

Det personlige besøg

Personlige oplevelser på museet, formidlet via smartphones

Der ligger et uudnyttet potentiale for museerne i brugen af smartphones i museumsformidlingen. De fleste applikationer vi ser, bliver brugt i formidling i byrummet eller på åbent land, men smartphones kan også bruges indendøre på museerne. Ikke kun som en smart interaktions-gimmick, men til at løfte store opgaver og give de besøgende langt mere personlige oplevelser. Det drejer sig ikke blot om en omtænkning af brugen af applikationerne, men også grundlæggende ændringer i udstillingerne til et mere deltagende og inddragende fokus, som eksempelvis Nina Simon, direktør for Santa Cruz Museum of Art & History, er fortaler for i 'The Participatory Museum'.

Museernes nye muligheder

Siden 2007 er der kommet spændende nye muligheder til rådighed for museerne i form af lanceringen af Apples iPhone og den efterfølgende udbredelse af smartphones fra mange forskellige producenter til de vestlige forbrugere. Museerne har ikke været sene til at se potentialet heri, og har over de sidste par år arbejdet med at udvikle smartphoneapplikationer til brug i museumsformidling. Typisk for 'museumsapplikationerne' er dog, at de er udviklet til brug i en enkelt udstilling eller bruges i formidling af kulturhistorien uden for den traditionelle museumsbygning. Ofte har museernes ønske med satsningen på disse applikationer været at tiltrække publikumssegmenter, eksempelvis unge og teenagere, som normalt er underrepræsenterede på landets museer.

Denne satsning skal dog gennemtænkes, så man undgår at applikationerne alene fremstår som en smart formidlingsgimmick (Drotner et al. (red.) 2011: 183). Særlig potentiale findes i hvordan de kan inkluderes som underbyggende element i den forandring, som museumsfeltet undergår i denne årrække mod en mere dialogisk formidlingsform. De hidtidige applikationer er et udtryk for de samme traditionelle museumsoplevelser blot på en ny platform. Der er ikke som sådan noget nyskabende i at læse en tekst om en udstillet genstand på sin smartphone istedet for på et skilt. Kommunikationen er stadig énvejs og udnytter ikke det potentiale for dialog og samspil som ligger i smartphonemediet. Derfor tiltrækker det ikke nye publikummer, medmindre man grundlæggende ændrer formidlingsformen.

Nina Simon argumenterer i sin bog 'The Participatory Museum' (Simon 2010) for potentialet i den dialogiske museumsformidling: Hvordan museerne i højere grad kan tage højde for individets behov og understøtte sociale interaktioner mellem de besøgende.; hvordan museerne kan sikre de besøgendes deltagelse i museernes aktiviteter på en måde, som er til værdi både for museerne og de besøgende.; hvordan man kan sikre kvalitet i brugergenereret indhold, og hvorfor det er nødvendigt at holde op med udelukkende at se museumspublikummet som funktioner af deres demografiske identitet. Den sidstnævnte pointe understøttes af den amerikanske psykolog og sociolog John Falk, som gennem mere end tyve års kvalitative undersøgelser, har sat fokus på publikums motivation for at tage på museum, og hvordan det er bestemmende for deres ageren på museet (Drotner et al. (red.) 2011: 27ff, Falk 2009, Falk 2012.).

Det er relevant at forstå smartphoneapplikationernes potentiale i forbindelse med det paradigmeskifte, som beskrives af Falk og Simon. Både for at kunne levere bedre museumsapplikationer for de besøgende og levere oplevelser til det postmoderne museumspublikum, men så sandelig også for at arbejdet med applikationerne kan skabe større værdi for museerne. Museumspublikummet har udviklet et langt større behov for blive inddraget som aktive deltagere og kritiske forbrugere. Her har smartphones nogle helt unikke muligheder. Det er et stykke værktøj, som de besøgende selv bringer med sig, som de har en stærk tilknytning til, og som de er vant til at bruge til at kommunikere med via SMS, Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest etc. Der er altså mulighed for at lave

Tema: Digitalt museum

stærkt personlige museumsoplevelser og kommunikation gennem en bevidst brug af smartphoneapplikationer.

Inddragelse og deltagelse

Publikum ser hurtigt igennem, hvis et digitalt tiltag blot er klistret ovenpå udstillingen i et forsøg på at fremstå moderne og tidssvarende (Drotner et al. (red.) 2011: 183). Det betyder, at man bliver nødt til at omtænke selve formidlingen eller som minimum sam-tænke applikation og udstilling i stedet for at udvikle dem hver for sig. På den måde kan man sikre, at det bliver tydeligt, hvad applikationens formål er, og hvilken værdi den kan tilføre brugerens oplevelse.

Både det amerikanske og danske museumspublikum er dalende. (Moos og Lundgaard (red.) 2010, Moos og Lundgaard (red.) 2011, Kobbernagel et al. 2011). Gennemsnitsalderen for museumsgængerne er stigende, og der mangler tilslutning fra den yngre del af befolkningen og de etniske minoriteter. Simon mener, at museerne kan tiltrække nogle af de under-repræsenterede publikumsgrupper ved at invitere folk til aktivt at engagere sig som kulturelle deltagere og medskabere i stedet for at være passive forbrugere. Hun noterer sig, at der særligt gennem de sociale internetmedier er blevet etableret nye krav og forventninger hos de besøgende: Forventninger om adgang til et bredt spektrum af informationskilder og kulturelle perspektiver; forventninger om at kunne reagere på det, som man bliver præsenteret for, og at denne respons bliver taget alvorligt, samt forventninger om at kunne diskutere, dele og remixe det, som forbruges. Alt sammen udtryk for den postmodernistiske forbrugskultur, der i dag er slået igennem og som nutidens museer bliver nødt til at forholde sig til.

Dette betyder ikke, at man skal gå på kompromis med museets status som vidensautoritet. I højere grad skal man give mulighed for, at publikum kan udtrykke sig og give deres mening til kende. Give dem mulighed for selv at vælge den oplevelse de vil have. Ifølge Nina Simon er det afgørende for folks udbytte af museumsoplevelser, at de selv aktiveres og engageres som kulturelle bidragsydere frem for som passive forbrugere (Simon 2010: II). Museerne bør stræbe efter at blive til det, som Simon kalder for Participatory Cultural Institutions. Nina Simons egen definition heraf er: "a place where visitors can create, share and

connect with each other around content" (Simon 2010: II). Museerne skal altså i langt højere grad fungere som sociale samlingssteder, hvor folk selv kan udfolde deres ideer og kan mødes omkring en fælles interesse og diskutere denne. Ideen om det deltagende museum og inddragelsen af publikum, som medskabere af museumsoplevelsen, ligger i direkte for-længelse af introduktionen af interaktivitet i museumsformidlingen. Traditionelt set har interaktivitet i højere grad været implementeret på naturvidenskabelige museer og museer specifikt henvendt mod børn (Drotner et al. (red.) 2011: 126), men tiltræknings-kraften i både interaktivitet og inkluderende del-tagelse motiverer i den grad også voksne.

Forskellige former for deltagelse

En af Nina Simons vigtigste pointer i forhold til at engagere sit publikum til deltagelse er at tage udgangspunkt i den personlige indgangsvinkel (Simon 2010:22). Det kan argumenteres, at der findes lige så mange personlige indgangsvinkler, som der findes personer, og det kan virke som en uoverkommelig opgave at tilbyde muligheder for opfyldelse af alle disse behov. Særligt hvis man gør sig den fejlantagelse at tro, at alle publikummer har lyst til at deltage på samme måde og niveau. Der er mange forskellige måder at facilitere større dialog og brugerinddragelse på, som ikke nødvendigvis involverer, at brugerne skal skabe konkret indhold til museumsudstillingerne. Noget som ofte bliver overset i etableringen af interaktive museumsinstallationer.

Nina Simon refererer her til en undersøgelse af, hvordan forskellige grupper anvender sociale web-steder, hvor brugerne kan deltage aktivt og generere indhold. Undersøgelsen (Simon 2010: 8) identificerer her 6 forskellige typer brugere, som direkte kan over-sættes til publikums brug af museumsudstillinger:

Skabere, som producerer indhold til siden, eksempelvis uploader videoer eller billeder eller skriver blogs.

Kritikere, som anmelder indholdet, vurderer dets værdi (hvis siden eksempelvis har et rating system) og kommenterer på indholdet.

Samlere, som organiserer og indsamler links og indhold til eget eller fælles brug.

Medløbere, som opretter profiler i systemerne, eksempelvis på Facebook eller LinkedIn.

Observatører, som læser blogs, ser videoer og besøger sociale websteder.

Inaktive, som ikke benytter sig af denne slags websteder og systemer.

Det interessante ved denne kategorisering er, at det kun er en meget lille del af brugerne, som reelt har interesse i at være skabere i de fleste sammenhænge (Simon 2010: 8-9). På en hjemmeside som youtube.com er det under 1% af brugerne som rent faktisk uploader videoer. Resten af brugerne deltager ved at kommentere og dele videoer. Ikke ved at producere dem selv. Derfor har man også valgt at fokusere funktionaliteten på at det skal være nemt at samle, dele og kommentere på videoer fremfor at uploade videoer.

Museumsinstallationer som giver mulighed for bruger-genereret indhold har oftest udelukkende fokuseret på 'skabere' og muligheden for at kunne udtrykke sig frit og kreativt (Simon 2010: 12). Langt størstedelen af brugerne fordeler sig dog på de andre kategorier. Det kunne derfor være oplagt for museerne at fokusere på andre dele af de deltagende publikummer end skabere. Fokuserer man udelukkende på 'skabere', ignorerer man en meget stor del af publikummet, som faktisk ønsker at deltage aktivt i museets aktiviteter, blot ikke på den måde som der traditionelt lægges op til.

Det interaktive museumskort

Smartphonen giver som sagt nogle helt unikke muligheder. Med en GPS-funktion, konstant kontakt til internettet samt Bluetoothfunktion er interaktionsmulighederne – ikke bare med udstillingen, men også med de andre brugere – mangfoldige.

Jeg vil her skitsere en applikation, som jeg mener mange museer vil kunne drage en formidlingsmæssig fordel af. Applikationen er bygget op som et museumskort. Brugeren kan se en plan over museet og er selv markeret med en pil, som det kendes fra GPS-systemer. Istedet for at følge en rute gennem udstillingen som museet på forhånd har valgt, vælger brugeren blot en genstand eller et tema, som har interesse. Applikationen viser herefter den hurtigste

rute hen til den relevante genstand. Ved ankomst til genstanden aktiveres, via Bluetooth eller en QR-kode på genstanden, visningen af et stykke tekst om genstanden. I teksten er særlige ord fremhævet og fungerer som links til andre genstande i udstillingen. Ved at klikke på et link bliver man så ført hen til denne næste genstand og så fremdeles.

Nogen brugere synes den bedste måde at gå igennem en udstilling er kronologisk. Fra stenalder over bronzealder til jernalder. Andre vil helst kun se på beklædningsgenstande og er ligeglade med potter, krukker, landbrugsværktøjer eller våben. Disse brugere kan få lov til at vælge hver deres rute gennem museet og får dermed hver især en helt personlig oplevelse. Der er endda rig mulighed for at få en helt forskellig oplevelse fra besøg til besøg, selvom der er tale om samme besøgende og samme udstilling.

Man kan forestille sig, at folk kunne gemme deres ruter, dele dem med andre brugere og anmelde hinandens ruter, udvælge de bedste eller markere personlige favoritter. På denne måde kan man inkludere en stor del af valgfrihed og personlig oplevelse i museumsbesøgene samtidig med, at man kan tale til forskellige typer af brugere. 'Skabere' kan lave ruter til andre med forskellige temaer. 'Kritikere' kan anmelde forskellige ruter og udvælge dem de finder bedst. 'Samlere' kan få et nærmest uendeligt antal forskellige ruter at vælge imellem og 'medløbere' og 'observatører' kan selvfølgelig forbruge af oplevelserne på livet løs. Et eksempel på en GPS-båret museumsapplikation ved navn 'Explorerer' kan ses på hjemmesiden for American Museum of Natural History (Explorerer).

Applikationerne har altså en del andre anvendelser, end hvad de fleste museer benytter dem til. Som Matthew Fisher og Jennifer Moses påpeger i deres essay fra Museums and the Web 2013-konferencen (Fisher og Moses 2013), er der rigtig mange museer som bruger smartphoneapplikationerne forkert, fordi de eksisterende applikationer ikke støtter op om de brugerinddragende og sociale museumsoplevelser.

Endelig er der et hidtil uudnyttet potentiale i denne form for applikationer. GPS-funktionen kan bruges direkte til at supplere museerne med større viden om brugernes adfærd på museerne. Hvor vælger folk at gøre ophold? Hvorfor? Hvilke genstande er de mest

Tema: Digitalt museum

populære i museernes udstillinger? Ved at gemme data om folks placering i museet i løbet af deres besøg kan man få værdifuld data om museumspublikumets ageren. Man skal selvfølgelig informere de besøgende om dette og lade dem takke nej, men det er en dataindsamling, som kan klares med stort set intet ekstra arbejde fra de besøgendes side. Så der er et potentiale for, at rigtig mange intet vil have imod at lade sig 'optage', og dermed give museerne adgang til vigtig data til evaluering og videreudvikling af udstillingerne.

Endelig er der store fordele for museerne i de samarbejdsmuligheder, som den rigtige anvendelse af smartphoneteknologien kan medføre (Telle 2007). For det første ved deling af den indsamlede data, men i høj grad også ved at gå sammen om udviklingen af applikationerne. Med lidt omtanke er det muligt at lave nogle grundfunktioner, som er brugbare for de fleste museer. Man ville derved kunne spare både tid og penge på ikke at skulle udvikle hver eneste applikation fra bunden af.

Med den stigende bevidsthed hos det danske museumspublikum og den stigende konkurrence om publikummet fra andre oplevelsesinstitutioner er det essentielt, at museerne konstant udvikler sig og er blandt de fremmeste udbydere af gode, vedkommende og personlige oplevelser. Hvis de danske museer ønsker at forblive relevante overfor et ungt publikum, så kan de ikke tillade sig at ignorere hverken brugbare smartphoneapplikationer eller brugerinddragende museumsoplevelser. Og disse skal udarbejdes i samarbejde, ikke hver for sig.

Litteratur

Drotner, Kirsten, Berit Anne Larsen, Anne Sophie Løssing og Christina Papsø Weber (red.) 2011 *Det interaktive museum*. Samfundslitteratur, Frederiksberg C.

Falk, John 2009 *Identity and the Museum Visitor Experience*. Left Coast Press, Walnut Creek.

Falk, John 2012 *Museum Experience Revisited*. Left Coast Press, Walnut Creek.

Fisher, Matthew og Jennifer Moses 2013 *Rousing the mobile herd: Apps that encourage real space engagement*, udgivet i forbindelse med Museums and the Web 2013 konferencen. Tilgået Maj 2013 på:
<http://mw2013.museumsandtheweb.com/paper/rousing-the-mobile-herd-apps-that-encourage-real-space-engagement/>

Kobbernagel, Christian, Kim C. Schrøder og Kirsten Drotner 2011 *Unges medie- og museumsbrug: sammenhænge og perspektiver*, udgivet af DREAM – Danish Research Centre on Education and Advanced Media Materials. Syddansk Universitet, Odense.

Moos, Thyge og Ida B. Lundgaard (red.) 2010 *National brugerundersøgelse på de statslige og statsanerkendte museer i Danmark – 2009*. Kulturarvsstyrelsen, København.

Moos, Thyge og Ida B. Lundgaard (red.) 2011 *National brugerundersøgelse på de statslige og statsanerkendte museer i Danmark – 2010*. Kulturarvsstyrelsen, København.

Simon, Nina 2010 *The Participatory Museum*. Museum 2.0, Santa Cruz.

Telle, Mikkel 2007 *En usædvanligt sanselig oplevelse*. *Danske museer* Årgang 20, Nr. 1. 18 – 22.

Links

Museum 2.0, Nina Simons webblog
<http://museumtwo.blogspot.dk/>

Explorer
Hjemmeside for 'Explorer'-appen på American Museum of Natural History:
<http://www.amnh.org/apps/explorer>