

Digitale medier som redskab til samarbejde mellem museer

- foredrag på Nationalmuseet 04.11.09

ved Martin Brandt Djupdræt, Moesgård Museum

Tak for invitationen til denne konference. Jeg er blevet bedt om at tale om **Digitale medier som redskab til samarbejde mellem museer**.

Først lidt afklaring. Jeg vil vælge at bruge begrebet digitale medier meget bredt, så der er alt der benytte digitale teknologi og så vil jeg kun se på emnet fra det jeg beskæftiger mig med, nemlig formidling. Det bliver et personligt indlæg der er præget af mit job som leder af formidlingsafdelingen på Moesgård Museum og den historik jeg selv har haft med samarbejde med kollegaer fra andre museer.

Gennem offentlige puljemidler bliver museerne ofte tilskyndet til at lave projekter sammen. Det beklager jeg ingenlunde. Samarbejdet med andre institutioner og fagområder kan både brede formidlingen ud, gøre den mere vedkommende og give et bedre slutresultat. Puljekravene om samarbejde kan desværre også resultere i, at ikke-gennemtænkte samarbejdsaftaler bliver indgået eller at det kan blive et proforma samarbejde mere end et reelt samarbejde. En måde at dæmme op for det på, er at museerne bliver bedre til at dele viden og tanker, så at ideer til fælles projekter løbende bliver udviklet, og ikke planlagt kun lige før ansøgningsfristen. En anden jordnær konsekvens af denne vidensdeling vil selvfølgelig også være, at de enkelte institutioner bliver inspireret af kollegaer, så de i det daglige arbejde gør formidlingen eller arbejdsgange bedre.

Det tror jeg på og vil her først og fremmest fortælle om det samarbejde, der handler om at dele viden museerne i mellem. Dvs. det er ikke bliver indlæg om at samarbejder omkring konkrete projekter. Jeg vil dog til slut nævne et formidlingstiltag Moesgård har været involveret i, hvor der var flere eksterne partnere med.

Mine pointer er:

- 1) Mange tiltag med digitale medier er nytænkning og præget af nysgerrighed. Husk at andre med samme nysgerrighed vil gerne dele, lære af en og vise hvad de kan. Det gælder om at lægge oplysningerne ud – også i netværk uden for etablerede systemet. Jo mere aktiv man selv er jo bedre bliver vidensdelingen.
- 2) Tilegnelsen og brugen af mange digitale medier er ofte ikke betinget af museets størrelse eller organisering, men først og fremmest af interessen hos enkelte ansatte. Det er de ansattes netværk, der får informationerne til at flyde – ikke en formel struktur museerne imellem.
- 3) Nye formidlingsmedier giver nye muligheder. Der er oplagt – og en skam andet - at være åben i ens projekter og at undersøge om der kunne være samarbejdspartnere, der kunne bidrage med nyt og en anden vinkel – udover de samarbejdspartnere, der måtte skulle med at servicere og udvikle de digitale elementer.

Museernes brug af digital formidling

Først lidt om museernes brug af digitale medier i en karikeret form for at få pointen tydelige frem.

- 1) Det digitale bliver brugt som et hjælperedskab til allerede eksisterende formidlingskanaler. Det vil sige at pjecen med kalenderoplysninger er blevet digital eller at en skærm i udstilling nu kan

samle en masse tekster fra inspektørerne. Det er kanaler/formidlingsformer, der også blev brugt før computerne gennemsyrede private hjem og museumskontorerne.

Ved de formidlingsformer er det også vigtigt med vidensdeling og udvikling, men fordi det er funktionsmæssigt indenfor traditionelle kanaler sker denne erfaringsudveksling ofte i allerede opbyggede netværk, det kan være ODMs møder og netværk eller ditto regionale.

2) De digitale medier åbner også op for helt nye formidlingsformer og kanaler. Helt nye måder at tænke formidlingen på. Her er der ingen facilitliste, årelang erfaring eller institutionelle netværk at læne sig op ad.

Hvad der er det så for kanaler? Der er blandt andet museernes brug de sociale netværk som blogs, Facebook, Flickr, Second Life, det er udviklingen af museernes hjemmeside i forhold til ændrede internetbrug og analyse af brugernes brug af hjemmesiderne, det er nye gadget og der er også viden om denne nye brug af digitale medier som den kommer gennem seminarer, sites osv.

Udvekslingen her foregår efter en anden dynamik, der også kan se andre steder, hvor nyt land skal opdages og tages i brug. Her er personlig engagement og nysgerrighed det centrale. Man vil meget gerne tilegne sig ny viden og dele ud af det man ved og der er ikke nogle klare autoriteter at skele til – og det at blive en autoritet sker kun ved at man henvender sig til andre og deler ens viden ud. Jo mere aktiv man er jo mere får man at vide og bliver inddraget i diskussioner og nye oplysninger.

Nysgerrighed er drivkræften

Min observation er, at der her – ved den nye brug af digitale formidlingsformer - er en stor vilje til at dele og at denne deling er styret af oprigtig nysgerrighed og bruger alle tilgængelige kanaler. Det det optimale vil være er, hvis der kan skabes nogle overordnede rammer som gør det nemmere for de interesserede at finde og dele oplysningerne.

Der er for museerne i Danmark nogle oplagte kanaler, og det tror jeg har med to forhold at gøre. Det ene er noget, der bunder i en statslig planlægning, nemlig Kulturnet Danmark puljen, og det andet er det løse netværk, der er omkring bloggen formidlingsnet.dk

Kulturnet Danmark

Siden 1996 har der gennem Kulturnet Danmark været en mulighed for at få støtte til digitale tiltag, der var særligt nyskabende. Et af puljen har skabt mange projekter og dermed givet en bred gruppe museumsansatte erfaring med at arbejde med digital formidling, noget andet, som er mere vigtig i denne sammenhæng, er, at modtagerne af midler bliver opfordret til at dele deres viden.

Der har været Kulturnets Danmarks tematimer, der både samlede interesserede fra museumsverdenen og fra andre dele af kulturlivet, og der har været de opstartsmøder, der blev holdt for dem, der havde fået en bevilling.

Jeg er nok ikke den eneste der har siddet ved opstartsmødet og har nydt at kunne tale med ligesindede der også mente, at digital formidling var vejen frem. Der kunne vi diskuteres projekterne, tanker og redskaberne bag og hvordan man kunne agere som digital formidler i egen institution. Dermed fik man et sammenhold og blev kollegaer med folk fra andre institutioner.

En anden vigtig ting ved Kulturnet Danmark var, at det var for alle kulturinstitutioner og man derfor mødte flere kunst, natur og kulturformidlere end dem, der er i ens egen brancheorganisation.

Jeg tror hele tanken bag Kulturnet Danmark har været med til at skabe en grundstemning hos nogle om, at viden om digitalformidling, da var noget man selvfølgelig delte.

Formidlingsnet.dk

Det føre videre til formidlingsnet.dk som jeg gerne vil bruge som en case til at vise, hvordan museerne kan lavet et godt samarbejde omkring deling af viden om digitale medier.

I 2006 mailede en gruppe museumsfolk sammen om at lave en blog om formidling. Vi var

en 5-6 stykker fra bl.a. Vikingskibsmuseet, Nationalmuseet, Dansk Skolemuseum og Statens Museums for Kunst. Der var folk der fra Fuglsø-konferencerne, tematimerne. personlige bekendtskaber og Kulturnet viste at interessen var hos de andre. Netværk blev brugt, gruppen udvidet og en blogspot blev etableret. Gruppen henvendte sig til ODM og i foråret 2007 købte ODM domainet formidlingsnet.dk. Der blev forinden lavet den aftale med ODM, at alle der var interesseret kunne deltage i debatten og bloggen, ikke kun museumsansatte eller museer, der var del af ODM. Ved det ODM formidlingsmøde, der blev holdt på Nyborg Strand i marts 2007, blev bloggen promoveret til en bredere kreds og der blev opfordret til at alle kunne deltage.

Denne åbenhed og bloggernes flade struktur har vist sig som en god ide. Der er omkring 1200 brugere i dag og nu blogges der nu ikke kun om digitale emner.

Bloggen er naturligvis kun brugbar for dem der bruger dem, lægger deres viden ud, søger efter de emner man måtte tumle med, men der er ingen tvivl om at den giver et godt billede af hvilke tiltag og digitale medier der bruges på danske museer i dag.

Det er nemt at bruge, hvilket selvfølgelig er forudsætningen for at den er brugbar, og historien om den viser at viden bliver bedst delt og samarbejde opstår nemmest, når oplysninger lægges frit ud frem for når der prøves at skabe faste organisatoriske rammer om hvordan vidensdeling skal ske.

Digital aktivitet er ikke ækvivalent med museets størrelse

Min anden pointe er at der ikke er størrelsen på museet der gør, om man er aktiv mht. brugen af digitale medier.

I april 2006 udgav Kulturministeriet en *Udredning om museernes formidling*, der også havde et afsnit om museernes formidling på internettet. Der var museernes internetformidling inddelt i 4 grupper, hvor de ene var en "ekstraordinær udnyttelse af mediets muligheder". Der blev fremhævet 18 museer der i størrelse gik fra Nationalmuseet og SMK til mindre museer som Museet for Samtidskunst og Den Hirschprungske Samling (museerne der blev nævnt var Nationalmuseet, Ordrupgård, SMK, Arbejdermuseet, Ny Carlsberg Glyptoteket, Museet for Samtidskunst, Odense Bys Museer, Moesgård Museum, Den Hirschprungske Samling, Vikingskibsmuseet og Storstrøms Amts Museer).

Mange af disse museer var kommet på denne liste fordi de havde lavet et Kulturnet Danmark projekt eller et andet eksternt finansieret projekt. Det viser først og fremmest, at der på de museer var enkeltpersoner, der havde ideer og kunne se muligheder i digital formidling.

Denne tendens med at også mindre museer kan have en aktiv digital formidling, tror jeg kun er blevet forstærket, når man ser på hvordan museerne bruger digitale sociale medier. Mange sociale digitale medier er gratis eller meget billige at tage i brug. Den indflydelse og værdi man har med sociale medier er ofte lig med hvor aktiv man er – og her er vi igen tilbage til enkelte museumsmedarbejdes lyst og ønske om at udforske mediernes mulighed.

Jeg har valgt at bruge tiden på at omtale netværk og samarbejde omkring de nye sociale medier, men det er også den type digitale medier, der de sidste to år har været meget fokus om og som har fået en massiv folkelig udbredelse. Disse medier lever af og er interessante pga. brugernes input. I et museumspolitik perspektiv er det interessant at se, at brugerinddragelse netop har været et vigtigt kriterium for midlerne i Kulturarvsstyrelsens formidlingspulje og i E-museums puljer.

At dele oplysninger, inddrage og lære af andre er en vej til midler – og til viden, så der er ikke mange undskyldninger for ikke at udforske emnet.

Er formidlingsnet.dk nok til deling af informationerne? Nej ingenlunde, jo flere kanaler og jo kontaktoverflade – også udenfor museumsverdenen – jo bedre, men formidlingsnet.dk kan være et sted hvor viden kan deles om disse initiativer og netværk, hvis forummet altså bruges.

Hikuins blodhævn – en case om samarbejde mellem organisationer

Den sidste jeg vil berøre er et samarbejde om et konkret projekter. Den case jeg vil nævne har først og fremmest i møder mellem museer, en kommune, turistbranchen og it-firmaer. I forbindelse med promoveringen af Århus blev der nedsat en gruppe, Byens spor, med tre af byens museer, Århus Kommune, VisitAarhus og InnovationLab der skulle formidle byens historie i selve byrummet. Et udkomme af denne gruppe blev, at der i 2007 blev søgt penge hos Region Midtjylland og Kulturarvsstyrelsens formidlingspulje, til et projekt om vikingetiden i Århus. Det blev til projektet Hikuins blodhævn, der er en digital byvandring i Århus' midby formidlet gennem semacodes (2D tags) og mobiltelefoner. Grunden til jeg vil nævne dette formidlingstiltag er fordi, at der fra starten blev tænkt ind, at flere samarbejdspartnere skulle deltage i formidlingen af byens historie. Den digitale teknologi gjorde at formidlingen kunne skel auditivt lige der hvor brugeren var, men for at udnytte formidlingsrummet til mere end at erstatte en rundviser blev Teater Katapult og Svend Åge Madsen inddraget i projektet. Resultatet blev at Svend Åge og Maria Madsen skrev et stykke der baserede sig på steder udvalgt af Moesgård Museum, hvor der var fund fra vikingetiden. Stykket blev iscenesat af Teater Katapult og gennem ekspertise fra Alexandra Institutet kan stykket nu høres på folks egen mobiltelefon. Pointen her er at de digitale medier giver mulighed for at indholdet i formidlingen kan gentænkes – som her ved at et museum lader byens steder blive fortolket af to forfattere og et teater. Her skal der samarbejdes med eksterne partnere for at formidlingen kan blive til noget nyt og udnytte teknologien.

Til sidst vil jeg sige at disse betragtninger udover at blive delt med jer selvfølgelig også kommer ud på formidlingsnet.dk, hvor der vil være link til flere oplysninger om Hikuins Blodhævn.

Martin Brandt Djupdræt
Museumsinspektør
Moesgård Museum

Links og yderligere oplysninger:

Kulturnet Danmark: <http://www.kulturarv.dk/i-fokus-nu/kulturnet-danmark/>

Formidlingsnet.dk: <http://www.formidlingsnet.dk/>

Kulturministeriets *Udredning om museernes formidling*: <http://www.kum.dk/sw42125.asp>

Hikuins blodhævn: <http://www.hikuinsblod.dk/>

(links aktive 8. november 2009)