor det første ord primært skal forstås i forhold til mediet og brugervenligheden, dvs. VÆGGENs tekniske funktionalitet og brugsmæssige aspekter, mens det andet primært knyttes til VÆGGENs indhold og grafiske detaljer,

dvs. VÆGGENs æstetiske dimension. Ideen med VÆGGEN opleves som meningsfuld og interessant, og brugerne vil gerne benytte den, men de finder den svær at finde ud af i praksis. Her bliver brugernes interaktion med mediet altså en barriere for at nå indholdet.

Set i lyset af, at VÆGGEN repræsenterer helt ny teknologi, der eksperimenterer med nye former for museal brugerinddragelse, er det forventeligt, at man oplever en række uforudsete problemer i mødet mellem medie og bruger. Netop derfor er udviklingen af såvel VÆGGENs tekniske funktioner som af indholdet også en proces, der skal løbe over de næste fire år af VÆGGENs levetid. Med udgangspunkt i resultaterne af de første brugerundersøgelser, som sammenfattes i dette kapitel, er det muligt at antyde nogle konkrete forslag til videreudviklingen af VÆGGEN. Overordnet kunne man arbejde på i højere grad at imødekomme brugernes forventninger til navigation, altså ved at forbedre VÆGGENs brugsmæssige funktionalitet. Dette kunne blandt andet ske ved at implementere en søgefunktion, der faciliterer den navigation i indholdet, som brugerne efterspørger. Yderligere kunne man arbejde med at simplificere tidslinjefunktionen, og man kunne tilføje en hjælp-funktion direkte på skærmen, hvor brugerne kan få svar på deres spørgsmål.

VÆGGENs anvendelse af den nyeste teknologi, dens iboende muligheder for at skabe anderledes oplevelser og dens situering i byrummet, hvor brugerne befinder sig, gør den under alle omstændigheder til en interessant case at følge. Det forventes, at fortløbende studier af VÆGGEN og dens brugere kan bidrage til at skabe nye og vigtige indsigter i den brugerinddragelse, som man fra politisk og musealt hold forventer og ønsker at nå med koblingen af museer og digitale medier.

Noter

- 1) VÆGGEN er udviklet i et samarbejde mellem Københavns Museum, det new zealandske produktionsselskab Gibson International, den danske grafiske tegnestue Spild af Tid og den danske installationsvirksomhed ProShop Europe.
- 2) Undersøgelsen er endnu uafsluttet, men består foreløbig af ca. 25 timers observationsstudier og 13 etnografiske samtaler. Observationerne består sammenlagt af 150-200 brugssituationer af meget varierende længde fra ca. 10 sekunder til 40 minutter. En brugssituation defineres som en situation, hvor én eller flere brugere frivilligt interagerer med VÆGGEN.

Brugssituationerne i undersøgelsen varierer mellem et forskelligt antal brugere fra én til større grupper. Jeg planlægger at gennemføre i alt fire runder af brugerstudier, der følger forskellige årstider samt VÆGGENs placeringer i forskellige bydele. Ud over observationer og samtaler/interviews får jeg data fra VÆGGENs overvågningskameraer samt kvalitative data af brugen fra Gibson International, der står bag den tekniske udvikling af VÆGGEN. VÆGGEN består også af en hjemmesidedel, hvor brugerne bl.a. kan uploade billeder og søge i alle billeder fra VÆGGENs database. Det er imidlertid kun brugernes interaktion med den fysiske installation i byrummet, der er genstand for analyse her.

- 3) Snitkergrups undersøgelse består af 15 tænke højt-test og interviews af brugere ved VÆGGEN samt tre fokusgrupper med fire brugere i hver gruppe. Det skal i øvrigt præciseres, at alle informanter i begge undersøgelser er dansktalende af den årsag, at ikke al information i VÆGGEN er tilgængelig på engelsk. Selvom VÆGGEN frekventeres af et meget højt antal turister eller besøgende, der taler et fremmedsprog, er VÆGGENs målgruppe defineret af Københavns Museum som danskere, primært københavnere. Derudover skelnes der mellem brugere på henholdsvis over og under 30 år for at kunne præcisere aldersmæssigt, hvilke målgrupper VÆGGEN tiltrækker, og registrere eventuelle forskelligheder i brugen.
- 4) Det skal understreges, at frustrationen med teknologien og funktionaliteten tilsyneladende var størst i de første måneder af VÆGGENs levetid, hvor man oplevede en række problemer med såvel genskin i skærmene samt i touchsystemet.
- 5) En vigtig del af forklaringen på dette skal også findes i, at Københavns Museum fik nyt navn og visuel identitet i februar 2010. Så godt som alle undersøgelsernes brugere associerer stadig museumsbygningen på Vesterbrogade med det tidligere Københavns Bymuseum eller blot By-museet, "det med de små huse foran", dvs. modelbyen foran museet.

Litteratur

- Anderson, G. (2004). "Introduction: reinventing the museum". I G. Anderson (red.), *Reinventing the museum: Historical and contemporary perspectives on the paradigm shift*. Oxford: AltaMira Press.
- Dierking, L. og J. Falk. (1992). *The museum experience*. Washington D.C.: Whalesback Books.

- Gibson International. (2010). *THE WALL: status summary November 2010*. Internt upubliceret dokument.
- Hein, G. (1998). *Learning in the museum*. London: Routledge.
- Hooper-Greenhill, E. (1994). *The educational role of the museum*. London: Routledge.
- Hooper-Greenhill, E. (2004). "Changing values in the art museum: rethinking communication and learning". I B.M. Carbonell (red.), *Museum studies: an anthology of contexts*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Hvass, S. (2010). "Forord". I T. Moos og I.B. Lundgaard (red.), *Museernes webbrugere: en brugerundersøgelse af museernes hjemmesider*. København: Kulturarvsstyrelsen: 3. Tilgået januar 2011 på: http://www.kulturarv.dk/fileadmin/user_upload/kulturarv/museer/dokumenter/Netbrugerrapport_web_11112010.pdf.
- Kyed, S. m.fl. (2006). *Udredning om museernes formidling*. København: Kulturministeriet. Tilgået januar 2011 på: <http://kum.dk/Documents/Publikationer/2006/Udredning%20om%20museernes%20formidling/PDF/Udredning%20om%20museernes%20formidling.pdf>.
- Københavns Bymuseum. (2008). *VÆGGEN: en interaktiv elektronisk væg til formidling af København i forbindelse med udgravningerne af Cityringen*. Upubliceret ideoplæg om VÆGGEN til udbudsmateriale. København: Københavns Bymuseum.
- Københavns Museum. (2010). *Oplæg til Snitkergrup om brugerundersøgelse af VÆGGEN*. Upubliceret arbejdsdokument. København: Københavns Museum.
- Københavns Museum. (2010). "Hvad er VÆGGEN?". Menupunkt på Københavns Museums hjemmeside. Tilgået januar 2011 på: http://www.copenhagen.dk/dk/det_sker/vaeggen1/hvad_er_vaeggen.
- Løssing, A.S. W. (red.). (2009). *Digital museumsformidling: i brugerperspektiv*. København: Kulturministeriet. Tilgået januar 2011 på: http://www.kulturarv.dk/fileadmin/user_upload/kulturarv/publikationer/emneopdelt/digitalisering/digital_museumsformidling.pdf.
- Marty, P.F. (2008). "Museum websites and museum visitors: Digital museum resources and their use.", *Museum Management and Curatorship*, 23 (1): 89-99.
- Moos, T. og I.B. Lundgaard (red.). (2009). *National brugerundersøgelse på de statslige og statsanerkendte museer i Danmark*. København: Kulturarvsstyrelsen. Tilgået januar 2011 på: http://www.kulturarv.dk/fileadmin/user_upload/kulturarv/publikationer/emneopdelt/museer/national_brugerundersoegelse_2009_2.pdf.

- Moos, T. og I.B. Lundgaard (red.). (2010). *Museernes webbrugere: en brugerundersøgelse af museernes hjemmesider*. København: Kulturarvsstyrelsen. Tilgængeligt januar 2011 på: http://www.kulturarv.dk/fileadmin/user_upload/kulturarv/museer/dokumenter/Netbrugerrapport_web_11112010.pdf.
- Mordhorst, C. (2001). "Udstillingsfortællinger ved årtusindeskiftet", *Passepartout: skrifter for kunsthistorie*, 9 (17): 21-44.
- Parby, J. (2010). Personligt interview, d. 3.6.2010.
- Simon, N. (2010). *The participatory museum*. Santa Cruz: Museum 2.0. Tilgængeligt januar 2011 på: <http://www.participatorymuseum.org/read/>.
- Snikergrupp. (2010). "15 brugertests ved VÆGGEN". Upubliceret arbejdsdokument. København: Københavns Museum.

Artikel 2

Rudloff, M. (2012). Extending Museum Walls. Reaching out with site-specific, digital, and participatory interventions. *Nordisk Museologi* (1), 35-55.

Extending Museum Walls

Reaching out with site-specific, digital, and participatory interventions

MAJA RUDLOFF*

Abstract: *As museums are shifting their traditional focus away from collections and toward their audiences, they are experimenting with new strategies for communication and participation. Consequently, in recent years, a large number of outreach and visitor engagement projects, implemented by museums, have seen the light of day. Although these projects vary significantly in design and setting, they are typically informed by ideas of inclusion, dialogue, and sharing of knowledge – principles that have been inspired by social media and significantly improved by developments in digital technologies. Despite the increasing numbers of museum-facilitated outreach projects, we still know relatively little about the qualitative outcomes for either users or museums. This article investigates the potential impact of including an outreach component in a new museum project that combines an urban setting and the use of digital media.*

Key words: Digital outreach, interaction, user participation, personalization, authority, trust.

All over the world museums are trying to meet their visitors and non-visitors in new ways and places, opening up their walls and allowing for co-creation, participation, and interaction. Recent publications such as *Transforming Museums in the Twenty-First Century* (Black 2012), *Letting Go? Sharing Historical Authority in a User-Generated World* (Adair et.al. 2011), and *Det interaktive museum* (Drotner et.al. 2011) provide various good examples of this practice. This changed focus, away from collections and toward the audience, symbolizes a paradigmatic shift through which museums,

rather than being institutions of exclusivity, have become inclusive of the societies that surround them. Museums no longer just disseminate knowledge; instead they have become facilitators for a multitude of voices and opinions. This turn, away from monologue to dialogue, means that now, curators often turn to the public to gain new knowledge and insights – a strategy also known as outreach.¹

This article examines how, when carried out in practice, the conceptual ideas of interactive and participatory museum outreach, are reformulating the relationship between

36 museums and their audiences. The impetus for this inquiry is the visitors' reaction to one museum outreach project that combines digital media, physical installation, urban location, and participation in new and unconventional ways. The WALL, as the project is called, was developed by the Museum of Copenhagen as part of the communication strategy following the archaeological excavations that preceded the construction of a new metro line in Copenhagen. Set in a shipping container and placed in a busy city square, four digital plasma screens allow people to interact with a 3D historical and present time version of Copenhagen and to browse a vast number of images. Users passing by are invited to interact and contribute by uploading their own images. According to the museum's website, The WALL's objective is to create a platform, at street level, for recording the stories and thoughts of the residents in the surrounding community about their own city, thus leading to new insights about the common cultural heritage of the capital.² In this way, the museum is placing a strong emphasis on the citizens' participation in the definition and interpretation of the capital's heritage. In opposition to most digital outreach projects that take place within the realm of museums, either in the physical space of museum exhibitions or on museum web pages, The WALL possesses a special outreach potential, due to its digital participatory design and its placement in an urban setting. However, the innovative combination of medium and location also means that the visitors' interaction with and reception of The WALL take place under previously under-interrogated conditions.

Outreach and user-engagement strategies build on the claim that interaction, participation, and collaboration can provide visitors with more

interesting and satisfying experiences (Satwicz & Morrissey 2011; Simon 2010). However, the process of "letting go" and "letting people in" also raises important questions of authority and trust, for museums and users alike, as museums are finding their voices under these changed conditions. Drawing on empirical studies, I will analyze and discuss the benefits and implications of extending a museum's walls (physically and virtually) and inviting users to take part in a narrative traditionally told by the museum. The aim of this article is twofold. The first part will look at the potential of an installation, which is digital and site-specific, to reach out and allow for personalized interaction. How is this newly acquired access to museum collections leading to novel experiences and narrative forms? The second part will look at the outcomes and implications of the collaborative and multi-authored aspect of The WALL. A consequence of digital outreach and interaction is often participation in the form of user contributions and co-creation. This is also true in the case of The WALL. How is this challenging the museums traditional role as holder of expert-knowledge and authority? And how are users responding to these changed conditions?

In the following pages, I will first outline, from museological and political perspectives, the underlying ideas and strategies associated with outreach. Next, I will outline the potential for outreach in The WALL project. My investigation will begin with an analysis of the meaning-making processes that this particular installation's participatory, digital design and its location facilitate. The intention here is by no means to exhaust the various meanings produced by the interactions between users and The WALL through creation of a register or a catalogue. Rather, by exploring

issues and concerns raised by the visitor interaction, I wish to investigate patterns and to determine the potential that this urban digital installation has to offer. It is an aim of this article to improve our understanding of how digital media in urban spaces can be used as a tool in the outreach strategies of museums, in order to improve digital outreach projects in the future.

OUTREACH AS A STRATEGY TO ENCOURAGE VISITOR ENGAGEMENT AND PARTICIPATION

Outreach is a strategy that has been employed by many museums in the last 30 years. Over the years, the purpose of outreach has changed from being a response to an initial concern about disseminating knowledge related to museum collections to non-visitors of museums. Now, the purpose is to develop new strategies and methodologies for allowing users to get ownership of and influence on the institution and the knowledge created there. One of its main underlying ideas is the museum's potential to include broader segments of the population and impact positively upon the lives of individuals and communities (Sandell 2002). Consequently, the notion of outreach has shifted from the museum attempting to bring people into the museum or merely transplanting existing museum efforts beyond its walls to community engagement and participation, which entail the museum playing a larger role in civic life, operating outside of its walls, inviting dialogue, and encouraging personal creative practice and more visitor involvement. This focus on audience-engagement and experiences represents a shift in policy and practice from the 20th to the 21st century museum, according to the English scholar Graham Black (2012). Black argues,

that this call for museums to transform themselves, to be more civically engaged, and more relevant to the communities in which they are located, is necessary if they are to remain relevant to twenty-first century audiences.³ In the process of doing so, the potential for engaging visitors have been highly influenced and enhanced by developments in digital and social media. Indeed, the design of outreach projects today often has a particular focus on participation (Simon 2010), with the purpose of inviting individuals and communities to share their personal experiences. Thus, what differentiates museum outreach from other market-oriented communication and marketing strategies, and makes it particularly interesting in a qualitative sense, is that the underlying purpose is not just to raise visitor numbers, but to create a positive intervention and change to people's lives.

From a theoretical and museological point of view, ideas of outreach and visitor engagement are closely connected to the initially mentioned changes in communication practices that witnessed the museum modifying its role of authority figure and disseminator of expert knowledge, to become the initiator of dialogue with the surrounding community, while encouraging reciprocal reflections and understandings with the members of that community. The integration of people's lives and stories into the museum's narratives is, thus, part of a larger paradigm shift addressed by a number of scholars who have built on thoughts about inclusion (Sandell 2002), communication and dialogue (Hooper-Greenhill 2000), and participation (Simon 2010). It is in line with current museum practices that attempt to use both traditional and new means to take museum information and expertise outside the museum walls and to

38 integrate the voices and values of the surrounding community into the work of the museum. The Greek museum researcher, Konstantinos Arvanitis, suggests that the concept “outreach” best describes the idea of museums moving outside their walls into the everyday environment and lives of people (Arvanitis 2006: 63). As such, outreach can be understood as “an attempt to establish a communication channel with the everyday, in order to enrich the ways museums document, interpret and exhibit their collections” (Arvanitis 2006: 64). Advocates of museum strategies to engage visitors also agree with broadly accepted research findings in the field of learning and meaning making that emphasize the role of the visitor’s personal background and context in the meaning-making processes of the museum experience (Falk & Dierking 2000). This derives from postmodern and poststructuralist paradigms in knowledge creation, which have fundamentally challenged the existence of inherent objective truths and fixed meanings, replaced them, instead, by the belief in polysemic interpretive models (Cameron & Robinson 2007). As such, the concept of outreach also builds on the assumption that knowledge formation is a process of co-creation. Consequently, reaching out to an urban community also draws on the idea that everyday life is shared among people who participate in it (see Michel de Certeau 1984 and Henri Lefebvre 1974) and, thus, share common understandings and meanings as they belong to the same “interpretive community” (Hooper-Greenhill 2000). In the use of *The WALL*, the personal experiences and everyday perspectives become particularly revealing in the users’ uploaded contributions and in the ways in which the users navigate the 3D artificial collage of Copenhagen.

OUTREACH AND THE POLITICAL AGENDA

Outreach as a means of public inclusion is a practice that has been encouraged, for many years, by the government in the UK, in order to familiarize new audiences with museums and create events and exhibitions that are relevant and accessible to a larger segment of the population (Black 2012; Arvanitis 2006: 63). In Denmark, the political focus on outreach has been more recent and here particularly digital media have been singled out as the means to reach younger and more underrepresented audiences, because of its inherent abilities to do so in new ways and places than within the traditional four walls of the museum (Kyed et.al. 2006; Moos & Lundgaard 2009). In a report from the Cultural Ministry of Denmark, which is particularly engaged with prospective strategies for museum dissemination and communication, it was recommended that museums should, henceforth, think in terms of new combinations of different digital and physical dissemination forms (Kyed et.al. 2006: 98). The argument given in support of this was that such new types of dissemination of cultural heritage can renew the role of the institution and its relationship to citizens, thus becoming a tool for dialogue and knowledge exchange with a more differentiated group of users. Thus, in a Danish museum political context, digital media are regarded as possessing a special potential for outreach, due to their great potential to involve and engage visitors and to create new experiences. A large number of Danish museums are already testing new ways of creating digital outreach projects that can provide new and different ways of experiencing cultural heritage (see, e.g., Løssing 2009 and Drotner et.al. 2011). In this process, there is no doubt that the potential

for outreach, dialogue, and interaction with visitors has been significantly improved by developments in digital media. However, the role of digital media and outreach within and outside of museums is still in a phase of experimentation and development, making this a research area that needs particular attention.

COLLECTING EMPIRICAL DATA AT THE WALL

This article is based on empirical data from observations of and interviews with users at The WALL in Kongens Nytorv (The King's New Square) in Copenhagen. The body of data comprised approximately 40 hours of observations and 20 semi-structured qualitative interviews including 30 informants. The data was collected in the summer of 2010 and the winter of 2011. The interviews varied in duration, from a couple of minutes to 30 minutes. The observations covered 300-400 situations – also varying in length from approximately 10 seconds to 40 minutes – in which one or more users interacted with The WALL on their own initiative. The interviews and observations covered an equal number of men and women and included participants of all ages – from young children to people in their 80s. The interviewees were all Danish speaking and lived or had been living in Copenhagen. Although in the observations, it was impossible to make a distinction between speakers of Danish and others, Danish-speaking users and their conversations about the capital were of focal interest in the process. This focus on Danish-speaking participants is justified by the fact that not all information or text at The WALL is available in English. Although The WALL is frequented by a large number of tourists and persons speaking foreign languages, the target audience for the

facility has been defined by the Museum of Copenhagen to be Danish speaking and primarily from Copenhagen. It is important to point out that The WALL also comprises a web page, where users can upload images and browse all the images from The WALL's database.⁴ The primary subject of this analysis is, however, the interaction that takes place at the physical installation in Kongens Nytorv.

In addition to the above-mentioned data, I am drawing on a user survey carried out at The WALL for the Museum of Copenhagen by the Danish user research company, Snitkergroup, between September and November 2010. It consisted of a usability test and analysis of 15 user-interactions at The WALL, in addition to three focus group interviews involving a total of 11 participants.

REACHING OUT WITH A WALL TO THE COMMUNITY

In April 2010, The WALL was launched at Kongens Nytorv, following the archaeological excavations for a new metro line. Over the course of four years it will be moved around to meet users and communities in other neighborhoods and locations in the city. The WALL allows users to interact and participate in a number of ways. Each of its four large touchscreens presents an artificial 3D version of Copenhagen constructed as a collage from 1600 images highlighting historical and current high points, locations, and events associated with the city. Passersby can navigate this artificial cityscape and choose to recall earlier stages of the history of the capital, or they can search through images or films uploaded by the museum and other users. By clicking on images and objects in the cityscape, the users can gain access to

40 approximately 10,000 images and film clips uploaded from the museum's collections – a collection previously accessible only from the museums analogue image archive. Users are invited to create their own user profiles; they can send postcards, make video comments, take snapshots, and upload their own material either at The WALL or, at home, from The WALL's webpage. In mimicking participatory features from social media such as Facebook, Twitter, and Myspace, the intention is to attract new audiences by allowing for personal perspectives, creativity, and sharing.

One of the curators at the Museum of Copenhagen describes how one of the fundamental philosophical ideas behind The WALL was to create a dialogue with the Copenhagen community:

(...) it became clear to us that it wasn't the tourists' experiences with Copenhagen we wanted to hear; it was the citizens' own stories about the city and their own relations to their neighborhoods (...) building on the premise that the inhabitants of Copenhagen know the city in a completely different way, than if you are just passing by. (Jakob Parby, 2010)

The museum webpage explains that:

The museum aims to provide the citizen's [s] of Copenhagen with access to, and a sense of ownership towards, the cultural heritage of the capital. (...) While emphasizing upon the citizens' own voices as part of the narrative on Copenhagen, groups and individuals, formerly underrepresented in the cultural life of the city are now being included within the city's communities.⁵

This outreach approach towards the surrounding city communities is supported by a general shift in the Museum of Copenhagen's

strategies – a shift in which the underlying motivating factor “is the desire to increase the variety of narratives represented within the museum, together with a desire to make room for the voices and communities that traditionally have not been represented within the museum's public programmes.” Additionally, this participatory outreach approach is described by the museum as “a reciprocal process, whereby both parties listen to and learn from one another.”⁶

This signifies a deliberate change in the museum's self-perception from being an institution holding cultural authority and autonomy, toward providing a space where interpretations are individually and socially determined – a transition which signifies a move from modern to postmodern institutional practices (Hooper-Greenhill 2000; Cameron 2007). Whereas, previously, the museum had the role as an expert and educator, now, the invitation to participate gives nourishment to the idea that museum visitors and users can also teach the museum something. Outreach and participatory strategies thus imply a development away from the traditional authoritarian museum towards an institutional acceptance of knowledge as something that is shared and constructed during the course of mutually beneficial exchange.

In the following paragraph, I will use an observation as the basis from which to look at the relations and emotions that interaction with the content of The WALL can trigger for the individual user.

INDIVIDUALIZING THE MUSEUM EXPERIENCE

It is a Sunday afternoon in February 2011, Kongens Nytorv, Copenhagen: At The WALL, a small group of three, consisting of a teenager



Fig. 1. The WALL at Kgs. Nytorv i København. Photo: Caspar Miskin.

Fig. 2. Users interacting with The WALL. Photo: Caspar Miskin.



42 and two men around 60 years old, are browsing the interface with exciting outbursts and comments such as: “Look at that! This is fantastic! See, there’s another tram! Yes, this is perfect; we have to write a comment to that! What do we write? Write that this is very fancy!” The WALL’s four screens allow all the members of the group to be active at the same time, and at some points, they split up to browse individually, while at other points, they step together to talk about what they see on the screens. In the following interview, I learn that one of the men (a 59-year-old professor) has a life-long infatuation with trams and is utterly excited about the fact that he can see them here in The WALL. His partner has a great interest in architecture which explains his search for images from Frederiksberg Castle. They have brought their 16-year-old visiting nephew here, to show him around Copenhagen, and the teenager explains to me that this is a great way to catch the interest of young people, such as himself. The group members all find the interactive aspect fantastic and exciting: The fact that you can browse neighborhoods and go back in time in an exploration of the city’s local history – a history they find important to tell; the fact that they recognize sites from their childhood surroundings and from the Copenhagen environment, which recall memories; the fact that you can touch and browse according to your own interests – something that they recall not having been allowed to do on their childhood visits to museums.

Australian scholar Fiona Cameron explains how digital media have allowed for an “expansive interpretive framework”:

Digital technologies have the potential to rewrite the meaning and significance of collections. By promoting

polysemic (plural) models for interpreting collections, for instance, they bring into question absolute claims about meaning, enabling alternative and sometimes conflicting interpretations to appear. (Cameron 2003: 327).

In interactive browsing systems, such as The WALL, user interests become the main searching principle. Before their digitization, the archival images in The WALL’s database were not easily attainable (one would have to physically visit the museum archive during their limited opening hours), where now, in principle, their organization in a free browsing system allows for the creation of an infinite galaxy of meanings and relationships. A non-linear way of presenting information enables users to experience parts of the museum collections in a less static and objective and more dynamic and subjective manner. It allows users to “follow their own path, creating their own order and meaning out of the material” instead of following the order of the storyline set out by the curator (Cameron 2003: 334). Thus, the interactive features of browsing have the potential to adapt to the interests of the individual user, generating highly personal relationships between images and topics while the user is searching.

Research on the museum visitor experience has shown, that a personal interest in, and familiarity with, the displayed content matter in exhibitions is crucial for museums visitors’ motivation to visit museums (Falk & Dierking 2000). Drawing on extensive user studies, the influential museum researchers, Falk and Dierking, sums up the engaging museum visit as one in which users are “able to personally connect in some way, with the objects, ideas, and experiences presented and often expect to do more than just look at things, perhaps even

become physically involved” (1998).⁷ The WALL allows for a great range of browsing options and the personal aspect there is often seen in the visitors’ searches for images from their neighborhood, their childhood or other places to which they have a connection, or of which they can recall memories. The observations contain many examples in which people use The WALL as their starting point to spur conversations about subject matter related to the city with comments, such as: “Where is that from? Is that where we live? Do you remember when we went there?” People search for places they know and love. This is seen in their browsing through the cityscape and their searches for the clusters of pictures from specific neighborhoods.

Although previous research on visitor reception has mainly been carried out within the physical context of the museum building, it is easy to see how users are relating in similar ways when interacting with The WALL. A feature that distinguishes The WALL from the traditional and non-touchable museum exhibition is the fact that it allows users to physically interact with the content and personalize their experience through the many varied ways of browsing. In fact, every visit can be different from the last. The potential to individualize and personalize the experience through the interaction is highlighted in the user studies as one of the most positive aspects of The WALL. A 27-year-old female explained how she rarely visited museums because she found them boring compared to many other cultural offers:

It just gets better when you get involved and is a part of it yourself. You’re active in a different way and it becomes more relevant and fun (...) when I’m at

museums (...) I lose interest. It’s different at The WALL where I become inspired to take more pictures, contribute, participate ...

This indicates an exciting potential for The WALL to help change visitors perception that the museum is the same kind of institution as in the past.

A DIFFERENT MUSEUM VISIT

The WALL’s conceptualization rests on an assumption that it has a special potential to reach out, create new meanings and experiences and meet (new) visitors in a different manner. Inherent in this idea, is the notion that it is different from the conventional museum experience and visit; that it can show a different side of the museum to visitors not familiar with museums or not liking museums because of previous experiences with them. In the interviews the informants were often asked what kind of experience they felt this could generate, as opposed to the physical or conventional museum visit. With no exception, the interviewees expressed excitement about the idea and concept underlying The WALL and about the fact that the museum had moved to street level to meet the surrounding community and the users of the city’s facilities, creating a presence outside the conventional museum buildings. In addition, the feature most often pointed to by participants was “interactivity” and the fact that The WALL allowed people to participate and browse the content freely. This did not mean that all users would, in fact, participate and upload their own material, but the idea of participation was singled out as being positive. Also, The WALL was singled out for its inherent potential to present things in a different manner or simply

44 to do things differently. A-49-year old male focus group participant explained:

I think that what The WALL can do, as opposed to the museum, is to tell stories from people as they would tell them themselves (...). This is not something that the museum would normally do; it is more about the larger lines and perspectives (...) the personally told stories that otherwise don't exist anywhere; that could be interesting to see. Even contemporary family pictures as they will also become history one day.

Consistent with these views, the users agreed, overall, that the experience at The WALL was very different from that of a conventional museum visit. This had an impact on the level of contemplation that users would experience, and the time that they would invest in interacting with the installation. The WALL was described as a “teaser” or “appetizer” for the real museum, very different from the “real” or traditional museum because there, you have time to explore in depth, the “real” objects. As one user put it, The WALL “...can give a snapshot of what Copenhagen and the museum have to offer.” The main reasons for this were related to The WALL's location in a busy urban setting, to the character of the medium, and often, to both. The digital design of The WALL's interface itself, its composite, collage-like presentation of thousands of images that can be browsed but are not linked together in a time-space narrative, prevents some users from having the same in-depth experience that they would expect from a conventional museum visit.⁸ Thus, although excited about its potential, the previously mentioned 59-yearold professor (and frequent museum visitor) also asserted:

The WALL is exciting exactly for the purpose of

outreach, and for meeting a younger audience such as my 16-year-old nephew, but because of the flickering character of the digital experience there is a risk of getting lost in the medium and of losing the larger historical picture that a well-planned museum exhibition can give. The authenticity of the real object gives you a different experience from a digital copy, which is why I prefer visiting the ‘real’ museum to get a more in-depth experience. This is something I would spend maybe 15 minutes on, while passing by.

DEMOCRACY – LETTING THE COMMUNITY INSIDE

So far, I have touched, mostly, on the quality of the experience that takes place in the interaction between The WALL and its users. The main idea of The WALL was, however, not only to create a positive presence or intervention in people's lives but also to learn from users' perspectives and interpretations of their city. In the section, “What is The WALL?” on the museum webpage, the museum invites users to upload their own personal images of Copenhagen:

Just as Copenhagen has continually developed up through history and will continue to change in the future, The WALL will also undergo changes during the next four years. The database encompassing the rich collection of pictures of Copenhagen will steadily grow as The WALL invites its users to expand upon the portrayals of the life, history and identity of the town shown on The WALL by uploading personal memories, pictures, films, music, or texts. (...) In this way you can convey your personal stories of Copenhagen to the world at large.

American scholar Olivia C. Frost argues that digital media and digital communities are a major force in utilizing the ability of users to

become creators as well as consumers of information objects (Frost 2010:239). The self-publishing aspects of digital communication now make it possible for museums to invite large and diverse groups of users to contribute their own material. In terms of reaching new audiences and changing museum images, this process of democratization has obvious advantages.

The WALL has a special potential for participation, in that it invites users to share by uploading their own images of Copenhagen. A vast majority of The WALL's users choose only to participate in the experience that it offers by interaction, and not by contributing their own material. Still, by the summer of 2011, The WALL had received approximately 4,500 user-generated images from and of Copenhagen (in addition to the 10,000 images from museum archives); not surprisingly, these images varied in technical quality and thematic approach. Although I shall refrain from further analyzing the content and subject matter of the material here, it is clear to see how, from a museum's point of view, a project like The Wall can give access to the surrounding community's current and historic stories and images that they would otherwise never even hear about.

In using The Wall, the visitors can go well beyond the mere viewing of an object to create their own images or extend already existing knowledge by commenting on or adding information to the museum's images or those uploaded by other users. In the empirical studies, this feature of participation is recognized by the users as one of the most positive aspects of The WALL. As one 21-year-old male user put it, when asked why he found it "cool that you can browse the images and upload your own material": "Because no one has decided what is politically correct to

put in here, and everyone can participate." A history teacher of students in the sixth grade also commented on the fact that everyone can participate in telling the story of Copenhagen: "I think it's great that it has been made that way—that it's about something else than the traditional story about the history of Copenhagen. Earlier on, it was the upper class that told the history and decided what was written in the history books."

Statements like these attest, first of all, to the fact that there is a strong public opinion concerning what a museum is, and how it has traditionally exercised its position as a cultural authority. In this respect, the value of allowing for other perspectives, through user-generated material, is acknowledged and appreciated. Whereas this opens exciting new perspectives for institutions, it also raises important questions regarding truth and trust and quantity versus quality. These questions are not only of concern to the museum but are also raised by users in the observations and interviews. As such, there are also downsides to participation, as will be evidenced in the following section.

SHARING OPENS UP FOR QUESTIONS OF DEMOCRACY, TRUTH AND RELEVANCE

Studies on museum visitors' expectations of the museum visit show that the knowledge that museums are about "the real stuff" is critical to the expectations, the excitement, and thus, the quality of the museum experience (Dierking & Falk 1998). To quote: "(...) visitors believe that there is an inherent sense of integrity to the objects, ideas and experiences presented within the museum" (Falk & Dierking 1992; Shoup & Associates 1995 quoted in Dierking & Falk 1998).

46 Traditionally, according to American scholar Olivia C. Frost, “When an object or unit of information resides in a collection, that collection serves a filtering or sanctioning role” (Frost 2010: 243). Museum visitors rely on the expertise of museum professionals for the selection and organization of the objects available for public view. This expertise and the evaluative component that it involves represent a value that the museum provides and they assure the visitor that the objects represented have been carefully selected on the basis of their quality, representativeness, or other criteria (Frost 2010: 243). With the addition of the autonomous dimension of self-publishing, Frost argues, visitors or viewers may not have the same assurance that what they are viewing represents the best of a genre or the opportunity to determine whether the information given is even authentic or true.

With regard to The WALL, this is the case, particularly when it comes to the user-generated material. As the user images are uploaded, they are shown alongside the images from the collections of the museum. As such, there is no hierarchy separating the users’ images from those of the museum. Following the ideas of the collaborative and co-authored museum of the 21st century, outlined in the beginning of this article, this can be regarded a positive feature: Having user-generated images side by side with museum images, with no particular indication of their sources, except from a small subtitle indicating a user’s name, has the potential to create completely new connections and allow The WALL to set an example as an institution that is truly democratic in its approach to interpreting a common past.

However, in the empirical studies, questions of authorship, authenticity, and authority are

raised by users concerned with issues of truth and trust. Whereas most users like the fact that The WALL invites everyone to upload stories and images and participate in the story told about their city, they also expect the museum to remain the editor and expert. They want to be able to trust what they read. (This depends, to some extent, on what they expect to be able to use The WALL for; that is, whether it is just for fun and play or for more educational purposes.) This was evidenced, for example, in an observation and interview of two teachers of sixth-grade history (above-mentioned) shortly after the launch of The WALL. They had read about the installation and, on behalf of themselves and their students, they felt excited that something like that had been introduced, as they expected to be able to use it for educational purposes. When they realized that everybody could upload material alongside that of the museum and also comment freely on the museum’s images, thereby providing information that might not be historically correct they were disappointed, and stated that:

That simply means we can’t use it! Then, at least, the museum should be visibly present and they should have a museum professional editing all incorrect material. If not, it’s completely untrustworthy and useless. You expect the information to be true when it has the museum’s name on it. There is so much talk of source criticism today. It’s a big theme when it comes to the Internet and something that we really discuss in class, exactly because when you search the Internet you don’t know if it’s a five-year-old or a professor who wrote the text. This is something we teach our students.”

Thus, on the one hand, the teachers approved of the museum’s attempt to reach out and

communicate differently to the young people in their classes, and on the other hand, they still expected the museum to be the expert, editor, and educator. This is supported by user research done by scholars Fiona Cameron and Helena Robinson stating that, despite museums' efforts to appropriate postmodern, polysemic approaches in their digital representation of collections, many users "continue to look to the museum to provide trustworthy, authoritative, and meaningful scholarly information." (Cameron & Robinson 2007: 179). This is an interesting paradox, in that it touches on larger questions about bringing digital participatory media into museums; questions that might be lost in the excitement of the outreach process.⁹

SHARING FOR WHOM?

Outreach ideas are based on an assumption, that participation is more engaging and thus more satisfying for the visitor (Satwicz & Morrissey 2011; Simon 2010). This assumption derives, according to the American museum researchers Satwicz and Morrissey, from "hands on" learning theory: "Perhaps the most basic assumption is that engaging visitors in contributing content has benefit" (Satwicz & Morrissey 2011: 198). Nina Simon, the American museum exhibition designer and author of the influential book *The Participatory Museum* (2010), is one of the advocates for participation in museums. However, although she describes participation as practical ways to enhance traditional cultural institutions, she also points to the importance of museums carefully considering why they wish for user participation and what they expect will come out of it that the museums can't produce or procure themselves (Simon 2010). Thus,

while participation and sharing content might be interesting to the persons participating, the museum must also ask itself if participation is really interesting to users other than the participant – and to the museum. Based on user interactions at The WALL, one could ask who benefits from the participation: Are the user contributions augmenting the representation, experience, and knowledge of Copenhagen and its history? How do visitors experience, interpret, and trust the contributions by non-experts? These questions are not easily answered but are, nonetheless, relevant.

In regard to The WALL, a number of users have raised concerns as to the sheer number of images of seemingly impersonal Copenhagen street views, architecture, urban landscapes, and sunsets whose primary interrelatedness seems to be that they all look the same. When discussing the website part of The WALL, from where all user images so far have been uploaded, members of one focus group expressed a concern with "drowning in images" that seemed meaningless and uninteresting because of their lack of connection to the overall cultural historical narrative of Copenhagen. In relation to this, one could ask how involved the museum should be in managing the platform for user stories they have created: is there, and should there be, a line between the museum's role of facilitator of public contributions and its responsibility for putting the pieces together in a larger puzzle? Although the users appreciated the idea of the museum trying to communicate in new ways and places, also by employing participatory features from social media, such as Facebook and Flickr, as a means to engage new target audiences, they also seemed apprehensive about the potential lack of relevance of content matter that this could



Fig. 3. Woman transporting children on bike, 2007. User-generated image at The WALL tagged with "Childhood". Photo: Mikael Colville-Andersen.

potentially generate. One 19-year-old female informant explained this concern: "That's the disadvantage of The WALL, I think, that people can upload all sorts of things (...) It's not that interesting to look at other people's party pictures."

This touches on an important point brought up by Simon (2010) about museum scaffolding when designing opportunities for user participation. Based on extensive experience with participatory museum projects, she draws attention to the fact that most visitors do not want open-ended participation. Rather, in order for visitor participation to be meaningful and

appealing for the participant, the institution, and the audience, it has to be "about" something and must have a clearly defined outcome (Simon 2010). Following Simon's notion of scaffolding it is interesting to note, how, so far, the user-generated material in The WALL that stands out the most in terms of quality and its ability to bring out new and interesting perspectives in the existing material, has come from museum-defined initiatives and activities.¹⁰

The task of mediating between opening up its doors and inviting participation, thus allowing for a multiplicity of voices in the interpretations, and, at the same time setting



Fig. 4. Father and son on bike, ca. 1900. Tagged with "Childhood" and uploaded to The WALL by the Museum of Copenhagen. Photographer unknown. Photo: Dansk Cyklist Forbund (Danish Cyclists' Federation).

50 limitations on the user-generated content can be difficult. This challenge of achieving balance between user-generated content and museum expertise also represents a learning curve for the museum. It is a process that museums have to learn to master in the upcoming years, as they move towards the fluid and increasingly transparent museum described by Hooper Greenhill: "The museum in the future may be imagined as a process or an experience. It is however, not limited to its own walls, but moves as a set of processes into the spaces, the concerns and the ambitions of communities" (Hooper-Greenhill 2000: 152). As has been argued here, part of this process is to continue to meet the visitors' expectations of integrity.

USER UPLOADS MUST BE RELEVANT

This article's introductory sections have already described how ideas and preconceptions of what museums are, and should be about, have changed significantly since the 1980s, when museums started rethinking their relationship to their visitors and challenging the political, ideological, and aesthetic dimensions that comes with collecting and representing the past (and present). Australian scholar Linda Ferguson argues that a number of the principles that the modern museum represented are dissolving in the postmodern museum, where also more controversial themes like religion, racism, drugs, and homosexuality are up for debate. As examples of these dissolving values, she cites the idea of providing visitors with factual information and the task of helping to create a sense of one's place in the world, while spreading generally accepted values. Ferguson's analysis of the reasons given by museum staff, visitors, and the wider public as to why these

topics should or should not be exhibited, reveals a great deal about people's general perception of the role they feel today's museums should play (Ferguson 2010: 35-36). Ferguson argues that the postmodern museum concept creates doubt in visitors and that, in light of these changes, they find it hard to understand the role of the museum.

At The WALL, a dialectic response to the postmodern and participatory museum is expressed both in the ways the users articulate their thoughts on the appropriateness of the content and the themes of the images shown at The WALL, and in what could be called the visual dialogue between museum images and images uploaded by users. Here, the users' preconceptions with what a museum should represent seem not to relate so much to the controversial nature of topics, as proposed by Ferguson, but rather to the limitation in their perceptions of what content they find relevant for this museum forum. This not only relates to the users' expectations of expertise, integrity, and authority discussed in the previous sections. It also indicates that as museums are rapidly changing towards becoming collaborative and user-generated institutions of the 21st century, they still have some work cut out for them in explaining to visitors the ideas behind this new museum concept. This implies that it takes time to change users' perceptions of museums and stresses the importance of museums to be clear in their communication about what they are trying to do.

MUSEUM GAINING NEW PERSPECTIVES

There is no doubt that allowing "everyday" people to contribute and have their narratives included in the historical record can multiply

the views and interpretations of contemporary Copenhagen – one of the goals of participation outlined in the beginning of this article. In some cases, the juxtaposition of user images and archival material creates interesting visual dialogues. Such is the case in a series of user-uploaded images taken by a homeless man named Csaba in 2010.¹¹ The pictures addressed deeply personal aspects of Csaba's everyday life, showing his personal shelf in the shelter that holds all his belongings and reflecting his homeless friends taking pictures for *Hus forbi*.¹² – a magazine for the homeless. The museum has many black and white photos of homeless people in their archives; however, they are mostly taken by the law enforcement agents for registration purposes, thus presenting the homeless from a highly distanced and impersonal perspective.¹³

Another example shows, at the same time, the diachronic and synchronic view of the theme “childhood”: In a user upload from 2010, a person describes, with affection, the door of his childhood nursery school and the personal significance it has for him.¹⁴ This highly personal representation of what it means to be a child is uncommon in the museum's archives and may generate new interpretations and perspectives on the theme – or at least add to the ways in which “childhood” has previously been represented in the museum's collections. In general, recently uploaded images have the capability to create new connections. In the case of “childhood” user-generated images, when juxtaposed with images from the museum's archives, showing infants on bikes and playing ball, bear witness to the idea that growing up 100 years ago might not have been so dissimilar to growing up today. Without doubt; visual dialogues, such as these, can

contribute new perspectives to the heritage of Copenhagen and change traditional ways of integrating and representing personal perspectives in museum narratives. In that sense, The WALL, being a publicly located image archive and exhibition site, has an exceptional potential to reach out and present a new and more inclusive museum concept.

As a public and specialized institution, the museum holds a special role in deciding what to collect and preserve for the future. It is intended that eventually, a number of the user images in The WALL will enter the museum's collections. It has not yet been decided how to select user images for the museum collections, but it is already easy to see how this raises a number of questions. As the museum curator at the Museum of Copenhagen, Sarah Giersing, puts it, the limitations on what can be considered relevant are few, due to their diversity and individual characteristics (Giersing 2011). Also, she claims, a study of the material and consequent decisions on what to admit into the museum's collections face both methodological and epistemological challenges: “How does one categorize, interpret, and evaluate material like this without reducing its diversity and dismissing its multiple meanings? Who has the authority to do so?” (Giersing 2011) Although, in the case of The WALL, these questions are still left to be answered, they touch on an important ongoing discussion of integrity, authentication, and validation of digital and user-generated objects in museums.

CONCLUSION

According to the number of publications containing descriptions, analyses, and discussions of museum outreach projects in recent years (Satwicz & Morrissey 2011;

52 Drotner et.al. 2011; Løssing 2009), museums have entered a fruitful phase of experimentation, as they learn how to use interactive and participatory strategies to enhance both the visitor experience and the professional practices relating to the collection, study, and interpretation of objects. This is much in line with a political focus that stresses the importance of museums' attempts to reach out and to do so in new and engaging ways and places (Black 2012; Kyed 2006; Moos & Lundgaard 2009). In this respect, The WALL represents an excellent example of an outreach strategy in which the digital and physical have been combined in order to create new connections and relations between the Museum of Copenhagen and its surrounding community.

Based on the outreach project and on user studies discussed in this article, it is evident how participation, interaction, and facilitation of free access to museum archives can lead to different and more inclusive and personalized experiences. This is an important step, as the museums are increasingly expected to be providers of platforms that allow multiple perspectives on, and representations of, the past and the present. However, as has also been discussed in this article, user participation, particularly in the form of co-creation, can lead to confusion, as the traditional boundaries between expert and layman are being redefined. Outreach of the participatory kind seen in The WALL must necessarily lead to reflections of a more epistemological character, in which the museum is forced to rethink its role as collector, preserver, and knowledge-creator of the past and to balance its new role as facilitator for dialogue and co-creation. As museums are navigating this difficult task,

they must find a way to still hold on to their special role as preservers of cultural heritage in all its multiplicity.

So far, user participation in digital outreach projects is still a relatively under-researched area. Due to the increase in these types of museum outreach projects, it can be expected however, that the upcoming years will provide new and exciting insights into the user participation and interaction that politicians and museums alike wish to obtain by coupling museums and digital media.

(Quotes from user studies in Danish have been translated to English by the author).

NOTES

1. Typically the concept "outreach" describes former models of working with non-traditional museum audiences, whereas "community engagement" adopts more postmodern strategies, such as shared-authorship and co-creation. It could be argued that the latter connotes a more involved, collaborative, and community informed activity rather than a unilateral strategy or campaign by a museum. The terms are, however, often used interchangeably. As the museum in question quite consistently calls its user engagement and participatory strategy *outreach*, I have chosen to do the same in this article.
2. http://www.copenhagen.dk/en/whats_on/the_wall/what_is_the_wall (accessed on January 16, 2012)
3. There is also, of course, a political and financial incentive in being valuable to the public and staying funded. As a result of the global financial crisis of 2007-2008 museums' funding has declined dramatically and the economic

imperative of increasing visitor numbers and generating income has become ever more important (Black 2012: 44). Rapid developments in the cultural experience economy and cultural tourism also mean that museums now compete increasingly for visitors' attention.

4. Although conceptualized as a whole, in reality, the interactions facilitated by the urban installation and the website, respectively, are quite different.
5. <http://www.copenhagen.dk/en/about> (accessed on January 16, 2012)
6. http://www.copenhagen.dk/en/whats_on/outreach_english/ (accessed on January 16, 2012)
7. Although quantitative surveys show very high visitor numbers at The WALL, indicating that it has great potential to attract passersby – tourists and locals alike – a question still left unanswered is whether the museum actually succeeds with one of its main goals of reaching new audiences, or whether The WALL mainly attracts users who are already interested in history and in visiting museums.
8. With this comes technical problems and a interface design perceived by a large number of users to be quite intricate – this to an extent where it prevents some users from having the desired interactive experience. See also Rudloff 2011
9. Questions of the museum's role in editing the user material, e.g., in the case that people might be contributing material of unethical or profane nature, were, in fact, discussed at the Museum of Copenhagen before the launching of The WALL. It was decided to go along with the democratic process and deal with any problems as they occurred. So far, any anxieties regarding inappropriate material have not been vindicated by actual events. In fact, it seems that historic material and contributions are uploaded primarily by local experts with a genuine interest in, and knowledge of, the city's history. The museum primarily plays an editing role in the case of nonsense comments that are due to technical problems.
10. The museum has, so far, entered into a number of external partnerships; e.g., with a yearly Copenhagen photograph festival. The photograph contests have been a great success and have generated many interesting, creative, and high-quality images. Additionally, in the outreach process, the museum has employed young people from marginalized neighborhoods of Copenhagen, asking them to produce material for The WALL representing their perspectives and their lives in the city. The original group consisted of ten young people, of various ethnic backgrounds, from Nørrebro. A recent project consisted of eight young people from Sydhavnen.
11. The homeless person was given a camera by an employee from the Nørrebro Outreach Project and asked to take pictures of things that mattered to him. The images were uploaded to The WALL afterwards, by the employee at the Museum of Copenhagen.
12. <http://www.vaeggen.copenhagen.dk/media/12559>.
13. See also museum curator Sara Giersing's discussion of this, in her paper for the Fourth International Conference of the Inclusive Museum 2011.
14. <http://www.vaeggen.copenhagen.dk/media/40397>.

LITERATURE

Arvanitis, Konstantinos: *Everyday media for everyday meanings. interpreting archaeological monuments in the streets of a greek city*. PhD thesis. School of Museum Studies. Leicester University: UK 2006

- 54 Black, Graham: *Transforming Museums in the Twenty-First Century*. Routledge: London and New York 2012
- Cameron, Fiona: "Digital Futures I. Museum Collections, Users, Information Needs, and the Cultural Construction of Knowledge". *Curator*. Vol. 46, no. 3, July 2003: p. 325-340
- Cameron, Fiona and Robinson, Helena: "Digital Knowledgeescapes. Cultural, Theoretical, Practical, and Usage Issues Facing Museum Collection Databases in a Digital Epoch". In: Cameron, Fiona and Kenderdine, Sarah (eds.): *Theorizing Digital Cultural Heritage. A Critical Discourse*. MIT Press: Cambridge 2007
- Drotner, Kirsten et.al. (eds.): *Det interaktive museum*. Forlaget Samfundslitteratur: Frederiksberg 2011
- Falk, John H. and Dierking, Lynn D.: "Understanding Free-Choice Learning: A Review of the Research and its Application to Museum Web Sites". In: Bearman, D. and Trant, J. (eds.): *Museums and the Web 98*. Archives and Museum Informatics: USA 1998. Available at: http://www.museumsandtheweb.com/mw98/papers/dierking/dierking_paper.html
- Falk, John H. and Dierking, Lynn D.: *Learning from Museums. Visitor Experiences and the Making of Meaning*. AltaMira Press: California 2000
- Ferguson, Linda: "Strategy and Tactic. A Post-Modern Response to the Modernist Museum". In: Cameron, Fiona and Kelly, Linda (eds.): *Hot Topics, Public Culture, Museums*. Cambridge Scholars Publishing: UK 2010
- Frost, Olivia C.: "When the Object is Digital. Properties of Digital Surrogate Objects and Implications for Learning". In: Parry, Ross (ed.) *Museums in a Digital Age*. Routledge: London and New York 2010
- Giersing, Sarah: "Moving the Walls. Participatory Strategies of the Museum of Copenhagen". Paper presented at the *Fourth International Conference of the Inclusive Museum 2011*
- Hooper-Greenhill, Eilean: *Museums and the Interpretation of Visual Culture*. Routledge: London and New York 2000
- Kyed, Steen et.al.: *Udredning om museernes formidling*. Kulturministeriet: København 2006. Available at: <http://kum.dk/Documents/Publikationer/2006/Udredning%20om%20museernes%20formidling/PDF/Udredning%20om%20museernes%20formidling.pdf>.
- Løssing, Anne Sophie W. (ed.): *Digital museumsformidling: i brugerperspektiv*. Kulturministeriet: København 2009
- Moos, Thyge og Lundgaard, Ida B. (eds.): *National brugerundersøgelse på de statslige og statsanerkendte museer i Danmark*. Kulturarvsstyrelsen: København 2009. Available at: http://www.kulturarv.dk/fileadmin/user_upload/kulturarv/publikationer/emneopdelt/museer/national_brugerundersogelse_2009_2.pdf.
- Parby, Jakob: Personal interview, carried out on 3.6.2010.
- Rudloff, Maja: "VÆGGEN. Digitale, interaktive oplevelser i et byrum". In: Drotner, Kirsten et.al. (eds.): *Det interaktive museum*. Forlaget Samfundslitteratur: Frederiksberg 2011
- Sandell, Richard: "Museums and the combating of social inequality. Roles. Responsibilities. Resistance". In: Sandell, Richard (ed.): *Museums, Society, Inequality*. Routledge: London and New York 2002
- Satwicz, Tom and Morrissey, Kris: "Public Curation. From Trend to Research-Based Practice". In Adair, Bill et.al. (eds.): *Letting Go? Sharing Historical Authority in a User-Generated World*. The Pew Center for Arts and Heritage: Philadelphia, USA 2011
- Simon, Nina: *The Participatory Museum*. Museum 2.0: Santa Cruz 2010. Available at: <http://www.participatorymuseum.org/read/>.

Snitkergroup: Unpublished user study reports and video recordings of focus group interviews. The Museum of Copenhagen: Copenhagen 2010

55

**Maja Rudloff, PhD fellow*

*Address: Institute for Literature,
Media and Culture
University of Southern Denmark*

*E-mail: maru@litcul.sdu.dk/
majarudloff@hotmail.com*

Artikel 3

Rudloff, M. (2013). Scaffolding the Next Wave of Digital Visitor Interaction in Museums. *The International Journal of the Inclusive Museum*. USA: Common Ground Publishing LLC. (Upubliceret)

Scaffolding the Next Wave of Digital Visitor Interaction in Museums

Maja Rudloff

Abstract

Over the last ten years the possibilities for engaging in dialogue and participation with museum visitors have been greatly improved by developments in digital technologies. Throughout the world museums are experimenting with inclusive and participatory digital projects that can enhance the museum visitor experience. Many of these projects are unique and creative in their use of cutting edge technology, and in their search for finding new ways to reach differentiated groups of users. However, building on insights from user studies at a Danish digital museum installation, this paper also suggests that when designing for user interaction and participation, museums must carefully consider the complexities of user participation with new technologies. If the design and conceptual frame becomes too complex, it can actually limit the intended visitor experience with the museum subject matter. By combining insights from communication and design theory with conceptual models for scaffolding the museum visitor experience, this paper uses a Danish digital museum case called the WALL created by the Museum of Copenhagen to consider the special implications of designing technology for museum visitor interaction, and suggests ways digital, interactive and participatory installations can be improved to support more meaningful museum visitor experiences.

Introduction

In recent years, digital interactive technologies have become more widespread in museum exhibitions. Museum curators increasingly view digital technologies as a means to improve communication with visitors. Their implementation has been driven by the desire to create better and more inclusive experiences (Falk and Dierking 1998; Cameron 2003; Heath & Lehn 2008). While many digital museum projects are unique and creative in their use of cutting-edge technology, and experimental and innovative in their search for finding ways to reach different groups of users, we still know relatively little about the quality of the experience that users get from the interaction (Heath and Lehn 2008, 2010, 267). Research on museum visitors' experiences with digital interactive design remains relatively scarce, and as a consequence, we must assess the implementation of digital interactive technologies with further studies to gain a better understanding of what works and what does not. In order to have an accurate and reliable approach to visitors' experiences, it is fundamental to understand how digital exhibitions – especially their design and content – achieve their desired purposes. By way of engaging concretely with a specific digital museum project this paper will analyze and discuss how users perceive and respond to an interactive, technical museum experience. The aim is to provide insights into the importance of building on a strong theoretical foundation and knowledge of visitor needs when creating a digital interactive and participatory museum design.

The empirical focus of this paper is the users' experience with the design of the WALL, a unique digital interactive installation launched in the capital of Denmark in April 2010, as part of the Museum of Copenhagen's communication strategy following archaeological excavations for a new metro line. The WALL is a 12 metre long interactive multimedia installation consisting of four large touch screens encased in a shipping container and placed in Kongens Nytorv (The King's New Square), one of the central city squares of Copenhagen, Denmark. Over the course of four years (2010-2014), the museum will move it to

different locations throughout the city. The installation employs highly advanced technology, it is conceptualized on notions of interactivity and participation, and it intends to present and exhibit museum content in a completely new and engaging way.



Fig. 1. The WALL at Kgs. Nytorv in Copenhagen (photo: Maja Rudloff)

The qualitative user study supporting this paper's analysis took place at the WALL from April 2010 until March 2011.¹ It comprises observations of users actively engaging with the installation followed by semi-structured interview in order to gain a deeper understanding of the users' interactive experience. The data from the study was transcribed and subsequently coded and divided into categories relating to the users' experience with the WALL's content, design, context and concept. The content category relates to the users' responses to the WALL's digitized cultural historical archival material. The design code relates to the users' understanding of the graphical and technical design and how to navigate it. The context code corresponds to the influence of the WALL's location in an urban space on the users' experience and engagement. The concept category concerns the users' understanding of the WALL's overall participatory, inclusive and interactive conceptual idea. Primarily the users' responses relating to the WALL's design and context and somewhat the content are discussed in this paper.

The ideological and practical considerations informing the design of the WALL will provide the outset for the article's analysis and will be used as a reference point to evaluate the user's interactions throughout the article. I will start by exploring how the museums' and the designers' intentions regarding user interaction are translated into the design of the WALL. These were expressed in a paper presented at

¹ Carried out over the course of almost a year the study comprises approximately 40 hours of observations and 19 semi-structured interviews including 32 informants. Additional user surveys carried out between September and November 2010 by the Danish user research company Snitkergrupp for the Museum of Copenhagen provide further information. Furthermore, a museum curator from the Museum of Copenhagen was interviewed to support knowledge about the museums intentions with the project.

the Museums and the Web Conference 2011 (Sandahl et al. 2011). I argue that a contemporary theoretical museological discourse on the interactive and participatory museum visitor experience is reflected in the WALL's interface design. Next, by employing a (digital) design and communication perspective, I analyze how the users comprehend these intentions through interacting with and interpreting the multi-touch graphical design of the WALL's interface. A theoretical approach to design as an act of communication can support the discussion of the users' reception and interpretation of design. Finally, I suggest that a number of participatory and interactive design techniques be considered and integrated into the design process when employing a digital interactive design in museums. It is my contention that a design and communication theoretical approach, combined with an evaluation of practice, can further inform the creation of an assessment regarding the role interactive technologies play in the design of museum visitors' experiences.

The WALL – Creating an Interactive Design

Strategies for involvement and interaction in museums have increasingly become associated with Human-Computer-Interaction (HCI) and digital technologies, especially over the last 20 years (Witcomb 2006, 353; Heath and Lehn 2008, 2010, 268). Interactive design in museums is typically associated with fun, play and entertainment – experiences not usually associated with the traditional object-centred museum exhibition (Witcomb 2006, 354; Coats 2010, 1). First, digital interactive technology allows visitors to be active and employ individual choice, thus personalizing and adjusting their experience according to their own wishes (Cameron 2003). Second, digital media can be used to allow visitors to participate in and contribute to knowledge creation taking place at the museum. As such, interactive media builds on notions of being more democratic in the museological practise by empowering visitors and letting them participate in the narratives told. Finally, digital media are often regarded as having the potential to enhance communication with visitors and attract a greater number of diverse users – especially younger audiences. In this respect, their implementation also meets a “managerial demand for a product that would increase the museum's share of the market” (Witcomb 2006, 355).

This strategy is reflected in the development and implementation of the WALL. Through this exhibition the Museum of Copenhagen seeks not only to be actively present and visible in the city for a wider range of users, but also to connect the past with the present and for contemporary audiences. Ultimately, the Museum wanted to provide a platform for Copenhagen's citizens to explore their past and share their histories (Sandahl et al. 2011). Technically the WALL allows up to eight users at a time to interact and participate in a number of ways. Each of its four large multi-touch plasma screens presents a 2D/3D version of Copenhagen constructed as a collage from approximately 1600 images highlighting historical and current high points, locations and events associated with the city. Users can navigate this artificial cityscape and choose to recall earlier stages of the history of the capital, or they can search through images or films uploaded by the museum and other users.

By browsing and clicking objects or names of specific areas in this Copenhagen cityscape the user can gain access to image folders and film clips with more than 10,000 images uploaded from the museum's collections in addition to approximately 4,500 user-generated images uploaded by other users (by the summer of 2011 and continuously growing). Users are invited to create their own user profiles; they can send postcards, make video comments, take snapshots, and upload their own material either at The

WALL or, at home, from The WALL's webpage.² In mimicking participatory features from social media such as Facebook, Twitter, and Myspace, the intention is to attract new and younger audiences by allowing for personal perspectives, creativity, and sharing.

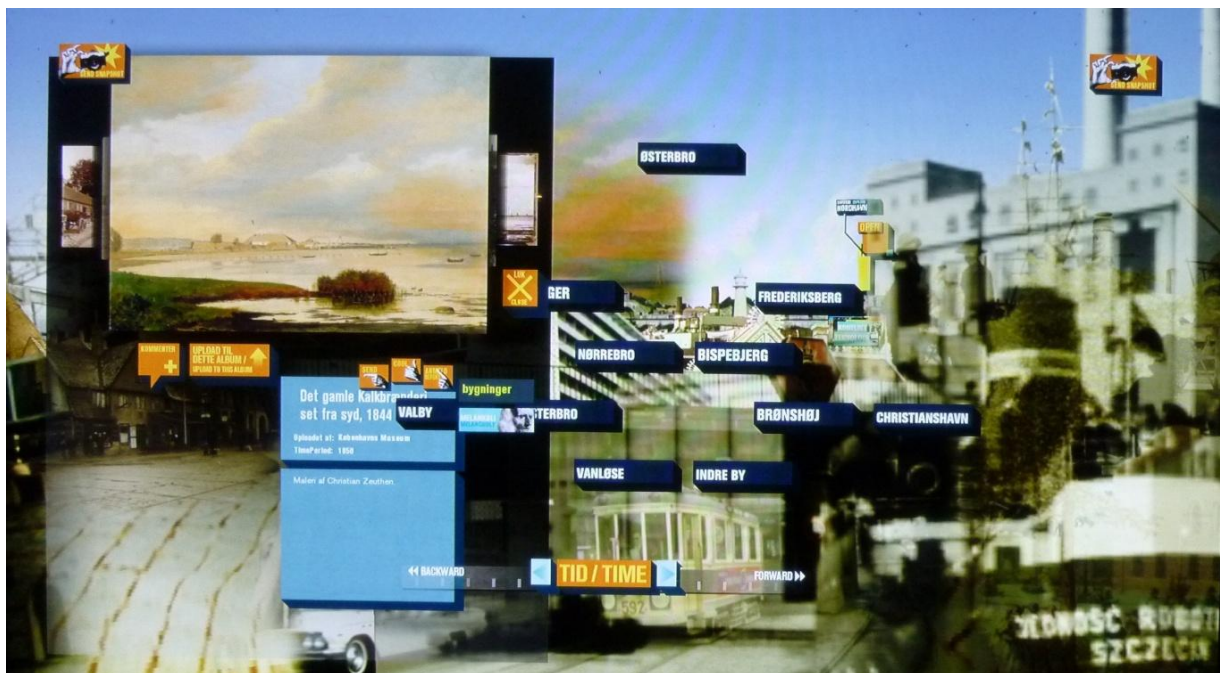


Fig. 2. Snapshot of the WALL's interface showing an open image folder and the time-line (photo: Maja Rudloff)

The design team described how, in developing the WALL, the interactive design challenge was to create a more layered and active experience using the Museum's collection as the core subject of the user experience (Sandahl et al. 2011, 5). Conceptually and physically, the WALL was designed across three integrated and interrelated dimensions of "time", "space" and "theme", which were developed to represent new ways in which the Museum's collections and various aspects of Copenhagen life played out.³ It was important for the designers to consider how to best facilitate easy and intuitive use and interaction. They decided that technology and graphic art should serve the concept, and that if they did not already exist, they would have to be invented (Sandahl et al. 2011, 5). Conceptualized to be intuitive rather than follow a traditional desktop widget and archetypical chronology, playfulness was a key concept. This represented a wish to switch the focus away from a static and solely visual form of representation (often associated with traditional object centred exhibitions) to an active, tactile and embodied form of experience (Sandahl et al. 2011). It was decided that the experience should be pluralistic; the WALL should afford a variety of experiences and uses, in addition to offering multiple levels of contemplation. As shown by the navigational structure (figure 3), the features and possibilities for navigation and interaction at the WALL are multilayered, multifunctional and vast, providing the users a variety of ways in which to interact with the WALL and individualize their experiences. The

² So far user generated images have only been uploaded from the webpage as uploads to the installation requires a memory stick and users do not seem to be carrying images around with them on a memory stick. All user uploaded images can be seen at both the WALL's webpage and the installation.

³ http://www.copenhagen.dk/en/whats_on/the_wall/what_is_the_wall/

information in the WALL's interface is not structured by traditional museum chronology or linearity; instead it is designed to give users a sense of drifting through the city.

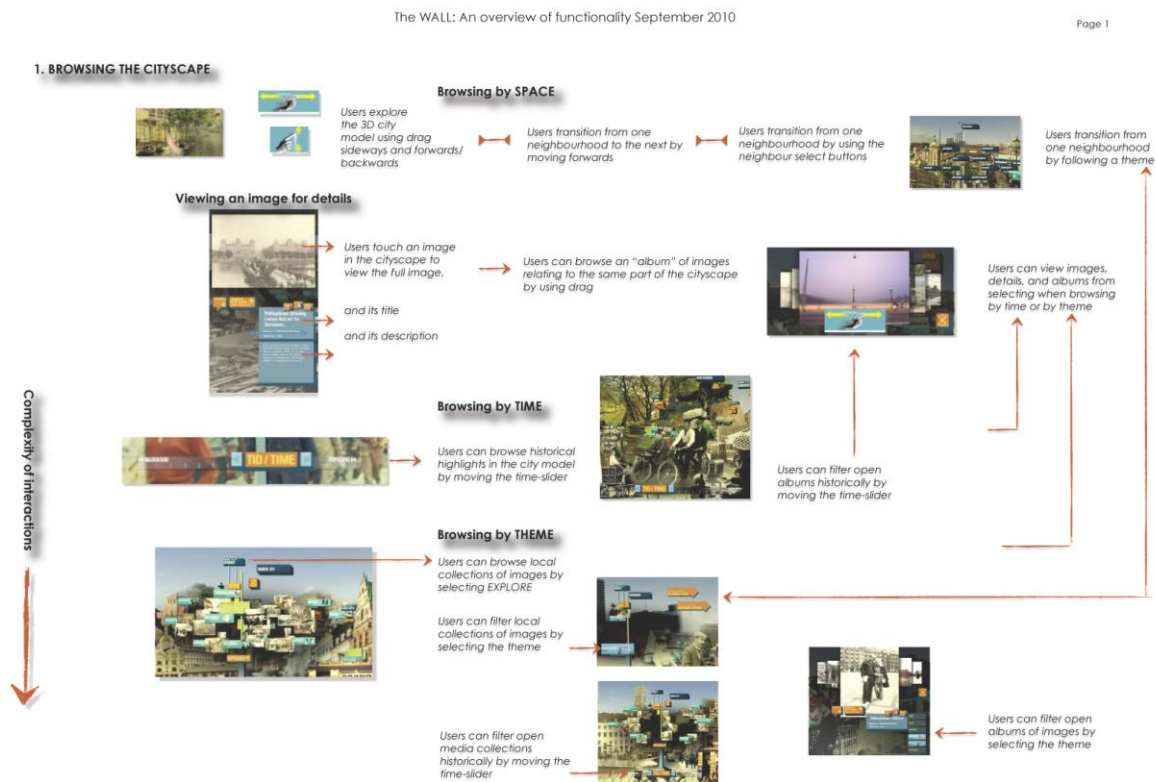


Fig. 3. Model displaying the various ways of navigating in the WALL (created by Gibson International)

The Attractions of a Dynamic Browsing System

In the view of Australian scholar Fiona Cameron, the advantage of an open browsing system such as the WALL's is that in theory, every visit can be different from the last. Users can follow their own paths and essentially create their own experiences based on their interests and the choices they make (Cameron 2003). This is supported by American scholar Olivia C. Frost when she states that "one of the primary attractions of browsing is that it allows users to recognize what is interesting rather than formulating a precise information query in advance." (Frost 2010, 242). According to Frost, an added advantage of browsing is that it can help users navigate without prior knowledge of subject matter. In this respect the creation of a digital browsing system can help fulfill a museums' wish to improve its communication with visitors and include users not familiar with museum subject matter. However, it could also be argued that such an open browsing system could potentially cause issues with intelligibility and lack of direction. In fact, this seemed to some extent to be the case with the users' navigation in the WALL.

While, in theory, the design and layout of the WALL support the concept of browsing outlined by Cameron and Frost, in reality, the many choices and advanced level of interaction proved to be a challenge for a large number of users. This seemed to result from the fact that the conceptual model of the WALL did not translate into the actual design in a – for the users – comprehensible way. In the following

sections I will outline and discuss the users' responses to the WALL, focusing on the "space", "theme" and "time" dimensions that the interface was structured according to.

Navigating In a Digital Cityscape

A misinterpretation of the WALL's design was first seen in some users' approach to the installation's touch screens. The users perceived navigation of the WALL's cityscape to be geographical, but found it hard to translate this feeling into reality after actually trying to navigate the interface. Although the screens technically allow navigation by using both vertical and horizontal hand movements and by clicking on certain images and elements in the cityscape, in most cases only the affordance of navigation by using horizontal hand movements was perceived by the users. The WALL is supposed to provide users with a sense of navigating through an actual cityscape, so there are no cursor-like indications on the screens that users can navigate with. The lack of any indication that users can click on the screen meant that when images or folders did open as a result of registered hand movement from the screen's touch system, it often came as an unintentional surprise to users.⁴ This misinterpretation of the interface design prevented users from finding much of the museum and user uploaded material that the WALL contains, including film clips and pictures from archaeological excavations. Although the idea that every user should be able to find all the material may not have been the museum's initial intention, it was what the users expected.

American computer theorist Donald A. Norman contends that the difficult part of design is formulating an appropriate conceptual model and then ensuring that everything else is consistent with it. In the article "Affordance, Conventions, and Design" Norman accounts for the concepts *real affordances* and *perceived affordances* where the first relates to the properties of the design, while the second relates to the use of the design in terms of what the users perceive that the design can do. In the view of Norman (1999, 39), the designer should care more about what actions the user perceives to be possible than what is true. He emphasizes that, "Affordances specify the range of possible activities, but affordances are of little use if they are not visible to the users" (Norman 1999, 41).

According to Norman, in the design of digital interfaces much of the discussion of affordances is really addressing what he calls cultural conventions and cultural constraints: "When designing a graphical screen layout, designers greatly rely on conventional interpretations of the symbols and placement" (Norman 1999, 40). In computing and graphic design, building on cultural conventions and constraints in the design process becomes particularly important when guiding users in knowing what to do and which actions are possible.⁵ Norman argues that, "By making the fundamental design model visible, users can readily (logically) deduce what actions are required. Logical constraints go hand in hand with a good conceptual model" (Norman 1999, 40). Design is a form of symbolic communication that works only if it follows a convention that can be both understood and easily perceived by the user (Norman 1999, 42). An example of a convention is, for example, when a cursor shape changes from arrow to hand shape to indicate clickable areas of a screen. Other conventions, some of which are used in the design of the WALL, could be the icon X for closing a browser window or the icon of an arrow indicating the affordance of scrolling back and forth. Such graphical depictions are learned conventions; they provide

⁴ It is important to note that – particularly in the first months of operation – many of the difficulties the users experienced at the WALL had to do with malfunctioning hardware: reflections in the screens made it hard to see the content in bright daylight, failures with the cameras controlling the touch-system lead to confusion in users due to lack of response when touching the screen, and as a general fact it is just hard to use a digital keyboard standing up.

⁵ See also Jon Kolko (2011) on this.

users visual information of possible actions. When, however, a user learns not to click unless they see the proper cursor form on the screen, they are following a cultural constraint (Norman 1999, 40).

Communicating Through the Use of Conventions

At first sight the WALL remediates, to some extent at least, the language and conventions of existing media: the multi-touch function of the screens copy the functionality of smart phones and tablets and the multimodality of the screens' layout – text, images, animations, and sound – also resemble new media and the Internet. As such the design of the WALL builds on a form of communication, a language of design, which the users should be somewhat familiar with from their everyday knowledge of interacting with existing media. Such experience-based knowledge is a semiotic necessity in order for users to engage and interact with new design such as the WALL at all, and in the user studies it did seem to guide the users' interpretation and use of the WALL to some extent. However, the users also encountered difficulties in their attempts to interact and participate.



Fig. 2. Users interacting at The WALL in Copenhagen

Norman's view of design as an act of communication that builds on cultural constraints and conventions is closely related to the social semiotics approach to design as interpreted and understood by semiotics professor Gunther Kress (2004, 2010). Kress' approach to multimodality considers graphic design a central activity in meaning-making, so he primarily focuses on how design represents and produces

meaning. Kress explains how graphic design builds on multimodal language and constitutes its own form of communication. It is the designers' placing of different signs and modalities in relation to each other – such as images, graphics, text and choice of elements such as form and colour – that constitutes the content of the message, much like how words relate to each other in a written or spoken sentence: “The sign [...] reflects the interests of its designer as much as the designer's imagined sense of those who will see and read the sign” (Kress 2004, 2). The particular choices the designer makes when creating the design help define how the design will ultimately affect the user's interpretation. This does not, however, imply that the designer can control the meaning-making process of the user. The “language” of graphic design always builds on culturally and socially shared codes and signs over which the individual has no control. This explains why the task of designing is such a sensitive undertaking – because it requires the designer to be thoroughly familiar with every component of the design, thus revealing the desired system image to the user.

Whereas Norman's primary concerns relate to a design's functionality and usability by looking at the logic it reveals, Kress is more concerned with the graphical constellation of modalities and how their interplay and interrelatedness translates into a message that can be decoded by viewers. Both forms of interpretation are socially coded and highly dependent on the user's previous knowledge. In digital and interactive museum design, the interplay between these two aspects becomes particularly important.

According to the design team the elements of the WALL's interface were designed to be “unique, fresh and intuitively accessible – rather than resembling recognizable Web or desktop application widgets – no windows, buttons or menus borrowed from Microsoft or Apple, but re-imagined afresh for the concept, content and functionality of the WALL” (Sandahl et al. 2011, 5). What was seen was that users related to conventions from media that they already knew, such as Web pages. They conceptualized the WALL with questions such as “Where is the front page?”, “How do I search?” and “How do I get back to where I just was?” Since the WALL has not been designed according to the principles of a website, it does not have a main or home page to function as a fixed point for users to return to when getting “lost” in the navigation. The WALL's 3D cityscape is the space that is navigated in and is entered by clicking directly on (some of) the images on the urban collage. From there, users can gain access to more in-depth information about the images they see. However, since there is no cursor to indicate which images in the collage are clickable and which ones are not, some users expressed confusion and frustration, wondering how they could access more information, how they could recall images previously seen or how they could “get around” the cityscape. As a result, many users in the user study either asked for a city map to help them navigate the WALL's cityscape, such as Google Maps with Street View with which they were familiar from the Internet.

Themes and Tags: Breaking Down Taxonomies and Building New Ones

Developing the WALL spurred much discussion amongst the museum professionals and designer about how to organize the vast quantity of images (user-generated and from the museum's collections) in the WALL, and to what extent they should be put into existing chronologies. Museum curator Jakob Parby described his opinions on the issue in an interview:

We had already early on decided that it was important that we didn't communicate in a museum-like language, meaning that the categories we used when tagging, for example, and the themes we worked with, that these weren't only about topography for example – and architecture and art and all these things which one would also be able to find in any bibliographical encyclopaedia. We wanted to explore new ways of thinking and very early

on this thing with the feelings came up, which has been a large subject for discussion along the way; well that it was important also to tag material with ‘hatred’ or ‘joy’ or something different from what would be expected in any regular encyclopaedia. The intention was to make it much, much more relevant to a larger segment of the population [...] It was a matter of priority really and we chose to prioritize the intuitive experience so to speak; to create something where you – without reading a lot, without having a long instruction or manual in advance on how to do things (Parby 2010)

Breaking down traditional taxonomies and hierarchies and creating a new set of themes and subjects around traditional archive images can allow for them to be interpreted in completely new ways (Cameron 2003). Furthermore, tagging allows users to participate in knowledge creation and meaning-making around collections that were previously defined solely by museum professionals. As such the concept of tagging is in line with contemporary thoughts of inclusion and democracy (Falk & Dierking 1998, Simon 2010, Witcomb 2006). In the case of the WALL what interested me was how these ideas translated into the design and to the users’ perceptions and interpretations of it as they were interacting.

In theory, browsing the WALL’s image folders by randomly following the themes and tags attached to the images could and sometimes did provide a completely new and playful way of searching for information. A system of serendipity where the user explores content and interests by following leads from folder to folder allows for engagement in a much less goal-oriented way. One could imagine a user following the theme “wrath” out of curiosity, even though she began her search by looking for “buildings”. This approach has the potential to create a serendipitous dynamic browsing system, a system where a user starts in one place and ends in another. This would provide users an opportunity to explore their own interests without necessarily formulating an exact information query in advance. People could be inspired to continue searching even after they have found what they were initially looking for.⁶

In the WALL, the predefined themes described by museum curator Jakob Parby only contain images if an image has been tagged by the museum or a user with this theme. In reality, this means that not all predefined themes have images attached to them. Consequently users could experience clicking on themes associated with images in folders without anything happening. When asked to elaborate on her “very intricate” experience at the WALL, one user explained by describing all the neighbourhood signs, tags and themes that she saw:

Incredibly many – I don’t know if you would call them tags – popped up. [. . .] and when I pressed them, it seemed like they had nothing to hide. I thought that the softer themes, like ‘hope’ and ‘love’, would be fun to explore, but was disappointed to find out that they were empty. . . nothing happened when I clicked on them.

The lack of (what users perceived as) logical interaction often created confusion, disappointment and irritation. One user described the empty themes as “dead links”, and another described the amount of tags and themes as “triple navigation”. This was, and is, further complicated by the fact that the WALL has no search functions from which to browse the image archive. The only way to gain access to the various images in the digital archive is to navigate the cityscape and to click on signs denominating different Copenhagen neighbourhoods. Each neighbourhood is further subdivided around local landmarks or so-

⁶ See e.g. Björneborn 2008 and Olivia C. Frost 2010 for further discussion. Based on user studies Swedish scholar Lennart Björneborn provides insightful research on the ways that different dimensions in the physical library interface may affect possibilities for serendipity in users’ information searching behavior. Olivia C. Frost explores serendipity behavior in museum online browsing systems.

called “upload stations” with image folders where images from museum archives, as well as from users, are stored topographically.

One focus group described their experience finding their images on the WALL as “complicated”, as it was difficult for them to find their way around, and their uploaded images would seem to “disappear”. As one of the focus group participants explained:

First of all I think that it is an amazing idea; the fact that the museum moves to the street and exhibit all the historic scenarios . . . but like you (addressing another focus group participant), I’m skating around at the WALL; I simply can’t figure it out, even though I’ve tried it three times. My mom was extremely lucky to find one of the images that I had uploaded. She couldn’t find it again the second time she tried, however, and she never found it again.⁷

Navigating in Time

The provision of moving in time in the WALL is provided both by the mix of historical and present time images in the cityscape and by a time-slide at the bottom of each screen. To the users in the user studies this was one of the most important and eye-catching functions of the WALL: the option to move back in time and discover Copenhagen in earlier times – maybe even get a historical glimpse of the neighbourhood where they currently lived. Accordingly, in the observations the time-slide was one of the most frequently used functions and it was often accompanied by comments such as “Oh look, it is like a time travel!” or led to conversations where users would instruct each other on how to move back in time.

From the graphic design perspective provided by Norman (1999), the conventional arrows at each end of the time-line were readily understood to afford pressing and consequently the users eagerly pushed the arrows to move back and forth in time. However, the response of the screens to the use of the time-line also often resulted in confusion. First of all, the time-line functions by sliding it and consequently the users who pushed the arrows did not get a response from the screens. Second of all, due to a lack of images from certain historical periods it was often the case that the cityscape did not change enough for the users to notice it. The users did not register either that the “movement of time” also concerns the image-folders, meaning that the images in a certain folder can be browsed by time – or maybe more importantly that the position of the time-line is decisive for the actual images shown in the image folders. Consequently, the pressing on the timeline arrows or time-slider were followed by comments such as: “It doesn’t work! It’s a little intricate, huh!? I don’t understand this! I can’t really figure out what happens when I do this?”

According to the qualitative studies, the users’ were divided in their descriptions of the WALL. Their positive responses were mainly related to the general idea that interaction, participation and a new and innovative way of presenting the city had been discovered. The fact that they could move back in time and recall old memories or experience the place where they now or once lived – in addition to the spectacular quality of encountering this large, interactive screen in the middle of the city – was fascinating to them. This fascination, however, went hand in hand with the frustration that users felt upon not being able to operate the installation. While some users expressed fascination with its layout, design and concept, they also expressed frustration in their lack of ability to operate the devices they experienced. The WALL’s technical function and design was simply too complex for many users, and a

⁷ Snitkergroup 2010

number of its functions were “hidden” or incomprehensible, despite the museum’s intention to create an accessible exhibit and make intuitiveness and playfulness a priority.⁸

When interacting with the WALL, instead of feeling included, some visitors felt estranged and belittled because they could not figure it out. Thus, in the user studies, some users blamed their unsuccessful navigation on their own inabilities and lack of technical skills; others got annoyed and even angry by what they felt was an illogical and incomprehensible user interface. Obviously, such reactions from users were unintentional and quite the opposite from the engaging and participatory experience which had motivated the creation of this installation.

Scaffolding the Digital Museum Visitor Experience

Based on the extensive and careful planning and development of the WALL the users’ responses seemed somewhat surprising. Despite the design teams’ intentions to create an open and playful environment these intentions did not translate into the design in a comprehensible way and consequently they were not perceived by the users. Following the theoretical insight provided by Norman (2010) and Kress (2004) it was clear that some miscommunication occurred between the designers, the design and the users and that these related to a lack of building on cultural conventions and constraints. From a design and communication perspective, it seemed that users of the WALL would have liked it to have a navigational structure that prevented confusion and random button-pressing (Coats 2010, 2).

In this respect insight from museum exhibition design might provide some practical guidance in the creation of a more structured experience. Employing the concept of scaffolding and transferring it to a museum context, the American exhibition designer Nina Simon⁹ contends that the creation of positive and fulfilling experiences for visitors – in addition to realizing the goals of interaction and participation – is not only a question of good intention, but also of good design. Simon believes that a good participatory design in museums is about setting clear goals and creating comprehensive scaffolding for the desired involvement of a museum’s visitors. She explains that all too often, museum educators feel they should deliberately remove any scaffolding to allow visitors to engage freely and to give them full control over their museum experience (2010). The problem with this approach, however, is that it creates an open-ended activity that may result in confusion. Users must have an idea of what the museum wants out of the visitor-museum interaction – and particularly out of participation, in the case where museums ask for contributions. The best interactive and participatory experiences are thus scaffolded to best help people feel comfortable in their activities.

In discussing successful and unsuccessful interactive and participatory design cases from different cultural institutions Simon presents a range of empirically based participatory and interactive design techniques to improve the flow of information between institution and users. Simon describes such techniques as additive methods that supplement traditional didactic content presentation (Simon 2010, 7). Although Simon does not present a readymade structure of how best to scaffold a design it becomes clear

⁸ It is important to acknowledge that designing cutting-edge technology around the presentation of museum collections requires experimentation. Many of the user-experienced challenges at the WALL stemmed from the fact that the exhibition featured new, unfamiliar technology developed and custom-made specifically for the purpose of this museum.

⁹ The concept of *instructional scaffolding* was originally introduced by learning theorists Wood, Bruner and Ross (1976) and Vygotsky (1978). It basically explains the benefits of support in the learning process, in terms of the more experienced (e.g. a teacher) teaching the less experienced (e.g. a student). The concept proved to be applicable in different theoretical areas and has since been developed and used in a number of different learning contexts.

from her presented and discussed case studies that employing such design techniques concerns working with principles such as clarity, simplicity, structure and – much in line with Norman (1999) – constraints. In fact, constraints to Simon seem to be the primary technique since “constraints help simplify and create meaning” (Simon 2010, 20). In the view of Simon the best designs are typically quite simple and they let visitors interact and participate in a way that adds meaning to the institution and the user alike. Although Simon does not particularly engage with the specifics of digital design it is easy to see how some of the simple guidelines she suggests can be employed to ease and structure the navigational path of interaction design. The WALL already provides some of the features highlighted by Simon, such as providing different levels and options of participation and interactivity thus catering to a broad number of users (2010). However, based on the qualitative studies, it seemed the structure of the design needed some clarification. In this respect a few adjustments could be suggested to help guide and structure the visitors’ experience.

Suggesting Features to Help the Flow of Communication

In its application of the latest technology, and its inherent potential to create and provide different experiences, The WALL has the potential to engage users’ in new and exciting ways. However, based on insights provided by this article’s analysis a number of corrections could be suggested which could help structure and ease the users’ interpretation and navigation in the WALL. Following the qualitative user study carried out at the WALL in 2010-2011, I already suggested a number of changes to be made to the design of the WALL, some of which included:

- Implementing a search function to facilitate the navigation of content that the users demand
- Simplification of the time-line function in order to make it clear to the users what they can expect to happen in terms of change of scenery and historical material when they use this feature
- Adding a help function directly on to the screen (Rudloff 2011)

Based on the further studies undertaken since and presented in this article, I would further suggest to:

- Provide a digital city map to help ease navigation in the cityscape. This could be a simple traditional style bird’s eye view geographical “road map” to structure the navigation from one location in the WALL’s cityscape to another
- Strengthen the technical navigation and comprehensibility by providing navigational tools from existing well-known everyday media use such as the Internet or smart phones; for example by providing an option to “go back” to the previous location in the WALL’s cityscape
- Reducing the abundance of features; to start with by removing the “theme buttons” which hides no material as this adds to the users’ confusion

In this respect it is essential to note that since the undertaking of my user studies in 2010 and 2011 changes *have* been made by the design team to the graphical design of the WALL. These include:

- Clickability: when activating elements of the cityscape they now light up first, indicating that they are clickable. This feature is supposed to provide users an understanding of why something opens when browsing the cityscape

- Navigation: a search function, a city map (allowing users to click on neighbourhoods) and the option to log in has been implemented. These features are intended to meet the users' request for smoother navigation and also to help users find their uploaded images.
- Time-slide: this has been deactivated. Instead the media-clouds – containing all the archival material of the WALL – have been organized to display all the images chronologically. This becomes visibly evident by the fact that the older material is black and white while more recent material is in color. By browsing towards the black/white images you move back in time.
- Tagging and themes: Tags as links have been deactivated. The tags of each individual media/image are still shown but are no longer clickable – preventing the experience of “pressing on “dead links”. A thematic circle has instead been added to each media cloud. By clicking on one of the themes a new cloud opens containing all media tagged with that theme. This allows users to either browse the media clouds by topography, time, and/or themes.

Based on the abovementioned theoretical discussion it would seem that some of these corrections could actually provide some of the clarity, simplicity, structure and constraints that the users were asking for. However, as no new user studies have been undertaken since, it is not yet possible to say if these new functions are assisting users according to their intentions.

In this section I have suggested that a number of simple techniques related to the concept of scaffolding can be used as tools for the creation of connection and flow in an interactive design. At the same time, it supports meaning-making within the individual user (Simon 2010). Scaffolding, in other words, has the potential to support the creation of an inclusive and reflexive space without letting go of a playful atmosphere, which is what the Museum of Copenhagen aimed for when employing an interactive design in their communication with visitors.

Usability over Technology

According to interaction designer Jon Kolko “design is a work of function, and language, and meaning. Through visual and semantic language, a designer must create a design that assists the viewer not only in experiencing a particular emotion but also in truly understanding the content” (2011, 14). Following this understanding of design, the interface of interactive design serves as an intermediary layer that determines how users approach and interact with museum content. This underlines the importance of a comprehensible design when employing digital components in museum exhibits. Based on the user studies discussed in this article, it became clear that if the users do not understand the layout and functionality of an interactive design, this will not only prevent them from having a fun and meaningful participatory experience, it will also keep them from fully engaging with the computerized museum content and subject matter (such as digitized archives and collections, historic knowledge and narratives communicated by the museum). The user's ability to decipher functionality becomes the means to actually appreciating the content that the museum is attempting to share. As stated by British museum researchers Christian Heath and Dirk vom Lehn: “What happens at the ‘exhibit face’ is critical in this regard since it is in and through the actions and interaction of the participants that they come to encounter and engage exhibitions and various forms of information that are communicated” (2008, 87).

As communication and computing technologies have increased in speed, function and capability and decreased in size and cost (Kolko 2011, 16), they have also increasingly found their way into museums where they can now help fulfil the growing desire to create interactive, participatory and entertaining experiences for museum visitors. Digital media can effectively engage, support and even deepen museum

visitor experiences. The user benefits of digital media was one of the main findings in a 1998 paper presented by museum visitor researchers John Falk and Lynn Dierking. In this study, however, visitors still felt that while digital technologies could enhance their experiences and increase their options and choices, they also found the digital components too difficult to use (Falk & Dierking 1998, 6). The complexity of computing technologies have rapidly increased since this study (as have use and knowledge of Information and Communications Technologies (ICTs)). As interaction designer Jon Kolko observes, based on his experience with technological development in general consumer goods, “While this digital component frequently increases the overall utility of the product, it also serves to increase the complexity of the user experience” (Kolko 2011, 16). Maybe this is why a growing body of literature now suggests that museums should carefully consider their goals and their outcomes when employing interactive design in their communication with visitors (Witcomb 2006; Keitel 2010). Stating that “current interfaces in museum exhibits tend to highlight the use of the technology over the message”, Alejandra Mery Keitel points to the importance of maintaining a balance in the level of technical difficulty, and taking into consideration the level of digital literacy for most museum visitors when implementing digital tools in exhibitions. As digital technologies increasingly become integrated into museums’ communications with visitors, a focus on usability and user reception is essential. Building on the premise that users want to reach a goal, not use a computer, when interacting with digital design, Donald A. Norman (1999), advocates placing the human – as opposed to technology – at the centre of design. Thus, when designing a digital project, it is vital to carefully consider the effectiveness of the communication tools being used and to relate them to the audience’s level of digital competence (Kress 2004, 5).

Concluding Remarks

In the previous I have given a framework which shows that when museums engage in digital and interactive communication careful attention to the physical design of a project is important. The conceptualization, shape and features of a digital and graphic interface design influence how users receive and make meaning from the information presented (Norman 1999; Kress 2004, 2010). In museums digital, interactive designs are rarely just about the design itself: its function is to communicate about museum collections, art and heritage in a positive and motivating way. It is the interface design which controls the users’ access to this content. Museums should not cease to engage visitors through the employment of digital, interactive technologies or limit creative, innovative or experimental designs. Rather, the case I have presented shows an encouraging potential for museums to create meaningful and personalized experiences for their visitors. However, building on insights from user studies at the WALL, museums must carefully consider the complexity of user participation with new technologies (such as interactive touch screens) and graphic multimodal design. Although they may be exciting and valuable tools for engaging visitors and creating new experiences of collections, their potential to make an exhibit’s design and conceptual framework too complex may prevent visitors from having the fun, positive interactive experience that museums desire for their visitors. Based on the insight provided by the study of this Danish case, I have presented a number of concerns to be taken into consideration when engaging in dialogue with visitors through a highly technical, innovative, interactive and participatory design. I have argued that to prevent confusion and support meaningful interaction the flow of communication between designer, design and user needs to be clear. In order to create clarity of communication some features and structural guidelines stemming from communication and design theory (Norman 2010; Kress 2004; Simon 2010) can be deducted and employed. These relates to basic techniques such as clarity, simplicity, structure and constraints. Although in this study these techniques

are discussed in relation to a concrete case, they build on basic and universal considerations and as such they can be employed in the creation of other designs.

References

- Björneborn, Lennart. "Serendipity Dimensions and Users' Information Behaviour in the Physical Library Interface." *Information research* 13, no. 4 (December 2008). <http://informationr.net/ir/13-4/paper370.html>.
- Cameron, Fiona. "Digital Futures I: Museum Collections, Users, Information Needs, and the Cultural Construction of Knowledge." *Curator* 46, no. 3 (July 2003): 325–340.
- Coats, Ann. "Who or What Are Museums For? The Essence of the Museum Message." *The International Journal of the Inclusive Museum* 3, no. 1 (2010): 1–22.
- Falk, John H. and Dierking, Lynn D. "Understanding Free-Choice Learning: A Review of the Research and its Application to Museum Web Sites." Paper presented at Museums and the Web: An International Conference, Toronto, Ontario, Canada, April 22-25, 1998. http://www.museumsandtheweb.com/mw98/papers/dierking/dierking_paper.html
- Frost, Olivia C. "When the Object is Digital: Properties of Digital Surrogate Objects and Implications for Learning." In *Museums in a Digital Age*, edited by Ross Parry, 237–243. London: Routledge, 2010.
- Heath, Christian and Lehn, Dirk vom. "Configuring 'interactivity': Enhancing engagement in science centres and museum". *Social Studies of Science*, 38/1 (63-91). London: Sage Publications, 2008. DOI: 10.1177/0306312707084152.
- Heath, Christian and Lehn, Dirk vom. "Interactivity and Collaboration: New Forms of Participation in Museums, Galleries, and Science Centers." In *Museums in a Digital Age*, edited by Ross Parry, 266–280. London: Routledge, 2010.
- Keitel, Mery Alejandra. "The Role of Interactive Technologies in Designing Meaningful Exhibition Experiences: An Informing Design Probe." *The International Journal of the Inclusive Museum* 2, no. 4 (2010): 91–109.
- Kolko, Jon. *Thoughts on Interaction Design*. Burlington, MA: Morgan Kaufman Publishers, 2011.
- Kress, Gunther. *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. London: Routledge, 2010.
- Kress, Gunther. *Reading Images: Multimodality, Representation, and New Media*. Paper presented at the Preparing for the Future of Knowledge Presentation conference, Institute of Design, IIT Chicago, IL: 2004. <http://www.knowledgepresentation.org/BuildingTheFuture/Kress2/Kress2.html>.
- Norman, Donald A. "Affordance, Conventions, and Design." *Interactions...* 6, no. 3 (May/June 1999): 38–43.
- Parby, Jakob. Personal interview by Maja Rudloff, carried out on June 3, 2010 in Copenhagen.

- Rudloff, Maja. "VÆGGEN: digitale, interaktive oplevelser i et byrum". In *Det interaktive museum*, edited by Kirsten Drotner, Christina P. Weber, Berit A Larsen, & Anne Sophie W. Løssing, 79-101. Frederiksberg C: Samfundslitteratur, 2011.
- Sandahl, Jette, Parby, Jakob Ingemann, Smith, Allan, Thorbek, Jakob, Broe, Lotte Kryger. "Taking the Museum to the Streets." Paper presented at Museums and the Web 2011: The International Conference for Culture and Heritage On-line, 2011.
http://www.museumsandtheweb.com/mw2011/papers/taking_the_museum_to_the_streets.
- Simon, Nina. *The Participatory Museum*. Santa Cruz: Museum 2.0, 2010.
<http://www.participatorymuseum.org/read/>
- Snitkergroup. Unpublished user study reports and video recordings of focus group interviews. Copenhagen: The Museum of Copenhagen, 2010.
- Witcomb, Andrea. "Interactivity: Thinking Beyond." In *A Companion to Museum Studies*, edited by Susan MacDonald, 353–361. Oxford: Blackwell Publishing Ltd., 2006.
- Wood, D. J., Bruner, J. S., and Ross, G. "The Role of Tutoring in Problem Solving." *Journal of Child Psychiatry and Psychology* 17, no. 2 (1976): 89–100.

Artikel 4

Rudloff, M. (2013). Det medialiserede museum. Digitale teknologiers transformation af museernes formidling. *Mediekultur*, 29 (54). (Upubliceret)

Det medialiserede museum

Digitale teknologiers transformation af museernes formidling

Abstract

Gennem de sidste årtier har digitale teknologier fået en stigende og mere betydningsfuld plads i museernes kommunikation og formidling. Denne artikels påstand er, at museumsformidlingens digitalisering kan ses som resultat af en medialiseringssproces, der kan kædes sammen med et kulturpolitisk og museumsteoretisk fokus på digital formidling, hvor brugeroplevelse, interaktivitet og deltagelse er centrale begreber. Artiklen argumenterer for, at de digitale mediers anderledes kommunikations-, repræsentations- og receptionsformer, samt de interaktive og sociale handlemuligheder, de faciliterer for brugerne, rejser en række dilemmaer i museernes formidling og forholdet til brugerne. Det konkluderes, at relationen mellem museum, samling og brugere kan ses ændret på forskellig vis ved mediernes mellemkomst, og at den sociale handling, som museumsbesøget traditionelt udgør, er transformeret og til dels indordnet nye medieskabte former for kommunikation og handlen. I et mere overordnet perspektiv kan artiklen ses som et bidrag til en fortsat diskussion af den rolle, som museerne skal indtage i et medialiseret samfund.

Indledning

Gennem de sidste tyve år har museernes formidlingspraksis samt de ideer, denne praksis er bygget på, ændret sig.¹ Ideen og tanken om museet som et sted, der huser samlinger (til brug for forskning), er i stigende grad erstattet af tanken om museet som et middel til at kommunikere med offentligheden og spille en mere aktiv rolle i samfundet (Larsen & Ingemann, 2005; Lund, 2009; Christensen, 2009). I forbindelse med dette paradigmeskift er der sket en markant orientering væk fra genstand mod beskuer, fra samling mod formidling. Det er en orientering, der har medført større interesse i og forståelse for den besøgendes oplevelse. Digitale teknologier har i den forbindelse fået en voksende og mere betydningsfuld plads i museerne både som hjælpemiddel til at udføre museumsfaglige opgaver, der vedrører indsamling og registrering, som kommunikationsform med brugerne online og i det fysiske museum, og som hjælpemidler til fortolkning af museernes samlinger. Udviklingen i digitale teknologier hænger sammen med det anderledes fokus på formidling i museer. Museerne har naturligvis altid formidlet deres samlinger, men formidlingsbegrebet, der før var knyttet til et mere monologisk og docerende dannelsesideal, kædes i dag sammen med dialogiske egenskaber, der er relateret til digitale teknologier.

Med afsæt i den påstand at museumsformidlingens digitalisering kan ses som resultat af en medialiseringssproces, undersøger denne artikel, hvilken indflydelse medialiseringen udøver på hidtil kendte relationer mellem museum, samling og bruger: Hvad sker der med vante repræsentations- og receptionsformer af museernes samlinger, når museumsformidling bliver digital? Hvilke muligheder og dilemmaer rejser mediernes anderledes potentialer for dialog og virtuel tilstedeværelse for museerne og for museernes brugere? Hvilke implikationer har det med andre ord for museernes formidling, at "... information and communication technologies now mediate every dimension of society" (Livingstone, 2009, p. 2)? Med afsæt i disse spørgsmål er formålet med artiklen at bidrage til en teoretisk og empirisk viden om de forandringer og transformationer af mere fundamental institutionel karakter, som implementeringen af digitale teknologier i museernes formidlingspraksis har medført.

Det analytiske blik, der anvendes, er medialiseringsteoriens. Den danske medieforsker Stig Hjarvard betegner medialiseringen af samfundet som værende et af det moderne samfunds centrale forandringsprocesser (2008a, p. 281). Hjarvard er én af flere centrale forskere (bl.a. Couldry 2007; Krotz, 2005, 2007; Livingstone, 2009; Lundby, 2009; Schulz, 2004), der er med til

at tegne det medialiseringsteoretiske felt i disse år. Medialiseringsteorien undersøger, hvordan medier, og de anderledes kommunikations-, perceptions- og omgangsformer, de medfører, implicerer social og kulturel transformation. I den forstand er medialiseringsteorien egnet til at støtte en udforskning af, hvilke anderledes sociale relationer, kontekster og handleformer, museernes digitale formidling afføder. Medialiseringsteoriens styrke er, at den forstår mediernes påvirkning af samfundet som en overordnet meta-proces, og i den forstand som én blandt mange senmoderne transformationsprocesser, samtidig med, at den insisterer på et snævrere mikro- og mesoanalytisk sigte for at forstå omfanget og implikationerne af disse transformationer.

Med afsæt i en medialiseringsteoretisk fortolkningsramme struktureres analysen over tre hovedområder – *brugeroplevelse*, *interaktivitet* og *deltagelse* – som er centrale i den kulturpolitiske diskurs og i museumslitteraturen om museernes digitale formidling. I Danmark udgør museumspolitikken den normative ramme, inden for hvilken museernes dispositioner udspiller sig, og forandringer i museumsinstitutionen har derfor også rod i forandringer i det kulturpolitiske felt. Jeg vil derfor, efter en introduktion til det medieteoretiske blik, jeg anlægger, argumentere for, at et øget politisk diskursivt fokus på digital formidling har været medvirkende til at accelerere digitaliseringen af museernes formidling i praksis. Det skal i den forbindelse præciseres, at *digitalisering* her henviser til den praktiske transformation af analogt kulturarvsmateriale til et digitalt format med henblik på at tilgængeliggøre dansk kulturarv – en proces, der pågår i bredt omfang i danske kulturinstitutioner i disse år (Kulturministeriet, 2009)². *Medialisering* derimod er et teoretisk begreb, der – på linje med andre meta-begreber som globalisering, modernisering, individualisering (Hjarvard, 2008a, 2008b; Krotz, 2007; Schulz, 2004) – er centralt at bruge som analytisk linse til at forstå, hvilken indflydelse medierne har på samfundets kulturelle og sociale institutioner.

Digital formidling har fået en central rolle i de senere års museumsfaglige diskurs om museernes status og rolle i samfundet. Bortset fra enkeltstående publikationer som *Theorizing Digital Cultural Heritage. A Critical Discourse* (Cameron & Kenderdine, 2007) og den danske forskningsantologi *Digital formidling af kulturarv. Fra samling til sampling* (Lund m.fl., 2009) mangler der imidlertid stadig kritiske diskussioner af de udfordringer og dilemmaer, som digitalisering af museerne rejser. I den forbindelse kan artiklen her betragtes som et nuancerende indspark til medialiseringdiskussionen, hvor mediernes indflydelse på museet er katalyseret af en ændret kulturpolitisk orientering, som på samme tid reflekteres i den museumsfaglige litteratur.

De analytiske omdrejningspunkter er som nævnt identificeret ud fra en gennemgang af hovedtemaerne i den politiske diskurs og i museumslitteraturen. Derfor udformer artiklen sig overvejende som en teoretisk analyse, der undervejs eksemplificeres af konkrete eksempler fra den danske museumsverkelighed. Artiklens overvejelser og diskussioner henter dog også vigtig empirisk inspiration i et større brugerstudie på Københavns Museum fra 2010-12, hvor jeg har undersøgt brugernes reception og anvendelse af et stort digitalt formidlingsprojekt og fulgt med i museets refleksioner og overvejelser i samme forbindelse. Efter analyserne og inden den afsluttende opsamling rundes artiklen af med en kort perspektivering, der argumenterer for en gensidig transformations- og påvirkningsproces, hvor museet ikke bare kan ses medialisere, men også omvendt øve indflydelse på samfundet via en musealisierung.

Der findes ikke en entydigt accepteret definition af *nye medier*, så det skal her præciseres, at jeg ved omtale af nye medier refererer til digitale teknologier, som tillader interaktiv og multimodal kommunikation (lyd, billeder, tekst, animationer m.m.). Her er for det meste tale om online og mobile teknologier, men blandt artiklens eksempler på digital formidling i (primært) danske museer er også interaktive installationer, som ikke nødvendigvis er online, selvom de bygger på digitale teknologier.³ Det er vigtigt at understrege, at jeg med prioriteringen af nye medier ikke dermed antyder et brud eller en diskontinuitet mellem de såkaldt nye og gamle (masse)medier (som fx radio og tv). Min afgrænsning skal snarere ses som en refleksion over, at

såvel den politiske diskurs som museums litteraturen identificerer nogle særlige, transformerende egenskaber og potentialer i de nye digitale medieformer.

En medialiseringsteoretisk tilgang

Mediatization involves processes of social *changes*. These changes may have the character of *transformations*, as the changes incurred by the media may change the direction, the form, or character of the actual social or cultural activities (Lundby, 2009, p. 11).

Inden for medialiseringsteorien adresserer man spørgsmål om, hvorledes mediernes stadig stigende udbredelse i vores sociale liv og vores samfundsinstitutioner ikke blot medvirker til at mediere – og dermed repræsentere og konstruere – betydning, men derimod integrerer sig i vores dagligdag på en måde, hvor de aktivt er med til at skabe nye sociale strukturer og handleformer (Hjarvard, 2008a, 2008b; Krotz, 2005, 2007; Schulz, 2004; Lundby, 2009). Medialiseringsteoriens mål er således dels at kunne beskrive overordnede udviklingsretninger i samfundet på tværs af forskellige kontekster dels gennem konkrete analyser at kunne demonstrere mediernes indflydelse på forskellige institutioner og dagligdags sfærer af menneskelig aktivitet (Hjarvard 2008b, p. 113; Hepp, Berg & Roitsch, 2011). Medialisering skal ikke forstås som lineære processer eller ensliggørelse på tværs af institutioner og samfund. Den tyske medieforsker Andreas Hepp argumenterer netop for, at selvom medialiseringer processer deler fællestræk på tværs af forskellige kulturelle områder og sociale institutioner, er konsekvenserne af medialiseringen ikke nødvendigvis ens. Effekten og graden af medialisering afhænger derudover af egenskaberne ved de specifikke medier, der er tale om. Værdien af medialiseringsteorien ligger ifølge Hepp i dens evne til at "link these detailed studies to a more general analysis of media power within cultural change" (Hepp, 2009, p. 154). På den baggrund må medialiseringer processer undersøges gennem komparativ empirisk analyse af adskillige forskellige kulturelle felter. Dette er da også netop hvad den danske medieforsker Stig Hjarvard gør: I bogen *En verden af medier* analyserer Hjarvard med afsæt i mediesociologien medialiseringen af politik, sprog, religion og leg. Det er i forlængelse af sådanne konkrete analyser, at en analyse af museets medialisering bliver relevant, og således prioriteres særligt Hjarvards udlægning af medialiseringsteorien i artiklen. Museer kan forstås som eksempler på en samfundsinstitution, en kontekst, hvor sociale roller "tilbydes, forhandles og udleveres (performs) inden for særlige rammer" (Bruhn Jensen, 2000, p. 8).

I modsætning til begrebet *mediering*, som "vedrører den konkrete kommunikationshandling gennem et medie i en specifik, social kontekst" (Hjarvard, 2008a, p. 30), skal medialisering, ifølge Hjarvard, anskues som en længerevarende proces, "hvor igennem institutioner og interaktionsmåder ændres i kultur og samfund som følge af mediernes øgede betydning" (2008a, p. 30). Hjarvard anlægger først et institutionelt perspektiv på medialiseringen og udpeger den dernæst som en særlig samfundsmæssig situation, "hvor medierne på én og samme tid har selvstændiggjort sig til en institution i samfundet samtidig med, at de på afgørende vis sammenvæves med andre institutioners virke" (2008a, p. 23). Følger man denne optik, betegner medialisering således ikke "enhver proces, hvor medierne påvirker samfund og kultur" (Hjarvard, 2008a, p. 23). Medialisering peger på en "*særlig periode og tilstand* i kultur- og samfundsudviklingen, hvor mediernes logik får en særlig fremherskende indflydelse på samfundets øvrige institutioner" (Hjarvard, 2008a, p. 23). Hjarvards medialiseringsteori kan altså på linje med flere andre medialiseringsforskeres udlægges som en slags helhedsorientering, der forsøger at begribe de makrosociologiske tendenser, som betinger medialiseringen, samtidig med at indvirkningen identificeres på meso- og mikroniveau gennem institutionel analyse. Netop dette perspektiv på medialisering gør teorien særligt velegnet at anvende som overordnet fortolkningsramme af museet som institution, hvilket da også er denne artikels perspektiv. I forbindelse med de konkrete analyseafsnit om oplevelse, interaktivitet og deltagelse er det

nødvendigt dels at inddrage en række museumsforskere, der kan supplere den teoretiske forklaringsramme på museumsinstitutionelt niveau, dels at trække på et bredere spektrum af medie- og kommunikationsteori, der kan bidrage til nuancering af de muligheder og dilemmaer digitale teknologier har rejst i museerne. Slutteligt er det vigtigt at præcisere, at hvor Hjarvard formulerer sin medialiseringsteori med afsæt i de forandringer, der opstår i samspillet mellem de gamle massemedier og nye, digitale medier og disses fælles indflydelse på samfundet, vil artiklen her, som nævnt indledningsvis, fokusere på de nye medier og den indflydelse, de har haft på relationen mellem museerne, samlingen og brugerne. Afsættet er en positionering af museernes digitale formidling i den kulturpolitiske dagsorden.

Medialiseret museumspolitik

Det kulturpolitiske fokus på digitalisering har haft praktiske konsekvenser for museerne siden en revision af museumsloven fra 1984, hvori der blev stillet krav om digital registrering af kulturarven. Ifølge den gældende museumslov fra 2001 (revideret i 2006) er danske statsejede og statsstøttede museer forpligtet til at indsamle, registrere, bevare, forske i og formidle dansk kunst, kultur- og naturarv (i det følgende sammenfattet under betegnelsen "kulturarv")⁴. Opmærksomheden mod digitalisering er fortsat op gennem 1990'erne og i begyndelsen af det nye årtusinde, hvor formidlingsaspektet, ifølge forskningschef på Det Informationsvidenskabelige Akademi (IVA), Hans Dam Christensen (2009, pp. 99-100), har fået stadig mere vægt i forhold til museets øvrige lovfæstede forpligtelser. Christensen identificerer to spor i museernes digitaliserings- og formidlingsproces, som følger i kølvandet på de kulturpolitiske satsninger (2009, p. 111): Til at starte med fungerede den digitale registrering og dokumentation primært som et højtspecialiseret arbejdsredskab for museets fagpersonale. Dette indadvendte blik medførte først et fokusskifte fra det konkrete til det digitale objekt og fra fysiske til virtuelle samlinger. Dernæst fulgte et mere udadvendt blik rettet mod formidlingen til publikum (Christensen, 2009, pp. 114-15). Denne forskydning mod en større brugerrettethed falder sammen med de nye mediers muligheder for anderledes formidling og dialog med publikum. På museerne er der altså skabt mulighed for, at kulturarven både *digitaliseres* og *medieres* på nye måder. Samtidig er der sket en *medialisering* af de praksisser, som museet driver institution på. Det ses både indskrevet i den lovgivning, som museerne er underlagt, og det manifesterer sig rent praktisk. Ser man på det museumspolitiske lovgrundlag alene, er det imidlertid tydeligt, at der stadig mangler mere kritiske refleksioner over kvaliteten og dybden af den oplevelse, det digitale forventes at kunne give.

Kulturpolitisk prioritering af digital formidling

I Danmark eksemplificeres medialiseringen af museumslovgivningen først og fremmest gennem det politiske fokus på udvikling af digital museumsformidling: et fokus, der bl.a. ses i Kulturministeriets og Kulturarvsstyrelsens publikationer om emnet. Rapporten *Udredning om museernes formidling* fra 2006 har dannet vigtigt afsæt for de senere års kulturpolitiske prioriteringer samt for de igangværende forhandlinger om en ny museumslov. I udredningen anbefaler det af Kulturministeriet nedsatte formidlingsudvalg, at "der ydes tilskud til nye og eksperimenterende udstillingsformer og formidlingsprojekter" under forudsætning af, at der på museerne "sker en sammentænkning af forskellige digitale og fysiske formidlingsformer" samt at "projektets virkning og modtagelse hos museumspublikummet" dokumenteres (Kyed m.fl., 2006, p. 98). En sådan sammentænkning af formidlingsformer begrundes bl.a. med, at "disse typer formidling er [...] med til at forny institutionens rolle og forholdet til borgerne i formidlingen af kulturarven, hvilket kan være et redskab til at få nye brugergrupper i tale" (Kyed m.fl., 2006, p. 116). Det er ifølge udredningen "vigtigt, at museerne forholder sig til brugernes oplevelser for at kunne kommunikere med publikum på en måde, som kan skabe gode oplevelser af kunst, kultur- og naturarven" (2006, p. 82) og yderligere påpeges det, at integrationen af forskellige digitale formidlingsformer i museumsrummet er en udvikling, der

bidrager til "at brugerne i højere grad bliver aktive i formidlingssituationen." (2006, p. 116). Det anføres altså, at digitale medier i særlig grad kan være den katalysator, der fornyr de danske museers forhold til brugerne, idet det formodes, at det digitale i højere grad end den traditionelle museums- og genstandsoplevelse fornyr brugernes oplevelse og muliggør interaktivitet og brugerinddragelse.

Eventuelle dilemmaer, som den digitale formidling potentielt set vel også kunne rejse, diskuteres ikke i udredningen. Man savner således mere kritisk stillingtagen til fx de ressourcer, det kræver internt for museerne at allokere mere fokus over i digital formidling eller til betydningen for de anderledes repræsentations- og receptionsformer, som digitalisering implicerer. Er digital interaktivitet (aktivering af brugerne) altid ønskelig? Og hvad ønsker brugerne selv? Selvom det naturligvis må betragtes som positivt, at der efter udredningen for første gang blev afsat midler specielt til museernes formidling, henstår stadig en række udebatterede spørgsmål, hvad angår den digitale formidling.

Udredningen dannede grundlag for den efterfølgende *Formidlingsplan*, som implicerer syv udpegede indsatsområder med tilhørende støtteordninger og puljer, der bl.a. støtter udviklingen af museernes digitale formidling. Der er afsat over 40 millioner kroner om året fra 2007 til at gennemføre formidlingsplanen, som skal skabe øget adgang og kendskab til kulturarven for danske borgere. Da hovedparten af danske museer er enten statsejede eller statsstøttede, udgør kulturpolitikens økonomiske støtteordninger en væsentlig faktor for museernes virke i Danmark. Medialiseringen af museernes formidling er således drevet fremad via væsentlige kulturpolitiske prioriteringer og økonomiske incitament. Den politiske dagsorden og diskurs bliver i den forstand katalysator for den formidlingspraksis, som udledes på museerne (Skot-Hansen, 2009, p. 51).

Den digitale museologi – praksis og teori

Digital kulturformidling er ifølge den danske kulturarvsforsker Niels D. Lund "blevet et mantra" (2009, p. 21), der fremhæves i politisk-strategiske sammenhænge og behandles fra forskellige faglige vinkler. Inden for museumsforskningen er den såkaldt "nye museologi" opstået som en selvstændig genre, der på teoretisk og praktisk vis forsøger at begribe museernes transformation samtidig med, at den på håndgribelig vis markerer de store institutionelle forandringer, som museer har undergået de sidste årtier (Vergo 1989; Larsen & Ingemann, 2005). I den forstand, pointerer Christensen, har "den traditionelle museumsforståelse, hvor samlingen spillede den primære rolle, faktisk været under forandring længe" (2009, p. 103). Reelt kan det være svært at adskille teori og praksis i museumssammenhæng, fordi begreberne, der anvendes, ofte er både teoretisk og praktisk orienterede – de informerer og påvirker hinanden (Hooper-Greenhill, 2004; Larsen, 2001).

Det senere år har set fremvækst i, hvad jeg her vælger at kalde en "digital museologi": en undergenre af museologien, der beskæftiger sig med det digitale som særligt forskningsfelt. Antallet af konferencer og forskningspublikationer, der fokuserer på digital museumsformidling, antyder det markante fokus, der er kommet på medialiseringsspekter af museers formidling og på nye mediers betydning i den sammenhæng: *Museums and the Web* er fx en årligt tilbagevendende konference siden 1997 og *Nordic Digital Excellence in Museums Conference* (NODEM) har haft seks afholdte konferencer siden 2003. Beskrivelser af museer som *transformative* (DREAM-konferencen maj 2012), *inklusive* (*The Inclusive Museum Conference* august 2012), *interaktive* (Drotner m.fl., 2011), *digitale* (Din & Hecht, 2007), *engagerende* (Black 2005), *genopfundne* (Anderson, 2004), *deltagende* (Simon, 2010), *post* (Hooper-Greenhill, 2004), *nye* (Larsen & Ingemann, 2005), *forandrede* (Lumley, 1990; Hein, 2000) og *konstruktivistiske* (Hein, 1998) markerer et fundamentalt skifte i forestillingerne om, hvad museer er, kan og skal være. Samtidig er det tydeligt, at terminologien, der anvendes til at tematisere museers formidling, semantisk trækker på et vokabularium, der ofte bruges til at beskrive digitale teknologier og herunder de forandrede sociale rum og handlemuligheder, som særligt nye

medier har faciliteret. Hertil kommer, at museernes publikum og besøgende både i den politiske diskurs og den teoretiske museologi i stigende grad refereres til som *brugere*, hvilket i kommunikationsteoretisk forstand markerer et skifte fra at tænke på modtagerne af museumsformidlingen som passive recipienter til at tænke på dem som aktive deltagere. Museumsforskningen har således i sig selv undergået en medialisering i den forstand, at forskningens emner og tematiseringer indoptages fra og relateres til brugen af nye medier. Denne medialisering har været influeret af strømninger i andre videnskabelige grene, herunder samtidig kommunikations- og medieforskning, hvor en forståelse af et "aktivt publikum" er blevet udviklet (Hooper-Greenhill, 2004, p. 562). Det indebærer, at publikum ikke længere ses som passive modtagere af mediebudskaber, men at de selv betragtes som aktive medskabere i betydningsprocessen.

I en stor del af museums litteraturen synes der, i lighed med den kulturpolitiske diskurs i øvrigt, at herske en fælles konsensus om, at nye medier besidder nogle særlige træk og funktioner, som kan opfylde museernes ændrede behov for inddragelse og dialog. De træk har jeg, som allerede nævnt indledningsvis, af analytiske hensyn opsummeret i hovedområderne *brugeroplevelse, interaktivitet og deltagelse*, hvis potentialer og dilemmaer for transformering af relationen mellem museum, samling og brugere skal diskuteres i de følgende afsnit.

Brugeroplevelsen – fra én fortælling til mange fortolkninger

Nye medier har ændret ved mulighederne for, hvordan viden om museernes samlinger kan organiseres og præsenteres samt for brugernes adgang til og omgang med den viden. Digitalisering flyttede i første omgang formidlingens fokus fra det fysiske til det digitale objekt og fra fysiske til virtuelle samlinger (Christensen, 2009, p. 114), men det var en proces, der skete sideløbende med et opstående behov for nye kommunikationsformer og midler til at formidle fortiden på, end den traditionelle historiske udstilling var eksponent for (Hooper-Greenhill, 2004). I artiklen "Formens semantik – en teori om den kulturhistoriske udstilling" (1997) giver kulturhistorikerne Camilla Mordhorst og Kitte Wagner Nielsen en karakteristik af den nedarvede, dominerende repræsentations- og kommunikationsform, som den analoge, kulturhistoriske udstilling typisk anvender. Bl.a. gør den analoge udstilling typisk brug af en kronologisk opbygning, tiltaleformen er belærende, og gennem fremlægning af originale objekter fra enkeltstående historiske perioder og/eller begivenheder tilstræbes et udsagn om objektivitet. Udstillingen forekommer at være afsenderløs, og den besøgende inddrages ikke i udstillingen, som tværtimod foregiver at tale på menneskehedens vegne. Idealet er, at historien fortæller sig selv ved hjælp af genstandene: at genstandene i sig selv udtrykker en betydning eller fortæller en (iboende) historie. I en senmoderne museumsvirkelighed, hvor museerne mødes af krav og ønsker om dialog, gensidig meningsudveksling og multifacetterede, individualiserede oplevelser, er formen – som i øvrigt slet ikke tidligere blev opfattet som en form eller orden, "men som en helt igennem fornuftig systematik" – blevet en "spændetrøje" for kuratorerne (Mordhorst & Nielsen, 1997, p. 16). Den klassiske orden eksisterer stadig, men den udfordres i stigende grad af behovet for og ønsker til andre formidlingsformer.

Digitalisering af samlinger og arkiver kan medføre nedbrud af gældende taksonomier og hierarkier og kaste lys over det konstruktivistiske aspekt af tidligere tiders måder at organisere viden på. Nye teknologiers muligheder for at annotere, emneopdele og søge på tværs kan skabe nye meningssammenhænge og hjælpe til at se samlinger i et nyt og mere nuanceret lys. Netop fordi digitalisering giver brugerne valgfrihed i deres informationssøgning, fremhæves digitale medier også ofte i formidlingsdebatten for de muligheder for individualisering og personliggørelse, som de tilbyder (Lund, 2009; Skouvig, 2009; Cameron, 2003). Den australske museumsforsker Fiona Cameron beskriver, hvordan for eksempel online søgesystemer har fremmet brugernes søgevalg og åbnet op for en "udvidet fortolkningsramme" (2003, p. 327), som hun bl.a. beskriver således:

With hypertext and other forms of information architecture, curators are able to present a range of narratives linked to other texts and resources. The arbitrary nature of the museum's voice is acknowledged through the inclusion of other voices and sources. An oversimplified interpretation of the history of objects is altered by engagement with pluralistic narratives, validation of alternative views on collections, and a shift to self-perception and analysis through interactivity (Cameron, 2003, p. 333)

Selvom Cameron specifikt adresserer databaser, er det nemt at se, hvordan digitale mediers facilitering af vidensorganisering på måder, der bryder med traditionelle, hegemoniske kronologier, kan kædes sammen med en bevægelse væk fra ensidige fortælle- og repræsentationsformer, hvor museet som autoritet præsenterede den korrekte udlægning af fortiden. Frem for én fortælling er der – helt på linje med en poststrukturalistisk tankegang – mulighed for mange fortællinger, når fortolkningen lægges ud til brugerne. Omvendt behøver de to repræsentations- og receptionsformer dog ikke være gensidigt udelukkende – fra et brugerperspektiv i alt fald: I en undersøgelse gennemført af Cameron (2003) efterspurgte brugerne stadig det overblik og den ekspertbaserede viden, som den klassiske, moderne, kronologiske fremstillingsform indeholder. Det understøttes i min egen brugerundersøgelse af Københavns Museums digitale formidlingsprojekt VÆGGEN, hvor brugerne – trods de fordele, som de også anerkendte, at den individualiserede og personliggjorte søgning i et digitalt arkiv kan give – samtidig forventede autentisk, autoritativ og ”sand” information (Rudloff, 2012). Det antyder, at debatten om digitale versus traditionelle museale formidlingsformer må nuanceres, i det øjeblik brugerne inddrages og spørges.

Det er dog tydeligt, at den af museerne efterstræbte flersidede og polysemiske fortælleform kan understøttes af mediernes ofte multimodale oplevelsesmodi. Hertil kommer et væsentligt nytolkningsaspekt, idet enhver medieret gengivelse kan betragtes som en remediering, der præsenterer det gengivne i en ny formidlingskontekst (Bolter & Grusin, 1999). Som den danske medieforsker Jack Andersen påpeger: ”digitaliseringshandlingen både genfortæller og skaber en ny fortælling” (2009, p. 67). Digitaliseringens genfortælling åbner således også op for en klassisk diskussion om original/kopi.

Original eller digital?

Når museerne digitaliserer deres samlinger og stiller dem til rådighed på fx internettet, sker der noget med repræsentationen af genstandene og dermed med receptionen og fortolkningen af kulturarven. Digitalisering har genintroduceret spørgsmål om aura, original og autenticitet og om oplevelsen af den oprindelige og ægte genstand versus den digitale kopi (Cameron, 2003; Witcomb, 2007; Smith, 2006). Problemstillingen blev rejst allerede i starten af 1900-tallet med Walter Benjamins berømte artikel *Kunstværket i dets teknisk reproducerbarheds tidsalder* (1936). Det var en debat, der blussede op igen med internettets opkomst, i første omgang i form af bekymring over, hvorvidt det digitale helt ville flytte museets fokus eller endda overflødiggøre museet til fordel for digitale samlinger eller virtuelle museer (Skot-Hansen, 2009). Debatten om en eventuel cybermuseumologi blev imidlertid hurtigt afløst af andre problematikker vedrørende museernes virkemåde og status i samfundet i takt med, at det blev tydeligt, at digitale medier blev integreret i museernes formidlingspraksis snarere end erstattede dem. I forhold til medialiseringen af samfundets institutioner er det ifølge Hjarvard generelt karakteristisk, at virtualiseringen sjældent er total, og at institutionerne i de fleste tilfælde beholder en fysisk base som det vigtige grundlag for social praksis:

What is new is that these places and buildings now interplay with virtual places and spaces, and the reality and forms of interaction that take place in the virtual world will also have consequences for social praxis in the physical locality (2008b, p. 129).

Museer har i den forbindelse måttet forholde sig til dilemmaer, der bl.a. vedrører forholdet mellem fysisk genstand og digital repræsentation.

I forhold til genstandsrepræsentation og -reception, er der ingen tvivl om, at oplevelsen af en tredimensionel fysisk genstand er anderledes end oplevelsen af dens todimensionale digitale gengivelse.⁵ Et stadigt voksende forskningsfelt i materialitet og nærvær i relation til museumsoplevelsen fremhæver i den forbindelse fysiske objekters særlige potentiale for at skabe engagerende og affektive kropsligt funderede oplevelser (fx Taylor, 2010; Smith, 2006; Paris, 2006). Det er da også blevet fremført, at netop dét som museet kan og skal overleve og differentiere sig på i et digitaliseret og oplevelsesøkonomisk samfund, er den originale genstand (Paris, 2006; Smith, 2006), mens det af andre fremføres, at de forskellige oplevelsesmodi ikke nødvendigvis bør opfattes som værende i et konkurrenceforhold, men at de kan berige og supplere hinanden (Frost, 2010, p. 244; Witcomb, 2007). Den australske forsker Andrea Witcomb er modstander af det binære skel, som ofte sættes mellem den virtuelle og materielle verden i museumsformidlingen, hvor det digitale enten ses som en trussel imod den etablerede museumskultur og praksis eller som midlet, hvorigennem museet kan sikre sin egen fornyelse og overlevelse ind i det 21. århundrede. Gennem analyse af digitale installationer i museumsudstillinger argumenterer hun for, at disse kan "...enable the creation of a physical, mental, and emotional space which prepares the audience for a sensitive re-reading of those objects that are on display" (Witcomb, 2007, p. 46). Det digitale forstås således her som en mulighed for at udvide og udbygge oplevelsen af det fysiske objekt samtidig med, at det lægger op til en ny form for interaktion, hvor det digitale og det fysiske, frem for at blive defineret i et modsætningsforhold, spiller sammen. Et eksempel på et sådant samspil, hvor der med den digitale formidling skabes viden om en fysisk genstand, som ellers ville være svært tilgængelig for brugeren, kan ses på Kulturhistorisk Museum i Randers: Her har man skabt et runestensprojekt, hvor avanceret digital teknologi arbejder med stenens udseende og form og kulminerer i et interaktivt spil, hvor den besøgende skal 'sparke' runerne på plads på stenen, således at stenens historie (og ellers uforståelige runeskrift) genfortælles i en nudansk version. Man kan argumentere for, at det er i sådanne samspil mellem det fysiske og det virtuelle, at de rigtigt store potentialer for den digitale museumsformidling ligger, fordi der her skabes et kompromis mellem en formidlingsforankring i museumssamlingens fysiske genstande og behovet for dialog, nytolkning, læring og oplevelsesbaseret formidling. I takt med at digitale teknologier og viden om brugerne udvikler sig, er der potentiale for, at flere af sådanne samspil kan kreeres.

Museumsoplevelsen i 3D

Alligevel, eller måske netop af den årsag, genaktualiseres autenticitets- og genstandsdebatten, som teknologierne udvikles og forfines. For, som Christensen polemisk antyder, er den repræsentationsteknologiske virkelighed i dag den, at mange objekter, som også er tilgængelige i det fysiske udstillingsrum, opleves bedre ved hjælp af digital teknologi (2009, p. 106). Christensen peger selv på eksemplet Mona Lisa, Leonardo da Vincis berømte renæssancemaleri, som hænger på Louvre i Paris. Billedet er gjort tilgængeligt på websiden *Mona Lisa. A Scientific Examination* (projektet fra 2006 er en del af National Research Council of Canada's projekt *Picture Perfect Science*), hvor bl.a. infrarøde billeder viser en detaljerigdom, som det for det første ville være umuligt at se med det blotte øje. For det andet er det spørgsmålet, hvorvidt den besøgende overhovedet kan se billedet særligt tydeligt på dets fysiske placering bag tykt pansomglas og den omkransende menneskemængde, der typisk er at finde foran maleriet (Christensen, 2009, p. 106). Et andet eksempel er Google Art Project som med højteknologiske værktøjer har filmet såvel udstillingssale som kunstværker i en række af verdens mest prominente museer, heriblandt Statens Museum for Kunst. Udover at give brugere hjemmeadgang til at besøge museer i verdensdele langt fra deres egen, er tanken yderligere, at det skal give dem en mere dynamisk oplevelse af at bevæge sig rundt på museet end fx søgning i

et digitaliseret museumsarkiv kan give. Kunstværkerne er fotograferet i meget høj opløsning, og en højtudviklet zoom-teknologi betyder, at brugeren kan komme langt tættere på billedet, end det ville være tilfældet i det fysiske museumsrum. Det er i dag yderligere muligt at forestille sig, at forfinelsen i udviklingen af digitale teknologier fører til, at digitale simulationer i eksempelvis 3D kan træde i stedet for genstande, som af konservatoriske hensyn er for skrøbelige til at blive udstillet. Tilgængeligheden til samt mulighederne for at opleve museernes genstande og en fælles kulturarv er altså udvidet fundamentalt ved mediernes mellemkomst.

Interaktivitet – et udvidet begreb

Interaktivitet fremhæves ofte i forbindelse med nye medier, fordi interaktiviteten bliver lettere, hastigere og mere en-til-en, samtidig med at de giver brugerne mulighed for at skabe indhold (Lievrouw & Livingstone, 2006, p. 7; McMillan, 2006). Som den tyske medieforsker Winfried Schulz præciserer: "the interactivity of the new media turns recipients into communicators" (2004, p. 94). Ifølge den danske medieforsker Jens F. Jensen "bruges begrebet 'interaktivitet' eller sammensætningen 'interaktive medier' oftest til at betegne et bestemt træk ved disse nye medier, der sætter en forskel i forhold til traditionelle medier" (1997, p. 45). Det betyder ikke, at analoge medier som tv og radio ikke besidder et interaktivt potentiale, men snarere at mulighederne for interaktivitet er udvidet med nye medier, hvor brugerne også kan være medskabere af indhold (McMillan, 2006, p. 215). Interaktivitet er således ikke et nyt begreb, og dets anvendelse i forskellige sammenhænge komplicerer forståelsen af, hvad det egentlig er, nye medier kan og dermed også konsekvenserne af deres anvendelse i fx museumsformidling. I en indkredsning af begreberne interaktion og interaktivitet lokaliserer Jensen begrebernes oprindelse i tre forskellige fagtraditioner, der automatisk implicerer forskellige forståelser for deres indhold og anvendelse: Kort sagt vedrører "interaktion" inden for sociologien ansigt-til-ansigt interaktion mellem to mennesker (Jensen, 1997; Krotz, 2005, p. 2). Inden for informatikken og medievidenskaberne bruges både "interaktion" og "interaktivitet" til at beskrive forskellige former for kommunikativ udveksling mellem brugere og medier (CMC) eller mellem bruger og maskine (HCI) (Jensen, 1997; se også Krotz, 2005, p. 3). I en museumskontekst kan alle tre former for interaktion/interaktivitet sameksistere i museumsbesøget (ligesom digitale, interaktive projekter kan designes således, at de specifikt understøtter flere oplevelsesformer). Hvorvidt de sameksisterer, afhænger bl.a. af de digitale mediers evne til at facilitere forskellige former for interaktion på samme tid.

Forskudte interaktionsformer

Tanken om interaktion mellem museernes samlinger og de besøgende er ikke ny (Witcomb, 2004, p. 353), men der er sket nogle forskydninger i, hvordan interaktivitet forstås og praktiseres på museerne. Museumsforskerne Christian Heath og Dirk vom Lehn påpeger, at begrebet "interaktivitet", når det anvendes i en museumskontekst, i dag i stigende grad synes at referere til menneskers interaktion med teknologier (HCI), hvilket de tilskriver de seneste års øgede implementering af digital formidling i museerne (2010, p. 267). Undersøgelser viser, at den sociale dimension af museumsbesøget er et både definerende – og for brugerne vigtigt – træk ved det traditionelle on-site museumsbesøg. Hovedparten af museumsbesøgende besøger således museet i par eller grupper, med hvem de interagerer, henter information fra, lærer af og sammen med under besøget (Heath & Lehn, 2010; Howes, 2007; Falk & Dierking, 2000; Moos & Lundgaard, 2010).

Flere museumsundersøgelser peger på, at visse former for digitalt baseret interaktivitet ikke altid understøtter social interaktion, deltagelse og samarbejde mellem brugere (Heath & Lehn, 2010; Keitel, 2010). Det ses i formidlingssituationer, hvor interaktiviteten frem for at være interpersonel rettes mod digitale standere og skærme i udstillingen, eller ved audiovisuel formidling via mp3-afspillere eller smartphones, hvor brugernes opmærksomhed rettes mod et lydspor eller mod gps-styret information på den håndholdte skærm. Hvor den direkte

interaktion med mediet giver brugeren lettere adgang til museernes information, og hvor samme interaktion (mellem medie og bruger) altså tillader individet større valgfrihed og udbygning af personlige interesser, er der i nogle tilfælde en risiko for, at dette sker på bekostning af den sociale interaktion brugerne imellem. Eftersom den direkte ansigt-til-ansigt interaktion mellem brugere anses for vigtig i særligt læringssammenhænge (bl.a. Falk & Dierking 2000), må dette betragtes som et væsentligt dilemma. Selvom der i de senere år har været en større interesse for, hvordan digitale teknologier kan designes, så de understøtter den sociale dimension af museumsbesøget (Ciolfi, Bannon & Fernström, 2008), mangler der stadig viden om, hvordan digital interaktion påvirker sociale dimensioner af besøget.

Databasen: fra historisk kilde til kommunikationsform

I forlængelse heraf kan man mere kritisk spørge til, hvad der sker med kvaliteten af museumsoplevelsen, når mødet med museet foregår udenom det fysiske, ekspertformidlede besøg. Den amerikanske museumsforsker Olivia C. Frost argumenterer netop for, at selvom interaktivitet mellem brugere og digitaliserede online museumsdatabaser kan medføre frugtbare læringspotentialer, så kan det være et problem, at hjemmebrugeren ikke kan gøre brug af den ekspertise, som museumspersonalet repræsenterer til at underbygge sin søgning og viden om de museumsobjekter, der fremsøges. Den danske kulturhistoriker Laura Skouvig påpeger, at formidlingsperspektivet ændrer sig, når fx arkivmateriale, hvis primære tidligere funktion var "at være blot et reservoir til brug for forskning eller bearbejdning til endeligt resultat af historikeren" transformeres til online database, fordi "den autoritet, som faghistorikeren har kunnet hævde – som den der kan forstå, fortolke og formidle det fragmenterede kildemateriale – forsvinder, når kildematerialet direkte tilgængeliggøres" (2009, p. 84). Dilemmaet aktualiseres af, at en ny og stadigt voksende gruppe af borgere kun informerer sig via digitale medier. Kulturarvsstyrelsens webbrugerundersøgelse fra 2010 identificerer således en helt ny gruppe af webbrugere, som kun besøger museer online, og dermed aldrig er i umedieret kontakt med museumspersonalet (Moos & Lundgaard, 2010, p. 8).

Selvom Frost og Skouvig fremhæver websteder og online databaser, som de mest oplagte eksempler på et problemfelt, hvor den museumsfaglige støtte er forsvundet i fortolkningssituationen, gælder den ikke blot internettet. På in-situ kulturarvssteder (fx arkæologiske udgravninger eller på byvandring) er en personlig guide ikke længere nødvendig. Det medfører stor fleksibilitet for brugerne, som ikke skal tilpasse sig et skemalagt tidspunkt for oplevelse af kulturarven.⁶ Håndholdte guides og gps-styrede mobiltelefoner fjerner imidlertid også det personlige led i kommunikationen, idet de tillader uledsagede omvisninger – både on-site og off-site – hvor brugerne fx modtager information på deres smartphones eller mp3-afspillere. Teknologiuudviklingen åbner mulighed for, at museet kan møde brugerne mange steder, og der ses stadigt flere eksempler på, at brugerne kan opleve museet uden for museumsbygningens traditionelle rammer, hvor musealt indhold kan tilgås fra en formidlingskontekst, der er meget ulig den traditionelle museumsudstillinger. I de tilfælde er det tidligere personlige ekspertformidlede møde mellem museumssamling og bruger dog udskiftet af et medie, som potentielt ændrer karakteren af den viden, der formidles.

Museumsbesøgets allestedsnærværelse

Inden for globaliserings- og modernitetsforskningen er det bredt anerkendt, at digitale teknologiers allestedsnærværelse har ændret fundamentalt på mulighederne for kommunikation og derved også på mulighederne og formerne for social interaktion på tværs af tid og rum (Lievrouw & Livingstone, 2006, p. 6; Bruhn Jensen, 2000, p. 14). Ifølge Hjarvard er det et af medialiseringens centrale karakteristika, at medierne tilføjer "an *expansion* of the opportunities for interaction in virtual spaces and a *differentiation* of what people perceive to be real" (2008b, p. 111). For museerne medfører denne ophævelse af tidslige og rumlige grænser, at brugerne ikke længere er forhindret af åbningstider og fysisk tilstedeværelse, når de ønsker at

benytte sig af museernes formidlingstilbud. En samtidig museumsforståelse må altså søge at begribe praksis som én, der bevæger sig i flere rum på samme tid. I takt med at museer ved mediernes mellemkomst spreder sig ud over de traditionelle arkitektoniske rammer for museumsbesøget, ændrer det forholdet mellem museet og dets brugere. Den rumlige og kontekstuelle forskydning i museernes og brugernes kommunikative interaktion implicerer, at museet entrerer brugerens rum frem for, som tidligere, at brugerens besøg, og dermed reception og fortolkning, foregik i et rum, der var organiseret af museet. En konsekvens heraf er, at hvor det traditionelle bygningsbaserede museum kunne kontrollere museumsbesøgets fysiske kontekst (omend naturligvis ikke museumsgæstens reaktion på denne kontekst), så mister museet mulighed for at påvirke de omgivelser, som udgør den rumlige præmis for de besøgendes reception og betydningskabelse, når besøget sker på afstand (online) eller i en anderledes fysisk kontekst (Parry & Arbach, 2007, p. 282).

Deltagelse – en demokratiseret vidensform?

Vores sociale liv er siden internettets fremkomst blevet stærkt påvirket af medier, der giver os mulighed for at dele viden og information samt danne og opretholde sociale fællesskaber på tværs af afstande. Kommunikationsformerne har ændret sig med de nye medier, bl.a. fordi digitale medier tillader deltagelse ad flere kanaler og fra forskellige aktører på én gang. Det betyder, at både afsender og modtager kan influere på kommunikationen og meddelelsen (Hjarvard, 2008a, p. 41). Netop dette aspekt ved de nye medier har haft afgørende indflydelse på tanker om det demokratiske potentiale, som digitale teknologier indbefatter. Det gælder også for museerne.

Debatten præges her af ideer om teknologien som det ultimative redskab til fri udveksling af viden og opnåelse af demokrati og frihed. Denne antagelse kan synes paradoksalt taget i betragtning, at deltagelse på internettet og sociale medieplatforme generelt følger et 90-9-1-princip, som implicerer, at 90 pct. af brugerne blot modtager, 9 pct. kommenterer eller tilføjer, og 1 pct. skaber materiale – et fænomen som usability-eksperten Jakob Nielsen kalder "participation inequality" (Nielsen, 2006). Der er ingen anledning til at tro, at deltagelsen i web-faciliterede museumsprojekter skulle være større (Simon, 2010). Det rejser spørgsmål om, hvem man egentlig når med anvendelsen af online teknologier i museumsformidlingen? Mere generisk kunne man spørge til, hvor demokratiske digitale medier i virkeligheden er?

Et dilemma, som stadig sjældent rejses i forskningslitteraturen, der vedrører digital brugerinddragelse på museer, er, at den frem for at inkludere, tværtimod direkte kan udelukke befolkningsgrupper, som ikke har adgang til det nødvendige udstyr, ikke har de fornødne færdigheder, eller ganske enkelt ikke har lyst til at deltage på den måde. Spørgsmålet om digitale teknologiers evne til demokratisering adresseres i medieforskningen fra en mere generel og makro-orienteret position i den såkaldte "Digital Divide"-debat. Debatten problematiserer allokering af og tilgang til digitale ressourcer på såvel nationalt som internationalt plan, og det fremføres, at digitale medier kun er demokratiske i den forstand, at alle har lige adgang til dem og den videndeling, de faciliterer (Schulz, 2004, p. 96; Couldry, 2007, p. 384). Man kan altså hævde, at nye medier kan udelukke nogle brugere, som ikke kan deltage i museets digitale tilbud, enten fordi de ikke evner eller måtte ønske det, eller fordi de ikke besidder værktøjerne eller kompetencerne.

Nye perspektiver på samlingen

Ikke desto mindre er der de senere år kommet et større fokus på de muligheder for brugergeneret indsamling, som digitale medier tilbyder. Hvor interaktivitet giver brugerne mulighed for at udøve personlige valg i deres museumsbesøg, tillader deltagelse deciderede bidrag fra brugerne, som derigennem får indflydelse på de narrativer, som museet repræsenterer, og dermed på den viden om en fælles kulturarv, der skabes og videregives. Disse videndelende egenskaber ved nye og sociale medier har givet museer mulighed for at

skabe kontakt til lokalsamfund, samfundsgrupper og interessefællesskaber og åbnet et potentiale for udveksling på tværs af kulturer, geografi og generationer (Frost, 2010, p. 239). De muligheder for selvpublicering, som digitale medier stiller til rådighed, gør det muligt for museer at invitere langt større og mere differentierede grupper af brugere til at bidrage med deres eget materiale. Ydermere kan invitation til deltagelse medvirke til at ændre museernes image i den bredere befolkning.

Når brugere inviteres til at deltage, kan det skabe ny viden om og nye perspektiver på museernes samlinger (Rudloff, 2012). Deltagelse kommer i mange former og grader fra, at brugerne kan tage og kommentere på museers materiale, til at brugerne selv skaber indhold eller uploader billeder til museet (Simon, 2010; Løssing, 2009). Et fællestræk for intentionerne bag digitale outreach- og indsamlingsprojekter er, at brugerne skal tildeles flere handlemuligheder og mere indflydelse på tilskrivningen af betydning om en fælles fortid. Struer Museums Byskriveren og Københavns Museums VÆGGEN er eksempler på projekter, hvor brugerne, og i særlig grad lokalbefolkningen, inviteres og opfordres til at bidrage til de respektive byers historie med personlige erindringer, anekdoter, digitalt materiale og kommentarer til eksisterende materiale.⁷ Fælles for begge projekter er i øvrigt, at de er til stede på flere platforme og således møder brugerne både online og som fysisk møde via digitale interaktive skærme i henholdsvis museets fysiske udstilling (Byskriveren) og i byrummet (VÆGGEN). Inddragelse af brugerne kan bringe museet tættere på sit publikum, men brugerinddragelse påvirker også organisationen indadtil på flere måder, fordi de medfører nogle helt nye udfordringer og arbejdsprocesser, hvor det museumsfaglige personale må afgive autoritet og indtage en mere faciliterende rolle, hvor de skaber rammerne for, at brugerne kan bidrage og komme til orde. Det ses bl.a. eksemplificeret på Københavns Museum, hvor en museumsinspektør har været ansat næsten udelukkende til at styre opgaver og aktiviteter relateret til det digitale formidlingsprojekt VÆGGEN.

Når museerne giver brugerne adgang til at deltage, sker der altså en forskydning i de sociale aktørers handleformer og -muligheder. At balancen mellem museum og brugere skifter, betyder ikke nødvendigvis, at den bliver lige eller tildeles lige værdi (Henning, 2006, p. 91; Hjarvard, 2008a, p. 41). Det modtagende museum har stadig den primære autoritet i forhold til emnevalg, udvælgelse og tilgængeliggørelse af det brugergenererede materiale og dermed den meningssammenhæng, som disse bidrag repræsenteres i. Ifølge Hjarvard skal dette ulige forhold ses som en afspejling af, at deltagerne i enhver social interaktion, uanset om denne er medieret eller ej, "altid indtræder i og udøver sociale roller, og at de i kraft af disse roller har forskellige muligheder for at påvirke interaktionens forløb og resultat" (2008a, p. 41). Også i museernes daglige praksis kan dette forhold ses helt konkret eksemplificeret ved, at det i langt overvejende grad fortsat er dem, der beslutter, hvilken kulturarv, der skal indsamles, bevares og registreres samt herefter digitaliseres og eventuelt fremvises på museets hjemmeside. Det ses fx sjældnere, at brugerne har indflydelse på, hvad der skal bevares eller på kuratoriske processer – medmindre det er en del af et specifikt formidlingsprojekt. Mediefaciliteret deltagelse har dog potentialet til at ændre ved museernes relation til deres brugere og give indtryk af at være mere inddragende og inkluderende institutioner.

Ændrede relationer: fra autoritet til facilitator

Brugerdeltagelse på museer rejser samtidig en række problematikker, der særligt vedrører spørgsmål om autoritet, kvalitet og relevans. Forskning viser, at museumsbesøgende har høje forventninger til museers originalitet, integritet og ekspertise samt til kvaliteten af den formidling og de oplevelser, som de kan få på museet (Dierking & Falk, 1998). Traditionelt har det været således ifølge Frost, at "when an object or unit of information resides in a collection, that collection serves a filtering or sanctioning role" (2010, p. 243). Museumsbesøgende stoler på museernes ekspertise i udvælgelsen og organiseringen af den kulturarv, der fremvises offentligt. Den ekspertviden, som museet står for, har traditionelt været med til at forsikre

brugerne om, at de genstande og værker, som de kan se på museumshjemmesider, i udstillinger eller andre formidlingsammenhænge er blevet nøje udvalgt på baggrund af deres kvalitet, repræsentativitet eller andre kriterier (Frost, 2010, p. 243; Dierking & Falk, 1998). I brugerinddragende museumsprojekter, hvor alle i princippet kan deltage, har de besøgende ikke længere den samme garanti for, at det, de ser på, repræsenterer det bedste i genren eller har mulighed for at vurdere, hvorvidt den information, de modtager, er korrekt eller sand.

Digitale brugerinddragende projekter kan medføre, at der modtages utroligt mange billeder, som ikke nødvendigvis alle er af særlig høj kvalitet, som er emnemæssigt irrelevante, eller som mangler mangfoldighed og variation i motiverne, hvilket er en konsekvens af de muligheder for at "skyde løs", som digitalkameraet tilbyder. Det er bl.a. tilfældet ved det føromtalte projekt VÆGGEN, hvor en stor andel af det brugergenererede billedmateriale omfatter tilnærmelsesvis ens og relativt upersonlige motiver af solopgange, vejrlig, mennesketomme gader, bygninger og fugle- og insektliv. Samtidsindsamling rejser nye fundamentale spørgsmål for museernes som: Hvem skal deltage? Med hvad? Og om hvad? Og det fører videre til relevansen og kvaliteten for dem, der skal se på billederne. Relevans og kvalitet skal være med til at sikre museernes målsætninger i brugerinddragelsen, men også brugerne skal opleve, at museumsprojektet er værd at besøge (Brøgger, 2009, p. 65; Rudloff, 2012). Her må museerne indtage nye roller i frasorteringen af materiale, men det kan være en svær situation først at invitere folk til at deltage og derefter redigere deres billeder væk. Museer har som kulturinstitutioner et særligt ansvar i forhold til, hvad der skal indsamles og bevares i fremtiden. Når brugere inviteres til at deltage med materiale til samlingerne, kan der opstå svære spørgsmål vedrørende, hvem der har autoriteten til at udvælge, hvad der er relevant at bevare for fremtiden. Hvis deltagelsen ikke har klare rammer, kan det, der skulle være en god og positiv oplevelse, vendes til det modsatte (Simon, 2010; Rudloff, 2012).

Musealisering af samfundet

Som det påpeges af de engelske museumsforskere Ross Parry og Andrew Sawyer (2005), har museer altid været adaptive medier, der, siden deres oprindelse i renæssancens kunstkamre, er blevet formet af de forhåndenværende repræsentations- og kommunikationsredskaber.⁸ De seneste års udvikling i ikke blot digitale teknologier, men også en sideløbende udvikling i samfundsteoretiske og kulturpolitiske forhold, har imidlertid skabt en særlig situation, der i hidtil uset hast har influeret signifikant på museernes praksis, status og relationen til brugerne. Således har de digitale teknologier på bare to generationer udviklet sig til at blive et definerende træk ved det moderne museum (Parry og Sawyer, 2005, p. 45).

Medialisering er dog, som nævnt indledningsvis, blot én af flere sideløbende og gensidigt forbundne samfundstransformerende processer. Samtidig med at museet påvirkes af processer som globalisering, individualisering, kommercialisering og modernisering, kan man argumentere for, at der omvendt er sket en *musealisering* af samfundet og kulturen. Det ses fx af en stadig stigende opmærksomhed mod bevaring af vores fælles materielle og immaterielle kulturarv (Federspiel, 2012; Huyssen, 1995) – alene "arv"-tanken er ny og opstod først i kølvandet på første verdenskrig. Internationalt bevidnes denne opmærksomhed af det stadig voksende antal charterer, der udgår fra UNESCO, som er det overordnede organ for fokus på bevaring af verdensarven. På dansk jord har det stadigt større fokus på bevaring og synliggørelse af en fælles kulturarv bl.a. resulteret i, at området i 2002 med Kulturarvsstyrelsen fik sin egen selvstændige og fælles styrelse (styrelsen hedder fra d. 1.1.2012 Kulturstyrelsen).

Historikeren Andreas Huyssen kæder denne musealisering af samfundet sammen med et senmoderne stadigt mere komplekst informationssamfund, hvor behovet for forankring i noget stabilt og uforanderligt er vokset. Aldrig tidligere har der været en lignende optagethed af fortiden, hvilket kommer til udtryk i en nostalgisk fortolkning og forståelse af kulturarven som identitetsskabende og konsoliderende. Med afsæt i den tyske filosof Hermann Lübbe argumenterer Huyssen for, at musealiseringen ikke længere blot er knyttet til

museumsinstitutionen i snæver forstand, men derimod har infiltreret alle aspekter af vores hverdagsliv (Huysen, 2003, p. 22). Forandringen i museumsinstitutionen og opbruddet med traditionelle formidlingsformer kan således ikke blot forstås som et ensidigt resultat af en medialiseringproces, men den er et led i en større senmoderne identitetskrise og følgelig kæde af gensidigt influerende transformationsprocesser.

Afslutning

I det foregående har jeg med analytisk og teoretisk afsæt i kulturpolitiske og museumsteoretiske forestillinger om brugeroplevelse, interaktivitet og deltagelse argumenteret for museets medialisering og diskuteret en række af de muligheder og dilemmaer, som anvendelsen af digitale teknologier rejser i museernes formidlingspraksis. De digitale mediers anderledes kommunikations-, repræsentations- og receptionsformer, samt de interaktive og sociale handlemuligheder, de faciliterer for brugerne, har medvirket til at transformere museet som institution. Det fremstår tydeligst i relationen mellem museum, samling og brugere, som kan ses ændret på forskellig vis ved mediernes mellemkomst.

Selvom museer stadig organiserer og formidler deres samlinger i udstillinger, er det medialiserede museumsbesøg forandret til at være meget mere end et besøg i den fysiske institution. Således er også den sociale handling, som museumsbesøget traditionelt udgør, transformeret og til dels indordnet nye medieskabte former for kommunikation og handlen. I dag starter museumsbesøget ofte allerede inden, man bevæger sig hen til museet, og selve oplevelsen af og omgangen med museernes kulturarv har generelt udvidet sig med den ekspansion af muligheder for repræsentation, uafhængig af tid og sted, som digitale teknologier har stillet til rådighed. Det digitale muliggør, at museerne kan organisere og repræsentere deres genstande på måder, der tilbyder anderledes og mere individuelt tilpassede oplevelsesforløb. Men digitale repræsentationer af originale tredimensionale genstande ændrer også ved formidlingens oplevelsesmodi og dermed ved mere sansemæssige aspekter af oplevelsen. Udvidelsen af museernes fysiske grænser tildeler brugerne mere fleksibel mulighed for at opleve museerne, men den forskyder interaktionen fra den direkte ansigt-til-ansigt kommunikation mellem henholdsvis de museumsbesøgende internt og mellem bruger og fagpersonale mod interaktionsformer, der i stigende grad er medierede eller foregår direkte mellem bruger og teknologi. Det må anskues som værende et væsentligt dilemma for en institution, der traditionelt har vægtet sociale dimensioner af museumsbesøget højt. Webbaseret formidling kan mindske brugernes mulighed for direkte personfaglig understøttet formidling af samlingerne – særligt for den voksende gruppe af brugere, som kun besøger museer online. Det dialogiske potentiale, som medierne tilbyder, har givet museerne mulighed for at invitere brugerne til at deltage i ny og fælles vidensproduktion, men netop brugerdeltagelsen har også medført, at museernes autoritative rolle er blevet udfordret, og at de i højere grad må indtage en ny rolle som facilitator og moderator af viden. Museumsoplevelsen har ændret karakter i takt med, at den er blevet indordnet nye medieskabte former for kommunikation. I den forbindelse er det vigtigt at understrege, at medierne ikke blot har tilbudt nye medierings- eller remedieringsformer, men at selve den sociale og kulturelle handling og praksis, som museumsbesøget traditionelt har udgjort, er blevet udvidet, omdefinert og derved ændret fundamentalt.

Digitale teknologier udvikler sig hele tiden og med dem de muligheder for oplevelse, interaktivitet og deltagelse, som museerne stiller til rådighed. Diskussionen om nye mediers transformerende effekt på museet som institution er dermed på ingen måde udtømt med denne artikel: Det er tværtimod en forhåbning, at de dilemmaer, som her er blevet rejst, kan fungere som et afsæt for en fortsat diskussion af den rolle, som museerne forventes at indtage i et medialiseret samfund.

Referencer

- Andersen, J. (2009). Kulturarv er budskabet. En medieteoritisk diskussion af digital formidling af kulturarv. In Niels D. Lund m.fl. (Eds.), *Digital formidling af kulturarv. Fra samling til sampling* (pp. 65-79). København: Forlaget Multivers.
- Andersson, G. (Ed.). (2004). *Reinventing the museum. Historical and contemporary perspectives on the paradigm shift*. Lanham: AltaMira Press.
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (1999). *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press.
- Bruhn Jensen, K. (2000). We have always been virtual. Paper presented at *Internet Research 1.0: The State of the Interdiscipline, First Conference of the Association of Internet Researchers*. University of Kansas, Lawrence KS, USA, september 14-17 2000.
- Brøgger, A. (2009). Brug af de globale medier lokalt. In A. S. W. Løssing (Ed.), *Digital formidling i brugerperspektiv* (pp. 59-65). København: Kulturarvsstyrelsen.
- Cameron, F. (2003). Digital futures I: Museum collections, users, information needs, and the cultural construction of knowledge. *Curator*, 46 (3), 325-340.
- Cameron, F., & Kenderdine, S. (Eds.) (2007). *Theorizing Digital Cultural Heritage. A Critical Discourse*. Cambridge: MIT Press.
- Christensen, H. D. (2009). Digitale forskydninger. Hvorfor bevare den fysiske kulturarv, når den kan digitaliseres? In N. D. Lund m.fl. (Eds.), *Digital formidling af kulturarv. Fra samling til sampling* (pp. 99-125). København: Forlaget Multivers.
- Christensen, J. R. (1999). In Jensen, J. F. (Ed.), *Internet, World Wide Web, Netværks-kommunikation* (pp. 161-181). Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.
- Ciolfi, L., Bannon, L. J., & Fernström, M. (2008). Including visitor contributions in cultural heritage installations: designing for participation. *Museum Management and Curatorship*, 23 (4), 353-365.
- Couldry, N. (2007). Communicative entitlements and democracy: The future of the digital divide debate. In R. Mansell et al. (Eds.) *The Oxford Handbook of Information and Communication Technologies* (pp. 383-403). Oxford & New York: Oxford University Press.
- Drotner, K. m.fl. (Eds.). (2011). *Det interaktive museum*. Frederiksberg C: Samfundslitteratur.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (1998). Understanding Free-Choice Learning: A Review of the Research and its Application to Museum Web Sites. In D. Bearman and J. Trant (Eds.), *Museums and the Web 98. Archives and Museum Informatics*. USA. Konsulteret 10. december 2012, http://www.museumsandtheweb.com/mw98/papers/dierking/dierking_paper.html.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2000). *Learning from museums. Visitor experiences and the making of meaning*. Lanham: AltaMira Press.

- Federspiel, B. K. (2012). Kulturarv. Et begreb til forhandling. *Nordisk Museologi*, 1, 4-19.
- Finnemann, N. O. (2005). *Internettet i mediehistorisk perspektiv*. Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur.
- Frost, O. C. (2010). When the Object is Digital. Properties of Digital Surrogate Objects and Implications for Learning. In R. Parry (Ed.), *Museums in a Digital Age* (pp. 237-246). London and New York: Routledge.
- Heath, C., & Lehn, D. vom (2010). Interactivity and collaboration. New forms of participation in museums, galleries and science centers. I R. Parry (Ed.), *Museums in a Digital Age* (pp. 266-280). London and New York: Routledge.
- Hein, G. E. (1998). *Learning in the museum*. London: Routledge.
- Hein, H. (2000): *The museum in transition. A philosophical perspective*. Washington & London: Smithsonian Institution Press.
- Henning, M. (2006). *Museums, media and cultural theory*. Open University Press: New York.
- Hepp, A. (2009): Differentiation. Mediatization and Cultural Change. In K. Lundby (Ed.) *Mediatization. Concept, Changes, Consequences* (pp. 139-157). New York: Peter Lang.
- Hepp, A., Berg, M., & Roitsch, C. (2011): Monothematic and multithematic horizons of mediatized communication. Patterns of communicative networking and mediated belonging. *Studies in Communication Media (SCM)*, 2, 1-34.
- Hjarvard, S. (2008a). *En verden af medier. Medialiseringen af politik, sprog, religion og leg*. Frederiksberg C: Samfundslitteratur.
- Hjarvard, S. (2008b). The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change. *Nordicom Review*, 29 (2), 105-134.
- Hooper-Greenhill, E. (2004). Changing values in the art museum – rethinking communication and learning. In B. M. Carbonell (Ed.), *Museum Studies – An Anthology of Contexts* (pp. 556-575). Oxford: Blackwell Publishing.
- Howes, D. S. (2007). Why the internet matters. A museum educator's perspective. In H. Din & P. Hecht (Eds.), *The Digital Museum. A Think Guide* (pp. 67-77). Washington DC: The American Association of Museums.
- Huyssen, A. (2003). *Present Pasts: Urban Palimpsests and the Politics of Memory*. California: Stanford University Press.
- Huyssen, A. (1995). *Twilight Memories: Marking Time in a Culture of Amnesia*. New York & London: Routledge.
- Jensen, J. F. (1997): Interaktivitet. På sporet af et nyt begreb i medie- og kommunikationsvidenskaberne. *Mediekultur*, 13 (26), 40-55.

- Keitel, M. A. (2010). The Role of Interactive Technologies in Designing Meaningful Exhibition Experiences: An Informing Design Probe. *The International Journal of the Inclusive Museum*, 2 (4), 91-109.
- Krotz, F. (2005). Changing Worlds by the Upcoming of Interactive Media. A Study on Entertainment Robots People Use at Home and the Future Role of Interactive Media. Paper presented at the First European Communication Conference 2005. Konsulteret 10. december 2012, http://www.uni-erfurt.de/uploads/media/Projekt_AIBO.pdf.
- Krotz, F. (2007). The meta-process of 'mediatization' as a conceptual frame. *Global Media and Communication* 2007, 3 (3), 256-260. Konsulteret 10. december 2012, http://learningspaces.org/files/nms/Krotz_medialisation_metaprocess.pdf.
- Kulturministeriet (2009). *Digitalisering af kulturarven – endelig rapport fra digitaliseringsudvalget*. København. Konsulteret 10. december 2012, http://kum.dk/Documents/Publikationer/2009/Digitalisering%20af%20kulturarven/pdf/digitalisering_af_kulturarven.pdf.
- Kyed, S. m.fl. (2006): *Udredning om museernes formidling*. København: Kulturministeriet. Konsulteret 10. december 2012, <http://kum.dk/Documents/Publikationer/2006/Udredning%20om%20museernes%20formidling/PDF/Udredning%20om%20museernes%20formidling.pdf>.
- Larsen, A. H. (2001). Museologi som videnskab eller en praktisk redskabsdisciplin?! En skitse over dens aktuelle situation i Danmark. *Passepartout. Skrifter for kunsthistorie*, 17 (9), 11-20. Aarhus Universitet.
- Larsen, A. H., & Ingemann, B. (Eds.). (2005). *Ny Dansk Museologi*. Århus: Aarhus Universitetsforlag.
- Lumley, R. (Ed.). (1988). *The Museum Time-Machine*. London & New York: Routledge.
- Lievrouw, L. A., & Livingstone, S. (2006). Introduction to the Updated Student Edition. In L. A. Lievrouw & S. Livingstone (Eds.). *The Handbook of New Media. Social Shaping and Social Consequences of ICTs* (pp. 1-14). London: SAGE Publications Ltd.
- Livingstone, S. (2009). On the mediation of everything. ICA Presidential address 2008. *Journal of Communication*, 59 (1), 1-18.
- Lund, N. D. (2009). Digitalisering som kulturpolitik. Agendaer og aktører i den nye formidling af fortiden. In N. D. Lund m.fl. (Eds.), *Digital formidling af kulturarv. Fra samling til sampling* (pp. 15-40). København: Forlaget Multivers.
- Lundby, K. (2009). Introduction. Mediatization as Key. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization. Concept, Changes, Consequences* (pp. 1-18). New York: Peter Lang.
- Løssing, A. S. W. (Ed.). (2009): *Digital museumsformidling i brugerperspektiv*. København: Kulturministeriet.

- McMillan, S. J. (2006). Exploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions. Users, Documents and Systems. I L. A. Lievrouw & S. Livingstone (Eds), *The Handbook of New Media. Social Shaping and Social Consequences of ICTs* (pp. 205-229). London: SAGE Publications Ltd.
- Moos, T., & Lundgaard, I. B. (2010.). *Museernes webbrugere: en brugerundersøgelse af museernes hjemmesider*. København: Kulturarvsstyrelsen. Konsulteret 10. december 2012, http://www.kulturarv.dk/fileadmin/user_upload/kulturarv/museer/dokumenter/Netbrugerrapport_web_11112010.pdf.
- Mordhorst, C., & Wagner Nielsen, K. (1997). Formens semantik – en teori om den kulturhistoriske udstilling. *Nordisk Museologi* 1, 3-18.
- Nielsen, J. (2006). *Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute*. Konsulteret 10. december 2012, http://www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html.
- Paris, S. G. (2006). How Can Museums Attract Visitors in the Twenty-first Century. In H. H. Genoways (Ed.), *Museum Philosophy for the Twenty-first Century* (pp. 255-266). Oxford: AltaMira Press.
- Parry, R., & Sawyer, A. (2005). Space and the machine. Adaptive museums, pervasive technology and the new gallery environment. In S. MacLeod (Ed.), *Reshaping Museum Space. Architecture, Design, Exhibitions* (pp. 39-52). London & New York: Routledge.
- Parry, R., & Arbach, N. (2007). Localized, Personalized, and Constructivist. In F. Cameron & S. Kenderdine (Eds.), *Theorizing Digital Cultural Heritage. A Critical Discourse* (pp. 281-298). Cambridge: MIT Press.
- Rudloff, M. (2012). Extending Museum Walls. Reaching out with site-specific, digital, and participatory interventions. *Nordisk Museologi*, 1, 35-55.
- Schulz, W. (2004). Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. *European Journal of Communication*, 19 (1), 87-101.
- Smith, C. S. (2006). The Future of the Museum. In S. Macdonald (Ed.), *A Companion to Museum Studies* (pp. 543-554). Oxford: Blackwell Publishing.
- Simon, N. (2010). *The Participatory Museum*. Museum 2.0: Santa Cruz. Konsulteret 10. december 2012, <http://www.participatorymuseum.org/read/>.
- Skot-Hansen, D. (2009). Digital formidling i danske museer – udfordringer for oplevelsessamfund og oplevelsesøkonomi. In N. D. Lund m.fl. (Eds.), *Digital formidling af kulturarv. Fra samling til sampling* (pp. 43-63). København: Forlaget Multivers.
- Skouvig, L. (2009). Troværdighed eller Buzzword. Diskursen om autenticitet. In N. D. Lund m.fl. (Eds.), *Digital formidling af kulturarv. Fra samling til sampling* (pp. 81-96). København: Forlaget Multivers.

Taylor, B. L. (2010). Reconsidering digital surrogates. Toward a viewer-orientated model of the gallery experience. In S. H. Dudley (Ed.), *Museum Materialities. Objects, Engagements, Interpretations* (pp. 175-184). Oxon and New York: Routledge.

Vergo, P. (1989). Introduction. In P. Vergo (Ed.), *The New Museologi*. London: Reaction Books Ltd.

Witcomb, A. (2006). Interactivity. Thinking Beyond. In S. MacDonald (Ed.), *A Companion to Museum Studies* (pp. 353-361). Oxford: Blackwell Publishing Ltd.

Witcomb, A. (2007). The Materiality of Virtual Technologies. In F. Cameron & S. Kenderdine (Eds.), *Theorizing Digital Cultural Heritage. A Critical Discourse* (pp. 35-48). Cambridge: MIT Press.

¹ Om danske museers formål og opgaver se yderligere Museumsloven kap. 1, § 2:

<https://www.retsinformation.dk/forms/r0710.aspx?id=12017#K1>

² Fra et videnskabs teknisk perspektiv betegner digitalisering processen at beskrive fænomener ved hjælp af tal, som i sin enkleste form kan være 0 eller 1 (Finnemann, N. O. (2005). *Internettet i mediehistorisk perspektiv*. Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur).

³ Ved at tilgå "nye medier" under ét anlægges desuden en bredere tilgang end den såkaldte "medium theory" (blandt andre Marshall McLuhan og Joshua Meyrowitz), der er særligt optaget af enkelte mediers virkemåder og af, hvorledes det enkelte mediums særlige kommunikations- og interaktionsform bliver medproducent af betydning.

⁴ Der findes ingen entydig definition af kulturarvsbegrebet, men her anvendes Kulturministeriets definition af kulturarv: "Kulturarven er de spor og vidnesbyrd om naturens udvikling, og om menneskelig aktivitet og tænkning, som de manifesterer sig i fx skrift- og billedkultur, i kunstneriske udtryk, i redskaber og i bygninger" (*Udredning om bevaring af kulturarven* (2003). København: Kulturministeriet, p. 10)

⁵ Der var i slutningen af 1990'erne et stort medieteoritisk fokus på at få defineret særlige kendetegn ved digitale medier og deres udtryks-, repræsentations- og receptionsform. Den danske medieforsker Jørgen Riber Christensen (1999) præciserer, at digitaliseringsprocessen "muliggør, at alle medier bliver indbyrdes oversættelige og kan integreres. Digitaliseringen har som æstetisk konsekvens, at alle mediers dybdestruktur versioneres til en binær digital skrift (0/1), og på deres overfladestruktur bliver de visuelle medier medieret både i ordets betydning af medieformidlet og udjævnet til pixels på én og samme skærm, således at et antal koder, f.eks. taktile og måske størrelse, svækkes eller forsvinder helt" (Riber Christensen 1999: 165). Christensen berører heri en væsentlig problematik, som har fyldt meget i museumsdebatten vedrørende repræsentationen og receptionen af digitaliserede museumsobjekter.

⁶ Fx Københavns Museums litterære audiowalks om Vesterbro, som kan downloades på egen mp3-afspiller: http://www.copenhagen.dk/dk/besog_museet/ude_i_byen/vesterbro_site_en_audiowalk

⁷ Struer Museums Byskriveren: <http://www.byskriveren.dk/web/default.aspx>. Københavns Museums VÆGGEN: <http://www.vaeggen.copenhagen.dk/>

⁸ Museets foranderlighed understreges desuden af, at UNESCO-organisationen ICOM (International Council of Museums) løbende ændrer deres definition af et museum, så den følger med samfundsudviklingen: <http://icom.museum/the-vision/museum-definition/>

Resumé

Denne afhandling tager afsæt i en påstand om, at der mangler empirisk funderet viden om brugernes interaktion med, samt ønsker og forventninger til, digital museumsformidling – en formidlingsform, der vinder stadig stigende udbredelse i disse år. På trods af en øget kulturpolitisk opmærksomhed mod og substantielle støtte til digital museumsformidling, er der stadig kun begrænset forskning i, hvordan brugerne fra et kvalitativt sigte forstår, anvender og responderer på disse nye digitale tilbud. Den manglende forskning kalder på mere kvalitativt orienterede undersøgelser af brugernes oplevelser med nyere former for digital, interaktiv formidling. Derfor søger projektet svar på følgende spørgsmål:

Hvordan former en museumsoplevelse sig, når brugerne tilbydes mulighed for at interagere med og deltage i digital kulturhistorisk museumsformidling, der er placeret uden for en traditionel museums kontekst? Hvilke formidlingsteoretiske tanker og ideologier kædes sammen med digitale teknologier i den museale kulturpolitik og den nyere museologiske teori, og hvordan ses disse forestillinger om det digitale realiseret på brugersiden? Hvad karakteriserer med andre ord det digitale medie som museal oplevelses- og repræsentationsform fra et brugerperspektiv?

Projektet er udført som et empirisk baseret casestudie, hvor det genstandsfelt, der analyseres, er brugernes møde med Københavns Museums formidlingsprojekt VÆGGEN, som er en 12 meter lang og to meter høj digital, interaktiv installation og multitouch-skærm, der fra forskellige placeringer i det københavnske byrum skal formidle Københavns historie gennem in-situ interaktion med brugerne.

Formålet med projektet er at udbygge en viden om digital interaktion, formidling og brugeroplevelser, der kan bidrage til museernes fremtidige udvikling og implementering af digital formidling. Dette mål forventes realiseret ved med projektet at skabe et grundlag, hvorfra der kan evalueres på eksisterende tiltag og dannes nye metoder til udvikling af brugergeneret formidling. Derudover skal projektet bidrage til en teoretisk og empirisk forståelse inden for et endnu nyt og voksende videnskabeligt felt.

Afhandlingen udformes som en antologisk afhandling, hvilket betyder, at den består af to dele: en sammenfattende redegørelse samt fire videnskabelige artikler. I redegørelsen præciseres og systematiseres afhandlingens overordnede problemstilling samt den teoretiske og metodiske ramme, som udgør afhandlingens forskningsdesign, og som anvendes i artiklernes analyser. Afhandlingens analytiske hovedfokus ligger i de fire forskningsartikler.

Afhandlingens redegørende tekst indledes med et kapitel, hvori problemstilling og formål samt afhandlingens form og opbygning introduceres. Herunder følger også en kort gennemgang af afhandlingens respektive artikler og deres erkendelsesteoretiske afsæt. Afhandlingens andet kapitel har en kontekstualiserende karakter, idet det har til formål at situere projektet i en kulturpolitisk ramme. En undersøgelse af forandringsprocesser i museer – hvilket introduktionen af digitale teknologier på museerne her grundlæggende påstås at være – er også en undersøgelse af de kulturelle og sociale værdier, som er knyttet til dem. Derfor er det en central tese, at man først og fremmest må spørge til, hvilke formidlingsteoretiske tanker, der informerer implementeringen af digital museumsformidling: Hvilke forforståelser om bruger, oplevelse, museum, samfund og kulturarv karakteriserer diskursen om det digitale? Her spiller det kulturpolitiske en særlig rolle, fordi flertallet af danske museer enten er

statsejede eller statsstøttede. Denne økonomiske afhængighed skaber en situation, hvor museernes formidlingsmæssige prioriteringer må ses i lyset af samtidige kulturpolitiske orienteringer. Afhandlingen tilsigter hermed at afdække og forstå digital formidling som en social og diskursivt forankret konstruktion, der politisk og teoretisk bygges op af en række ideer og tanker om det potentiale, som det digitale kan indløse i forhold til brugerne. Afhandlingen placerer sig dermed i et overordnet felt, der stiller spørgsmål til, hvilken rolle museerne kan og bør spille i det digitale og medialiserede samfund. Projektets teoretiske og kontekstuelle rammesætning integrerer således en kulturpolitisk dimension og et nyere museologisk og (digitalt) medieteoretisk perspektiv. Det teoretiske perspektiv udbygges i den redegørende teksts kapitel 4.

Kapitel 3 placerer Københavns Museum inden for denne kontekst og redegør for museets formidlingsprojekt VÆGGEN, som er afhandlingens case. Herunder følger en nærmere beskrivelse af VÆGGEN, som basalt set skal forklare, hvad VÆGGEN er, og hvordan VÆGGEN er tænkt at skulle fungere. Kapitlet afrundes med en udkrystallisering af de forskellige målsætninger i forhold til særligt brugerinteraktionen, som projektet er konstrueret over, og som anvendes som implicitte referencepunkter i afhandlingens analyser.

Herefter følger med kapitel 4 en gennemgang af afhandlingens museologiske og medieteoretiske ramme, som danner afsæt for analyserne i afhandlingens artikler. Kapitlet beskriver og forankrer afhandlingens teoretiske analysevinkel og positionerer den i forhold til den eksisterende forskning i såvel digital museumsformidling som medie- og kommunikationsrelaterede problemstillinger, der vedrører brugervenlighed og afsender-modtagerforhold i digitalt design og interfaces. Projektets teoretiske ramme udgøres således af en flerhed af teorier fra særligt museologien og medieteorien, hvis overordnede fællestræk er, at de placerer sig i forlængelse af poststrukturalistisk og konstruktivistisk teori, der definerer meningsdannelser som sociale processer og interaktioner. I afhandlingen fokuseres den museologisk-teoretiske sammensætning i retning af den udvikling og de udfordringer, der ofte beskrives inden for rammerne af den nye museologi, men i nærværende afhandling bredes det teoretiske felt også ud over, hvad man kan kalde den første generation af den nye museologi i forhold til emne, metodologi og empiri. Et tredje interdisciplinært forskningsområde, der trækkes på, er digital designteori, som bruges til at identificere og analysere betydningskabende elementer i VÆGGENs brugergrænseflade. Inden for den medievidenskabelige forskning har Internettet og digitale, interaktive medier ansporet nye forståelser af og tilgange til analyse af medietekster og medieindhold, der er multimodale og hypertextuelle. I afhandlingens analyser kombineres teorier, der spænder fra den meget konkrete web-analyse til mere medieteoretiske forståelser af mediernes indflydelse på samfundet og på menneskelige kommunikations- og handleformer. En analyse af interaktion mellem medie og bruger fordrer en forståelse af de medier, som brugerne interagerer med. Her hentes særligt inspiration fra det teoretiske felt human-computer-interaction (HCI) til at forstå og fortolke afsender-/modtagerforholdet i digitalt og interaktivt design. Teoriene kredser over klassiske afsender-/modtagerforhold, men inddrager og forstår brugerne som mere aktive deltagere. Generelt anvendes en teoretisk model, hvor jeg i analyserne i afhandlingens artikler, frem for at anvende én overordnet tilgang, sammensætter teorierne og diskuterer dem i forhold til det konkrete problem, de skal løse.

I kapitel 5 udredes projektets metodologi og metoder. I projektet optræder VÆGGEN både som analytisk objekt i sig selv, ligesom mit indsamlede empiriske materiale stammer herfra – mere præcist i fra brugernes interaktion med VÆGGEN. Undersøgelsen anvender forskellige kvalitative metodikker i form af observationer, interviews og analyse af VÆGGENs design og grafiske elementer. Analysen udføres således med afsæt i indholdsstudier af VÆGGENs digitale interface, kvalitative undersøgelser af VÆGGENs brugere samt teoretiske overvejelser om museer og digitale medier. Analysen suppleres af

forskellig dokumentation om VÆGGEN samt af en brugerundersøgelse fra analysevirksomheden Snitkergroup som Københavns Museum fik gennemført i 2010. I kapitlet redegøres for det anvendte undersøgelsesdesign samt for de overvejelser, der praktisk-teoretisk-empirisk har været forbundet med gennemførelsen heraf. Metodekapitlet afrundes med en klarlægning af, hvorledes resultater fra kodning og analyse af data fra brugerundersøgelsen har skabt grobund for de temaer og problematikker, der analyseres og diskuteres i de respektive artikler. Afhandlingens redegørende tekst afsluttes med en konklusion i kapitel 6, hvor undersøgelsens resultater samles, diskuteres og perspektiveres.

Summary

This thesis is based on a claim that there is a lack of empirically founded knowledge about user interaction with, and expectations of, digital museum communication - a form of communication that is currently becoming more and more widespread. In spite of increased political attention and substantial funding for digital museum communication, there is very limited research into how museum visitors from a qualitative perspective understand, use and respond to these new digital offers. The lack of research calls for more qualitatively oriented studies of users' experiences with newer forms of digital, interactive communication. Therefore, this project seeks to answer the following questions:

How is a museum experience affected when users have the option to interact with, and participate in, digital culture-historical museum communication outside the setting of a traditional museum? What kind of communication-theoretical thoughts and ideologies are associated with digital technologies in the cultural politics of museums and recent museological theory, and how are these perceptions of digital technologies realized on the user side? In other words, what, from a user perspective, characterizes digital media as part of a museum experience?

This project is conducted as an empirically based case study in which the object of analysis is the users' encounter with the Museum of Copenhagen's communication project "the WALL" ("VÆGGEN" in Danish), which is a 12 meter long and 2 meter tall digital, interactive installation and multi-touch screen, which from various locations in the Copenhagen cityscape communicates Copenhagen's history through in situ interaction with the users.

The purpose of this project is to attain a better understanding of digital interaction, communication and user experience that can contribute to the future development and implementation of digital communication in museums. This goal is expected to be achieved by creating a foundation from which existing initiatives can be evaluated, and from which new methods for improving user generated communication can be developed. Furthermore, the project will contribute to a theoretical and empirical understanding within a growing scientific area that has only recently evolved.

The thesis is devised as an anthological thesis, which means that it consists of two parts: a summary and four scientific articles. The summary defines and systematizes the main research question, as well as the theoretical and methodical framework that makes up the scientific design, and which is used in the analyses in the articles. The main analytical focus is on the four research articles.

The explanatory text of the thesis begins with a chapter in which the research question and purpose, as well as the form and composition, of the thesis are introduced. This is followed by a short account of each of the articles and their epistemological foundation. The second chapter of the thesis is of a contextualizing nature, placing the project within a framework of cultural politics. An examination of the processes of change in museums - what the introduction of digital technologies in museums is considered to be in this thesis - is also an examination of the cultural and social values that are connected to these processes. Therefore, it is a central belief that one first and foremost must ask what communication-theoretical thoughts inform the implementation of digital museum communication. What understandings about user, experience, museum, society and cultural heritage characterize the discourse on digital communication? In this, cultural politics play a special role because the majority of

Danish museums are either state owned or subsidized. This financial dependency creates a situation in which the priorities of the museums must be seen in the light of current political opinion. Therefore, this thesis aims to uncover and understand digital communication as a socially and discursively based construction, which politically and theoretically is formed by a number of ideas and thoughts about the potential of digital communication in relation to the users. Thus, the thesis places itself in a field that questions what role the museums can and should play in a digital, media-oriented society. In this way, the theoretical and contextual framework of the project integrates a political dimension and a modern museological and media-theoretical perspective. This theoretical perspective is expanded upon in chapter 4 of the explanatory text.

Chapter 3 places the Museum of Copenhagen within this context and explains the museum's communication project "the WALL" ("VÆGGEN" in Danish), which is the case for this thesis. This is followed by a closer description of the WALL, explaining what the WALL is, and how the WALL is supposed to work. The chapter ends with a crystallization of the various goals, particularly in regard to the user interaction, which the project is based on, and which is used as implicit points of reference in the analyses of the thesis.

Chapter 4 follows with an exposition of the thesis' museological and media-theoretical framework, which forms the basis for the analyses in the articles of the thesis. The chapter describes and anchors the theoretical angle of analysis, and places it in relation to existing research in both digital museum communication and media- and communication related issues concerning user-friendliness and sender-/receiver relations in digital design and interfaces. Thus, the theoretical framework of the project consists of a plurality of theories, particularly from museology and media theory, the common features of which are that they place themselves in continuation of post-structural and constructivist theory, which defines the formation of opinions as social processes and interactions. In the thesis, the museological-theoretical construct is focused towards the developments and challenges that are often described within the framework of the new museology, but the theoretical field of the thesis is also broadened to include what could be described as the first generation of new museology, in terms of subject, methodology and empirical knowledge. A third interdisciplinary field of research being drawn upon, is digital design theory, which is used to identify and analyze meaning creating elements in the user interface of the WALL. Within media scientific research, the internet and digital interactive media have spurred new understandings of, and approaches to, analysis of media texts and media content that are multimodal and hypertextual. In the analyses in the thesis, theories are combined, ranging from the very concrete web analysis to more media-theoretical understandings of the influence of media on society and on human behavior and ways of communicating. An analysis of interaction between media and user requires an understanding of the media that the user interacts with. The theoretical field human-computer-interaction (HCI) is used as inspiration for understanding the sender-/receiver relationship in digital and interactive design. The theories evolve around classical sender-/receiver relations, but include and understand the users as more active participants. In general a theoretical model is used, in which I, in the analyses of the thesis articles, combine the theories and discuss them in relation to the particular questions they have to answer.

In chapter 5 the methodology of the project is explained. In the project the WALL acts as an analytical object, and it is also the source of the empirical data, which relates to user interaction with the WALL. The study uses various qualitative methods in the form of observations, interviews and analysis of the WALL's design and graphical elements. Thus, the analysis is based on content studies of the WALL's digital interface, qualitative studies of the users, as well as theoretical considerations about museums and digital media. The analysis is supplemented by documentation concerning the WALL, as

well as a user survey in 2010 ordered by the Copenhagen Museum and conducted by the analysis company Snitkergroup. The chapter includes an explanation of the applied study design, and the practical, theoretical and empirical deliberations that have been associated with the implementation of the design. The method chapter ends with an explanation of how results from coding and analysis of data from the user survey have formed the basis for the themes and problems that are analyzed and discussed in their respective articles. The explanatory text ends with a conclusion in chapter 6, in which the results of the study are summed up, discussed and put into perspective.

Bilagliste

Brugerundersøgelser ved VÆGGEN

- Bilag 1. Projektinformation til interviewede brugere af VÆGGEN
- Bilag 2. Spørgeguide til interviews med brugere af VÆGGEN – sommer, 2010
- Bilag 3. Spørgeguide til interviews med brugere af VÆGGEN – vinter, 2011
- Bilag 4. Transskriptionsguide
- Bilag 5-24. Transskriptioner af interviews med brugere af VÆGGEN
- Bilag 25. Observationsskema/oversigt
- Bilag 26. Transskriptioner/noter: Observationer af brugere ved VÆGGEN – sommer, 2010
- Bilag 27. Transskriptioner/noter: Observationer af brugere ved VÆGGEN – vinter, 2011

Københavns Museum

- Bilag 28. Spørgeguide til interview med museumsinspektør Jakob Parby
- Bilag 29. Transskription af interview med Museumsinspektør Jakob Parby

Snitkergrup (ved Københavns Museum)

- Bilag 30. Snitkergrup: rapport af 15 brugertests
- Bilag 31. Snitkergrup: rapport af tre fokusgrupper