

Referat fra Nyere Tids Netværks årsmøde 20. februar 2019

Kvindemuseet

Årets netværksmøde for Nyere Tid kom igen i år til at finde sted på Kvindemuseet. I år satte vi fokus på brugen af digitale installationer på museer.

I gennem de seneste 10-15 år er det flere gange blevet hævdet at IT i form af spil, interaktive installationer, inforskærme mv. er tidens løsning på moderne formidling. Vi bliver ofte mødt med kravet om mere IT i udstillingerne og der er masser af IT-virksomheder, der gerne vil sælge os deres produkter, men foretager de en seriøs evaluering af deres egne produkter, det være sig interaktive skærme, spil eller andet godt? Mange museer har gjort sig deres egne erfaringer – gode som dårlige. Og vi mener, at det kunne være godt med en erfaringsudveksling os museumsfolk imellem om, hvad vi oplever der virker og hvad der ikke virker. Og er der nogen der vil dele deres gode og evt. dårlige erfaringer med IT? Vi mangler mere viden om, hvad de forskellige IT løsninger rent faktisk kan og hvad vi kan forvente os.

Vi står ofte alene med en idé om at lave noget interaktivt, men vi mangler et fælles sprog om, hvad der er vores forventninger og ikke mindst et katalog af gode kritiske spørgsmål, man skal stille til udbyderne for at se, om de kan leve op til de krav, vi stiller med hensyn til indhold, form, brugervenlighed og helt praktisk i forhold til driftssikkerhed og holdbarhed.

Introduktion og velkomst

Dagen blev indledt af Torkil Adersen der kort summerede dagens tema og hovspørgsmål op: *De sidste 15 år er der blevet introduceret mange digitale muligheder og løsninger, men med dem kommer der også mange udfordringer. Tit virker det ikke. Også didaktisk er der udfordringer. Hvad for nogle gode spørgsmål skal man stille når man arbejder med digitale virkemidler?*

Signe Lykke Littrup, Performance Design, RUC: Museumsgæsters oplevelser med digitale installationer

Lykke Littrup er museumsinspektør på Frilandsmuseet og arbejder i sin Ph.d. afhandling (2016-2019) med 'post-fænomenologi', hvis fokus er samspillet mellem mennesker og teknologier. Hendes undersøgelsesfelt er konkrete museumsudstillinger, og hun har samlet empiri ved at interviewe og observere faktiske gæster i deres brug af formidlingsdesign, herunder digitale devices, virtuelle og augmentedede udstillingslag.

Ét af de resultater SLL er kommet frem til i sin analyse er, at teknologier ikke fungerer isoleret. Gæster bruger dem i samspil, og indbyrdes er teknologier med til at styrke og svække hinandens rolle. Eksempelvis kan en audioguide være excellent til at akkompagnere nogle gæster gennem en udstilling: Gæster der hurtigt bliver træt af tekst-læsning og som faktisk godt kan lide at gå lidt rundt for sig selv. Men det kan være frustrerende for andre. For nogle gæster er det nemlig vigtigt, at sludre med sine medgæster undervejs, og at kunne gå dybere ned i kildemateriale. For gæster med sådan nogle ønsker kan en iPad guide virke saboterende. Derfor anbefaler SLL på baggrund af sin forskning, at museer satser på forskellige

kommunikationsformer i udstillinger. At man ikke satser alt på én hest. For gæster er meget forskellige. Og de kan faktisk blive trætte af for meget af 'samme skuffe'.

Det er også vigtigt at være opmærksom på, at gæster overvejende er sociale, når de tager på museer. De vil gerne være sammen på andre måder. Der er rigtig mange måder at støtte gæster i at være sammen undervejs. Det kan være ved at gøre ting sammen, undergå samme forløb eller finde ud af ting. At være social sammen behøver ikke betyde, man skal kigge hinanden i øjnene eller snakke sammen fx. At være sammen i et nyt miljø, et spil eller på samme mission, er også socialt involverende. Denne side af det sociale er noget af det, virtuelle lag, og nye teknologier kan bidrage til.

En af de ting Lykke Littrup fremhæver som vigtig ny viden er, at gæster reagerer meget på udstillingsdesignet, altså formen, stemningen og de materielle måder udstillinger udtrykker sit emne på: Mange interviewpersoner følte sig eksempelvis draget af mørke og det grafiske udtryk, der var i "Hedeby, - vikingernes metropol", som var en særudstilling på Danmarks Borgcenter sommeren 2017: Stemninger og materialitet skaber forventninger og kommunikerer til gæster på et andet plan. Det kan motivere og skabe relation på andre måder end sproglig kommunikation. Nogle gæster bliver også lidt usikre af det. Så museer må gøre sig umage med sine former. For hvis gæster føler sig talt til gennem design, så kan det virkelig styrke oplevelser positivt.

På Mette Kanstrup spørgsmål: "Er det iPad'ens skyld at folk synes noget konkret om vores udstillinger? Er det ikke kurateringen der vinkler fortællingen?"

Svarer Lykke Littrup: "alle teknologier virker binært. De fremhæver, forstørre, muliggør og involverer noget. Og dermed rykker noget andet i baggrunden og forhindres. Det kan ikke være anderledes, så det er ikke en 'fejl'. Vi skal bare være bevidste om bagsiderne og tage hånd om dem også. Og mange gange er det først i brugen, vi opdager bagsiderne. Så må vi justere og lære af erfaringerne.

Sammenfattende beskrev Lykke Littrup 'oplevelser' som en kommunikations form der er god til at:

- Styrke erfaring. Gennem oplevelser kan museer styrke gæsters 1. persons erfaring med kulturhistorie
- Styrke gæsters egen menings-skabelse
- Muliggøre multisensorisk og non-verbale videns-former
- Involvere socialitet og handling. Gæster kan gøre ting sammen.

Skåret ned i punktform, kunne SLL konkludere:

1. Det er vigtigt for gæster at tonen bliver slået tydeligt an i starten af udstillingsbesøg, og at udstillinger er imødekommende.
2. Gæster udtrykker behov for at erfare. Finde ud af ting selv. Der skal være konkrete ting, ikke kun abstrakt viden
3. Der finder affekt- og atmosfære kommunikation sted. Gæster reagerer på de stemninger og udtryk i udstillingers materielle udformning

4. Der er en tendens til, at både gæster og museer forstår aktiviteter som noget, der er for børn. Hvilket er dumt, for forskning viser at meget læring og viden involverer kroppen og sanserne. Og også voksne gæster trænger til at 'prøve' og 'gøre'/ handle selv. Man kan ikke holde til at kun blive talt til hovedet.
5. Museumsbesøg er overvejende socialt motiverede. Derfor skal det at være sammen bygges ind i besøgs-design.

På Alexandra Damgaards spørgsmål, om voksne bruger de interaktive muligheder, selv når der ikke er børn, svarede Lykke Littrup, at både ja og nej. Det afhænger af hvem de voksne er, om de er modige nok til at 'turde' lege og om udstillingen er rammesat, så man forstår legen også har en alvorlig/ meningsfuld side.

Anne Sofie Vemmelund Christensen, Vardemuseerne. Vi bruger audioguides! To års erfaringer fra Tirpitz.

I Tirpitz læser man ikke – man lytter. Anne Sofie Christensen fortæller i dette oplæg om erfaringerne med deres audioguides.

Anne Sofie Christensens oplæg

Status: Åbnede med et brag, 300.000 besøgende det første år. Varde Kommune er en kæmpe turistkommune, kun overgået af København. Men konkurrerer med Aarhus, Billund etc. Tirpitz er lavet som svar på dette.

På Tirpitz ville de ikke lave et museum for sig selv og deres kollegaer (museumsverdenen), men feriegæsterne. Museet består af tre faste udstillinger. Alle med specifikke målgrupper. Den overordnede målgruppe er folk der interesserer sig for de konkrete landskaber.

-RAV: En æstetisk bevist udstilling, med det kvindelige publikum i fokus, men reelt for hele familien

-Den skjulte vestkyst: Målgruppen er ikke-brugerne (altså museumsgæster der normalt ikke går på museum?)

-En hær af beton: Familier med større børn, der skal have en social oplevelse

Audioguides

I udstillingerne er der kun audioguides og genstandstekster. Det gør at folk lytter i stedet for at læse.

Audioguiden er brugerteknisk simpel. Man peger og lytter. Skrue op og ned og pauser. Gæsten lytter kun med det ene øre. Super korte historier. Gennemsnit 30 sekunder. Ren essens. Teksten bliver læst højt af professionelle skuespillere. Her er diversitet af forskellige køn, alder og sprog mm, hvilket gør det levende.

Når man kun lytter med et øre, snakker man også sammen. Man er ikke lukket inde. Folk lytter i gennemsnit over en time pr. besøg. Der er næsten ingen touch-skærme, spil mm. Så man venter ikke. Mange kan være med om oplevelsen samtidigt. I et rum er oplevelsen en stor fælles "film".

De besøgende er begejstrede for audioguides og de digitale projektioner. Selv pensionisterne, der ikke var tænkt som målgruppen, har stor glæde ved det digitale. De døve og svagthørende, kan få alle historier udskrevet. På sigt vil der blive introduceret ipad/skærme. De blinde er rigtig glade for museumsoplevelsen. Også fordi de kan røre ved alt der ikke er i montre.

Christensen konkluderer: Det lønner sig at træffe nogle valg, med hensyn til målgrupper! Og følge dem til dør.

Spørgsmål:

Har i måtte revidere historierne?

Christensen: Nej det har fungeret fra dag ét. Måske har Tirpitz tabt nogle af de hard core historienørder.

Hvordan sikres driften?

Christensen: Det er værterne der står for rengøring mm. Audioguides bliver lejet, så de kan byttes når de ikke virker. Der kan skrues op og ned for mængden. Maks 500. De bliver styret online, så de kan tages af og på løbende.

Denne type audioguides er et udbredt Hollandsk fænomen, designfirmaet er også Hollandsk.

Har i haft nedbrud

Christensen: Der har ikke været et stort nedbrud, hvor alt er ned i lang tid.

Mette Kanstrup, MMEx: Valg og fravalg af IT

MMEx er stiftet af De Midtjyske Museers Udviklingsråd. MMEx er nu en selvstændig, national medlemsforening med formål at hjælpe museer med valg og fravalg af digital formidling. Foreningen er non-profit, hvor de danske museer deler specialkompetencer, sikrer at viden bliver videreført fra projekt til projekt og sikrer at det digitale ikke implementeres for sin egen skyld, men for at styrke formidlingen. Og så leverer MMEx uvildig rådgivning, uafhængig af leverandører og teknologier. De er museernes eksterne kollegaer. MMEx muger ud!

Kanstrup lagde ud med at pointere, at en væsentlig udfordring med de nye virkemidler er at der grundlæggende er udstillingsopbygningen mere kompleks end tidligere. Behov for at bide skeer med private aktører, som har interesse i at profilere egne produkter, øget behov for projektledelse, deadlines samt inddragelse af flere kompetencer og underleverandører

Hvorfor bør museerne bruge MMEx?

-For at få kvalitets videnformidling og brugeroplevelser, med indlevelse og læring, hvor det digitale er for formidlingens – ikke teknologiens skyld. Normalt reduceres antallet af digitale installationer med MMEx på banen

-Rigtig brug af digitale virkemidler

-Højere kvalitet for lavere pris (forhandling med leverandører med input fra MMEx)

-Holdbarhed i digitale udstillinger

-Tilgængelighed, også for handicappede

Hvad gør MMEEx i praksis:

-Nålestikskvalitetssikring

-Bygherrerådgivning

-Produktionsledelse ifht. AV

Kanstrup præsenterede følgende OBS-punkter

Plads i tidshjul	opgave	Formål og værdi
Før fondsansøgningen	Kvalitetssikring af arkitekternes tegninger/dimensioneringer. Arkitekter er sjældent helt skarpe på museumstekniske detaljer (strøm, kølling, krydsfelt mm)	-Skaber sikkerhed for, at der ikke kommer ekstra arkitektudgifter senere, hvis tegninger skal laves om -Efterinstallationer koster kassen
Før fondsansøgningen	Visionsforløb	-Giver overblik over de konkrete oplevelser, som digitale greb kan bidrage til -Giver overblik over organisatoriske krav til udviklingsprocessen -Kun relevante værdiskabende digitale installationer kommer med videre -Giver præcist budgetoverblik over hardware, software – og produktionsudgifter
Efter fondsbevilling, udviklingsproces	Hardware- og infrastruktur for alle AV installationer	-Sikrer driftssikkerhed og høj oppe-tid
Efter fondsbevilling, udviklingsproces	Produktionsledelse	Sikrer at museets egne medarbejdere kan fokusere på overordnet projektledelse og produktion af fagligt indhold
Efter åbning	Drifts- og vedligeholdelsesplaner	-Sikrer mindst mulige udgifter og til vedligehold - oppe-tid og driftssikkerhed

Spørgsmål

Hvad er den typiske dårlige ide?

Kanstrup: Museums app'en. Den gør nærmest aldrig noget godt. Bliver forældet i løbet af 1,5-2 år, pga. styresystemerne i telefonerne. Skærmen bringer sjældent noget godt med sig.

Kitt Boding-Jensen og Martin Brandt Djupdræt, Den Gamle By. Digitale installationer i udstillinger - fra koncept til intern organisering

(se også den vedhæftede præsentation)

Den Gamle By ønsker ikke at være kendt for det digitale. Men det digitale har en plads her, for det er godt at der er nogle steder, hvor man kan gå ind og interagere på en anden måde.

Når Den Gamle By laver nye udstillinger starter de med at lave konceptet

-Hvilken oplevelse skal gæsterne have? De tænker ikke så meget i alder og alt det der, men hvad er det for en historie, men mere: hvordan skal historien fortælles og med hvilke greb.

Aarhus Fortæller og det nye besættelsesmuseum

Vi ser en film om arbejdet og tankerne med den nu to år gamle byhistoriske fortælling om Aarhus.

-Det var vigtigt at tage udgangspunkt i, at det er en social oplevelse at gå på museum

-Al information skal være oplevelse, al oplevelse skal være informativt.

-"Vi stjæler med arme og ben" alt kan næsten refereres til et andet museum. Så de ved det virker

På Den Gamle By arbejder de med en række pejlemærker

-Stemning (er noget vi deler)

-Erindring (er noget du gerne vil fortælle til andre)

-Aktivitet (er det sociale når mere end én person kan følge med i aktiviteten)

-Hertil kom fokus, overblik og fascination.

Viste eksempel med digital scrapbog, der fungerer som medie, for personlige fortællinger fra den fremtidige besættelsesudstilling. Proof of concept.

Koordinering af det digitale og AV:

- det digitale koordineres, så erfaringer fra tidligere projekter tages med i nye projekter og standarder overholdes.

-Standard udstyr giver mindre bøvl efterfølgende

-Det er Den Gamle by, der kommer med kontrakten, ikke at den ikke kan laves om, men ens kontrakter giver et sammenligneligt grundlag, og vi sikrer i højere grad, at vi forstår betingelserne, vi laver kontrakt på baggrund af.

Opsummering:

-Koncept som styrende for processen

-Forarbejde betaler sig

-Koordinering er vigtigt

Den Gamle By bruger også MMEx, selvom museet kan meget selv.

Sidste sektion

Valg af nye koordinatører:

Troels Land og Alexandra Damgaard fortsætter, siden er Kristine Gaardhus fra Arbejdermuseet kommet til.

Ideer til nye emner:

-Tema om genstandenes autensitet

-Tema om medskabelse, hvordan styre man fortællingen?

-Museumsforskning

-Publikumsflow

Husk mødet ikke skal ligge i uge 7 eller 8.

Oplægsholderne har læst referatet igennem og haft mulighed for at kommentere indholdet.

Troels Land (referent)

Museumsinspektør på Det Grønne Museum