Unges nuværende og ønskede anvendelse af nyere interaktiv og digital museumsformidling

Kandidatspeciale
It, Læring og Organisatorisk Omstilling (ILOO)
Aalborg Universitet (København)

Forfatter: Kathrine Tækker
Vejleder: Rikke Ørngreen
Antal anslag: 191.886

Abstract

This thesis is based on a basic unawareness of young people's meeting with newer interactive and digital museum exhibitions. It concerns that there is limited research about what young people experience when museum exhibition and communication practice is interactive and digital, and when the are invited to a more active and dialogic behavior in the museum practice. This calls for qualitative insights and perspectives of the young people's use, experience and interactions in their meeting with interactive and digital museum exhibitions. Therefore, the thesis seeks to answer "*what do young people experience when the museum exhibitions is interactive and digital, with particular focus on the young people's experience of interactivity, participation and learning. This will lead to a recognition of how young adults want to use interactive and digital museum resources, and thereby identify factors, that can motivate and engage young people for museum visits.*" Therefore, the thesis includes two focus areas; One is to create deeper insights and knowledge about young people's use, experiences and interactions in their meeting with interactive and digital museum exhibitions. The second is to use these insights for institutional actionable changes, for the purpose of creating more relevant and inclusive museum experiences, that motivates and engages young people for museum visits.

To answer the problem statement, the study will be based on a multiple casestudy of young users' meeting with three selected interactive and digital exhibitions, namely Arbejdermuseet's exhibition 'Clever hands', Ragnarock's exhibition of 'the history and development of music and youth culture ' and the National Gallery of Denmark's digital guide 'Vizgu'. The case study is based on both observations and focus group interviews. Furthermore, the young users will be part of the comparative process in a final focus group interview, which concerns the young users' desired use. The theoretical aspects of the thesis will create an understanding of the human actions, experiences and perspectives, as well as the results of these, in affiliation of the interactive and digital museum resources. The theoretical foundation therefore includes new museology, interactivity, participation and learning.

The thesis shows that the young people experience the three interactive and digital museum exhibitions and communication practices very differently, which obviously have different effects on the young users. Arbejdermuseet's exhibition 'Clever hands' and Ragnarock's exhibition 'The history of youth culture' are both examples of how interactive and digital museum resources can create relevant, inclusive, valuable and even entertaining museum experiences for the young users. In contrast, the National Gallery of Denmark's digital guide 'Vizgu' is an example of, that interactive and digital museum resources do not always create relevant and engaging museum experiences, stated by that the young users find the application redundant. The multiple casestudy of young people's use leads to eight factors that include the young users' desired use of interactive and digital museum resources, including what motivates and engage the young people for museum visits. An important conclusion the thesis draws is that the young users have some basic negative perceptions of museums as dusty, exclusionary, irrelevant and unchanging places. However, it turns out that by visiting the three interactive and digital museum exhibitions, the young users actually discoverer what museums *also* are, which seem to draw the negative perceptions about museums in a more positive direction.

Indholdsfortegnelse

1. Indledning 6
1.1 Problemfelt 6
1.2 Problemformulering 7
1.3 Specialets genstandsfelt 8
1.4 Det kulturpolitiske udgangspunkt 12
1.4.1 Formidling i det kulturpolitiske felt 12
1.5 Afgrænsning 13
2. Forskningsfeltet 14
2.1. Gennemgang af forskning 14
2.2 Specialets placering i forskningsfeltet 16
3. Metode 17
3.1 Forskningsparadigme 17
3.2 Forskningstype 17
3.3 Forskningsdesign 18
3.3.1 Multi casestudie 18
3.3.2 Specialets struktur 18
3.4 Metodeovervejelser 19
3.4 Empiriske data 20
3.4.1 Udvælgelse af informanter 20
3.4.2 Litteratursøgning 21
3.4.3 Unge på museer 21
3.4.4 Observationsstudier 22
3.4.4.1 Etiske overvejelser ----22
3.4.5 Fokusgruppeinterview 22
3.4.5.1 Transskribering og databehandling ----23
3.4.6 Casestudie oversigt 24
4. Teori 25
4.1 Ny museologi 25
4.2 Interaktivitet 27
4.2.1 Begrebets oprindelse 27
4.2.2 Et nyt interaktivitetsbegreb 27
4.2.3 Udfordringer med det interaktive museum 27
4.3 Deltagelse 28
4.3.1 Den sociale dimension 28
4.3.2 Udfordringer med deltagelse 29
4.4 Læring 29
4.4.1 Læring i den museale praksis 30
4.4.2 De seks motivations- og læringsadfærdstyper 30
4.4.3 Den sociokulturelle betydning 32

4.4.4 En social læringsteori 32
4.4.5 Legitim perifer deltagelse 33
4.4.6 Kritiske overvejelser 33

5. Analyse 36

5.1 Domæne 36
5.1.1 Ny museologi 36
5.1.1.1 Fra autoritær formidler til flerstemmighed ----36
5.1.1.2 Fra dannelse til oplevelse ----37
5.1.1.3 Digitaliseringen ----37
5.1.2 De unge brugere 38
5.1.2.1 Hvorfor er de unge ikke-brugere? ----39
5.1.2.2 Oplevelse af museer ----40
5.1.2.3 Motiverende aspekter ----42
5.1.2.4 Identitetsrelaterede behov ----43
5.1.2.5 Legitim perifer deltagelse i den sociale praksis ----44
5.1.3 Delkonklusion 45
5.2 Anvendelse 48
5.2.1 Arbejdermuseet: Håndens arbejde 50
5.2.1.1 Formidling ----50
5.2.1.2 Oplevelse og læring ----54
5.2.1.3 Kontekstuelle aspekter ----57
5.2.2 Ragnarock: Ungdomskulturens historieudvikling 61
5.2.2.1 Formidling ----61
5.2.2.2 Oplevelse og læring ----67
5.2.2.3 Kontekstuelle aspekter ----69
5.2.3 Statens Museum for Kunst: Vizgu 74
5.2.3.1 Formidling ----74
5.2.3.2 Oplevelse og læring ----76
5.2.3.3 Kontekstuelle aspekter ----78
5.2.4 Komparative refleksioner 80
5.2.4.1 Det digitale (Interaktivitet) ----80
5.2.4.2 Det sociale (Deltagelse) ----81
5.2.4.3 Oplevelse er lig med læring ----82
5.2.4.4 Opfattelser og opfattelsesændringer ----83
5.2.5 Delkonklusion 84
5.3 Ønskede anvendelse 87
5.3.1 Handlingsrettede idéer 89

6. Diskussion 90

7. Konklusion 92

8. Referencer 94

Bilagsoversigt:

Bilag 1: Mailkorrespondance med udvalgte museer
Bilag 2: Telefoninterview, interviewguide
Bilag 3: Telefoninterview med Arbejdermuseet
Bilag 4: Forskningsfeltet, struktureret søgning
Bilag 5: Casestudie protokol
Bilag 6: Observationsstudie, Arbejdermuseet
Bilag 7: Observationsstudie, Ragnarock
Bilag 8: Observationsstudie, SMK
Bilag 9: Fokusgruppeinterview, efter museumsbesøg (guide)
Bilag 10: Fokusgruppeinterview, Arbejdermuseet (besvarelser)
Bilag 11: Fokusgruppeinterview, Ragnarock (besvarelser)
Bilag 12: Fokusgruppeinterview, SMK (besvarelser)
Bilag 13: Tematisk sammenfatning af casestudier
Bilag 14: Fokusgruppeinterview, ønskede anvendelse (guide)
Bilag 15: Fokusgruppeinterview, ønskede anvendelse (besvarelser)
Bilag 16: Tematisk sammenfatning af ønskede anvendelse

1. Indledning

"For at opnå denne evolutionære mutation af museet, må vi lære, hvordan vi gør cyberspace til et socialt rum. Det skal være et sted, og et middel, der tjener til interaktionen mellem mennesker, ikke kun idéer" (Dietz, 1999).

Sådan skrev Steve Dietz i en netpublikation om det fremtidige hybride museum tilbage i 1999. Et museum han kalder 'Museum 3.0' hvor egenskaber fra den digitale verden som multimodalitet, interaktivitet og kommunikation smelter sammen med de fysiske rum i den museale praksis (Larsen, Gade & Hansen, 2015, s. 11). Dietz's tanker om den museale forandringsproces kan i dag omtales som et markant paradigmeskift, der fortsat er aktuelt og stadig er i færd med at definere, hvad museumsinstitutionen er, kan og skal være i et samfund, der konstant udvikler sig som følge af nye digitale teknologier og dertil nye - og ændrede - ønsker og behov hos brugerne (Rudloff, 2013a, s. 73).

Hos de danske museer betyder den aktuelle udvikling, at de klassiske museale opgaver i større grad tænkes og forenes med digitale potentialer, til formål for at åbne museet op for dialog med det omgivende samfund (Larsen et al., 2015, s. 11). Denne udvikling indikerer derfor et markant rolleskift; fra en praksis der huser autentiske samlinger og genstande, der fagligt og autoritært formidles til beskuere, til en praksis der kommunikerer med offentligheden, og hvor der er plads til flerstemmighed. En flerstemmighed hvor brugerne i højere grad forventer at indtræde en mere aktiv rolle, når det kommer til at deltage, bidrage, dele og skabe nye meningssammenhænge i og omkring den fælles kulturarv (Rudloff, 2013a, s. 66; Kulturministeriet, 2010, s. 17). Netop derfor eksperimenteres der i disse år med mange nye digitale formidlingsformer, der, i kraft af teknologiernes multimodale og interaktive arkitektur, giver adgang til inkluderende formidling, der samtidig er med til at sætte kulturarven i et nyt lys, ved at levendegøre museernes samlinger samt fortællingerne om dem (Rudloff, 2013a, s. 71; Kulturarvsstyrelsen, 2009, s. 9). Dette skaber grobund for nye og anderledes kunst- og kulturoplevelser, hvor brugerne spiller en vigtig og mere aktiv rolle i museernes formidling. Dog stilles der også nye krav til museernes udstillings- og formidlingspraksis, da museerne bliver nødt til at forholde sig til den store sammensatte gruppe, som brugerne i samfundet udgør, på en helt anden måde end tidligere. Foruden at definere og imødekomme de mange målgrupper, og herunder tilgodese specifikke ønsker og behov, skal museerne også have adfærds- og brugsmønstre for øje, med henblik på at skabe vedkommende, engagerende og brugervenlige formidlingstilbud for alle (Løssing, 2015, s. 193).

1.1 Problemfelt

Slots- og Kulturstyrelsens seneste nationale brugerundersøgelse viser for tiende år i streg en skæv fordeling, i forhold til hvem der besøger de danske museer. Andelen af unge museumsbrugere mellem 14-29 år er nemlig stadig underrepræsenteret i forhold til den samlede andel i befolkningen, hvor kun 18% har besøgt et museum inden for et år (Slots- og Kulturstyrelsen, 2018, s. 8). Dette står i kontrast til befolkningsgruppen på

50+, hvor hele 54% er museumsbrugere (Slots- og Kulturstyrelsen, 2018, s. 9). Foruden at være overrepræsenteret er det også den ældre del af befolkningen, der vurderer deres museumsbesøg mest positivt, og dermed er mest tilfredse med den samlede museumsoplevelse (Slots- og Kulturstyrelsen, 2018, 14). Meget tyder altså på, at de danske museer stadig ikke formår at imødekomme den unge brugergruppe, både når det gælder om at motivere og engagere de unge til museumsbesøg, men også når det gælder om at skabe vedkommende og tilfredsstillende museumsoplevelser. Det er derfor bemærkelsesværdigt, at museerne, trods øget fokus på brugere, oplevelser og nye formidlingstilbud, stadig ikke lykkedes med at række ud til den bredere befolkning.

Flere danske undersøgelser peger imidlertid på, at digitale og interaktive museumsressourcer netop skaber de forudsætninger og potentialer, der skal til for at ændre karakteristikken af den typiske museumsbruger, idet det digitale muliggør nye og inkluderende fortællinger om kulturarven, der kan tiltrække brugergrupper, som ellers ikke er vante museumsbrugere (Kulturarvsstyrelsen, 2009, s. 3; Drotner, Weber, Larsen & Løssing, 2011, s. 18; Rudloff, 2011, s. 79). Blandt andet viser en undersøgelse af unges museumsbrug, at museerne gør nytte i at anvende digitale museumsressourcer, hvis de vil fange, fastholde eller ændre unges museumsinteresse (Drotner, 2015). Denne kendsgerning bakkes endvidere op af Kulturstyrelsens målgruppeundersøgelse af unge brugere samt ikke-brugere, hvor der efterspørges mere relevante og involverende formidlingstilbud, der faciliterer dialog og social interaktion på museerne (2012, s. 24). Meget tyder derfor på, at museerne gør rigtigt i, at følge med udviklingen når det kommer til digitale formidlingsløsninger, hvis de vil imødekomme de unge brugere. Men hvorfor er det så, at museerne og den unge brugergruppe stadig ikke mødes?

Denne problemstilling tager afsæt i en grundlæggende uvidenhed om den unge brugergruppes møde med nyere digitale og interaktive formidlingstilbud. Endvidere findes der kun begrænset forskning i hvad den unge brugergruppe oplever og erfarer, når museumsformidlingen er digital og interaktiv, og når der indbydes til en mere aktiv og dialogisk museumsadfærd (Slots- og kulturstyrelsen, 2018, s. 7; Rudloff, 2011, s. 79; Rudloff, 2013b, s. 76). Problemstillingen kalder derfor på større kvalitative indsigter i de unge brugeres anvendelse, oplevelser og erfaringer i og omkring museernes udstilling- og formidlingspraksis, herunder de unges oplevelse af interaktivitet samt nye deltagelses- og læringsformer, som de interaktive og digitale museumsressourcer faciliterer.

1.2 Problemformulering

> *Specialet vil undersøge hvad de unge oplever og erfarer når museumsformidlingen er interaktiv og digital, med særligt fokus på de unges oplevelse af interaktivitet, deltagelse og læring. Dette skal lede til en erkendelse af, hvordan de unge ønsker at anvende interaktive og digitale museumsressourcer, og derigennem identificere faktorer der kan motivere og engagere de unge til museumsbesøg.*

Ovenstående problemformulering har dermed to fokusområder; ét er at skabe dybere indsigt og forståelse for den unge brugergruppes perspektiver, opfattelser og interaktioner i relation til nyere interaktiv og digital museumsformidling. Noget andet er at bruge disse indsigter til mere handlingsrettede og forandringsmæssige aspekter i museernes udstillings- og formidlingspraksis, til formål for at skabe mere vedkommende museumsoplevelser, der kan motivere og engagere de unge til museumsbesøg.

Med udgangspunkt i ovenstående problemformulering må man da påpege, at den unge brugergruppe omfatter den "frie" unge, der selv til- eller fravælger museumsbesøg, hvorfor det netop er de unges egne (indre) motivationer, interesser og behov, der er i fokus. Af denne grund vil specialet ikke beskæftige sig med de unge, der besøger museer i forbindelse med obligatoriske og faglige skole- og uddannelsesforløb, da disse vurderes til at være præget af andre former for motivationer. Begreberne interaktivitet, deltagelse og læring, herunder motivation og engagement udgør desuden specialets teoretiske grundlag, hvorfor disse vil uddybes og begrebsliggøres i specialets teoriafsnit (jf. s. 28-39).

1.3 Specialets genstandsfelt

Genstandsfeltet for specialets undersøgelse vil baseres på et multi casestudie af unge brugeres møde, anvendelse og erfaringer med tre udvalgte interaktive og digitale udstillinger eller formidlingstilbud på tre forskellige statsanerkendte kunst- og kulturhistoriske museer på Sjælland. Netop kunst- og kulturhistoriske museer er valgt, idet den unge brugergruppe særligt er underrepræsenteret på disse museer, set i forhold til de naturhistoriske museer (Slots- og Kulturstyrelsen, 2018, s. 9). Valget af de specifikke museer knytter sig til udbuddet af udstillinger og formidlingstilbud i foråret 2019, hvorfor museernes egne hjemmesider, herunder beskrivelser af udstillinger og formidlingstilbud, har haft afgørende indflydelse på til- og fravalg af cases. Foruden at indeholde interaktive og digitale elementer, er de tre cases udvalgt på baggrund af selve indholdet, som udstillingerne faciliterer, hvor der er lagt særligt vægt på relevans i relation til den unge målgruppe.

Den første case er Arbejdermuseets udstilling 'Håndens arbejde', der tager de besøgende med ind i en verden af håndværk, faglig stolthed og kreativitet (Arbejdermuseet, 2019). Foruden at hylde den praktiske dannelse tager Arbejdermuseet også debatten om fremtidens arbejdsmarked og manglen på faglærte op. Udstillingen retter sig derfor både mod de faglærte i en hyldest til deres fag, men også den unge målgruppe, der netop står overfor - eller er midt i - et uddannelsesvalg (Arbejdermuseet, 2019). Udstillingen faciliteres gennem scenografi samt lys- og lydkulisser, hvorfor der både anvendes analoge og digitale formidlingsformer (Arbejdermuseet, 2019).

Den anden case er musikmuseet Ragnarocks hovedudstilling om ungdomskulturens historieudvikling fra 1950'erne og frem til i dag fortalt gennem musik. Selv skriver Ragnarock, at unge gennem musikken "*har flyttet grænser og påvirket samfundet gennem nye danseformer, forbrug, politiske holdninger, stiludtryk, brug af musikafspillere og nye teknologier*" (Ragnarock, 2019). Udstillingen består primært af interaktive og digitale installationer, der har til hensigt at skabe rum for aktivitet, sang og dans (Ragnarock, 2019).

Den sidste case er Statens Museum for Kunsts digitale formidlingstilbud, nemlig applikationen 'Vizgu', der er udviklet i forbindelse med projektet SMK Open (2016-2020), og som har til formål at gøre kunst tilgængelig, inkluderende og relevant for flere (SMK, 2019a). Vizgu er SMK's bud på en digital kunstguide, der kan genkende kunstværker ved brug af telefonens kamera, og herefter give informationer og fortællinger om det enkelte værk, både via tekst og lydspor (SMK, 2019b). Endvidere er der også mulighed for at gemme og dele favoritværker samt historierne om dem - også uden for museets fire vægge.

Foruden at indeholde interaktive og digitale elementer samt have relevans i relation til en ung målgruppe, er der blevet lagt vægt på at vælge tre udstillinger eller formidlingstilbud, der er forskellige i arten af interaktion samt i brugen af digitale museumsressourcer. Tager man Arbejdermuseets udstilling, Håndens Arbejde, gør de brug af en sammenkobling af både analoge og digitale formidlingsformer i udstillingen,

hvilket gør denne udstilling til den mindst digitale af de tre cases. I kontrast hertil, er Ragnarocks hovedudstilling udelukkende interaktiv og digital. App'en Vizgu er, modsat de andre to cases, et formidlingstilbud, der kan vælges til eller fra, og samtidig rækker ud over det faktiske museumsbesøg. Tilsammen skaber de tre cases et grundlag for så vidt muligt at afdække et bredt spektrum af interaktive og digitale museumsoplevelser.

1.4 Det kulturpolitiske udgangspunkt

For at skabe en forklaringsramme om museernes rolle og funktion i dansk kontekst vil der inddrages kulturpolitiske aspekter, da disse er med til at sætte rammerne for museumsinstitutionerne i Danmark. Alle statsejede eller statsstøttede museer, hvilket omfatter specialets genstandsfelt, er underlagt museumsloven, der er en lovgivningsmæssig ramme for museernes egen virksomhed og for det tværfaglige arbejde (Lyck, 2010, s. 33). Museumsloven blev vedtaget 1958, men er dog siden blevet ændret op til flere gange, idet samfundsudviklingen har påvirket museumsinstitutionen og dets samlinger og genstande, hvorfor der har været behov for ændret fokusering og profilering. Det egentlige formål med museumsloven er dog så godt som uændret, nemlig at museerne skal sikre og bevare den danske kulturarv og ligeledes sikre befolkningens adgang og mulighed for at tilegne sig viden om kulturarven og dens samspil med omverden (Lyck, 2010, s. 33-34; Retsinformation, 2019). Dette skal museerne gøre gennem museets fem søjler, der omfatter indsamling, registrering, bevaring, forskning og formidling, for på den måde at

1. aktualisere viden om den fælles kulturarv, og gøre den tilgængelig og vedkommende,
2. udvikle anvendelse og betydning af kulturarven for borgere og samfund og
3. sikre den fremtidige anvendelse (Retsinformation, 2019)

Foruden de fem søjler, tydeliggør museumsloven endvidere, at varetagelsen af den fælles kulturarv er en fælles opgave for alle museer, der er underlagt museumsloven, hvorfor museerne dermed er forpligtiget til samarbejde både i et lokalt, nationalt og globalt perspektiv (Retsinformation, 2019).

1.4.1 Formidling i det kulturpolitiske felt

I disse år er der netop øget kulturpolitisk fokus på formidling af den fælles kulturarv til den bredere del af den danske befolkning (Lyck, 2010, s. 45). Dette kommer blandt andet til udtryk i formidlingsrapporten 'Udredning om museernes formidling' fra 2006, hvor Kulturstyrelsen opfordrer til at udvikle og styrke professionalisering, selvrefleksion og selvkritik i forbindelse med museernes udstillings- og formidlingspraksis (s. 9). Baggrunden for formidlingsrapporten har afsæt i Kulturstyrelsens bevidsthed om, at museernes monologiske, autoritære og docerende formidling udelukker bestemte samfundsgrupper, hvilket i et kulturpolitisk perspektiv er et seriøst demokratisk problem, idet museerne skal være for alle (Lyck, 2010, s. 161). Dette danner grundlag for en række kulturpolitiske anbefalinger og investeringer, der sammenlagt skal sikre, at formidlingen af kulturarven skal gøres så inspirerende og vedkommende som muligt, så en større del af den almene befolkning vil benytte sig af museernes tilbud (Kulturstyrelsen, 2006, 15). Formidlingsrapportens anbefalinger værner specielt om øget og strategisk brug af interaktive og digitale

formidlingsformer, da disse synes at "*rumme store muligheder for at tilgængeliggøre materiale, men også muligheder for at formidle differentieret, engagerende og brugerinvolverende på nye måder og på tværs af institutionsgrænser*" (Kulturstyrelsen, 2006, s. 120). Således vidner rapporten om en høj kulturpolitisk prioritering af digital formidling i den museale praksis.

1.5 Afgrænsning

Da undersøgelsen tager udgangspunkt i tre aktuelle interaktive og digitale udstillinger eller formidlingstilbud på tre udvalgte museer, afgrænses der fra andre interaktive og digitale formidlingstilbud rundt om i landet, på baggrund af ressourcekrævende faktorer i form af distance, tid og informanter. Desuden er omfanget og udbuddet af cases afgrænset til, hvad der netop er på museerne i den aktuelle periode. Med henblik på museernes rolle og funktion i samfundet, vil der ydermere afgrænses fra en omfattende redegørelse af de danske museers lovmæssige forpligtigelser der omfatter alt fra politiske, økonomiske, sociokulturelle og pædagogiske aspekter i både lokal, national og global sammenhæng. I stedet vil specialet have fokus på de kulturpolitiske opfordringer, der omhandler museernes udstillings- og formidlingspraksis, da disse synes mest relevante i forhold til problemfeltet.

Specialet omfatter endvidere store mængder af empiriske data i forbindelse med de tre casestudier, hvorfor der fra start har været et ønske om et bestemt antal informanter, samt et ønske om kontinuerlig deltagelse under alle tre casestudier, for at skabe en sammenhængende, deltagende og komparativ proces sammen med specialets informanter. Dette ønske har dog været svært at opfylde til fulde, da det netop afhænger af de enkelte informanters muligheder for at deltage i dataindsamlingsperioden. Planlægningen af dataindsamlingen, herunder valg af datoer og tidsrum for udførslen af de tre casestudier, er derfor blevet arrangeret i fællesskab med informanterne gennem møde- og planlægningsværktøjet Doodle. Herefter er de dage og tidsrum, hvor flest informanter har angivet deltagelse, blevet valgt ud. Undervejs opstod der dog visse forhindringer hos flere af informanterne, hvorfor antallet af informanter varierer ved hvert casestudie. Trods disse planlægningsmæssige omstændigheder lykkedes det at fastholde flere af informanterne, hvilket til dels opfylder ønsket om en sammenhængende og deltagende proces.

2. Forskningsfeltet

Med henblik på at specificere det nuværende forskningsfelt og herunder placere specialets bidrag til forskningsfeltet, er der foretaget en struktureret søgning primært gennem Aalborg Universitetsbiblioteks databaser. Søgningen tager udgangspunkt i den overordnede problemformulering, og er derfor fokuseret på unge brugeres oplevelser og erfaringer med interaktiv og digital museumsformidling. Dette inkluderer også unges opfattelser af museer, da disse uundgåeligt er med til at påvirke unges adfærd i den museale praksis. Søgningen inkluderer både national og specielt international forskning inden for området, for at afdække et bredere spektrum af de mønstre der tegner sig i de museale institutioner. Da der søges efter aktuel forskning er litteratursøgningerne afgrænset til udgivelser fra perioden 2013 til 2019, og er desuden afgrænset til peer reviewed artikler for at sikre forskningsmæssig dybde og relevans. Den strukturerede søgningsproces kan ses i Bilag 4 (s. 15-18), hvor de specifikke databaser, søgeord og resultater fremgår. Ydermere fremgår en detaljeret oversigt over de udvalgte peer reviewed artikler, der gennemgås i det følgende afsnit.

Grundet tidligere beskæftigelse med unge og museer i 'Et inkluderende SMK' samt 'Levende kunst til levende mennesker' (Rode & Tækker, 2018; Tækker, 2018) er der forud for søgningsprocessen allerede en idé om, at der efterhånden eksisterer omfattende forskning og litteratur inden for museologien. Dog blev det i den strukturerede søgningsproces hurtigt klart, at forskning af unges anvendelse, oplevelse og erfaringer med interaktive og digitale museumsressourcer er meget begrænset, hvilket underbygger specialets problemfelt. Foruden af være begrænset i omfang, er der ligeledes visse faktorer, der skærper søgningsresultaterne væsentligt ind. Blandt andet inkluderer mange af søgningsresultaterne børn under søgeordene "young", "young adults", "young users" og "young people", hvorfor de ikke findes relevante. Desuden er søgningsresultaterne yderligere begrænset af, at de omhandler børn og unges formelle læring, herunder børn og unge der besøger museer som en del af et skole- eller uddannelsesforløb. Denne gruppe omfatter altså ikke den frie unge, der ud fra egen lyst, interesse eller motivation selv til- eller fravælger museer som fritidstilbud. Med disse faktorer i mente, leder den strukturerede søgning frem til fem relevante peer reviewed artikler.

2.1. Gennemgang af forskning

Med henblik på de fem artikler konkretiserer de sammenlagt en eller anden grad af uvidenhed om den unge brugergruppe, specielt i relation til nyere digitale formidlingstilbud, men i særdeleshed også i relation til hvad der skal gøre museerne attraktive og engagerende for et ungt publikum. Tzibazi påpeger, at nuværende forskning primært fokuserer på de unges holdninger og syn på museer, med henblik på at bygge bro mellem de institutionelle bestemmelser og den unge målgruppes ønsker og behov (2013). Han argumenterer dermed for en mangel på særligt kvalitativ forskning af unges engagement i relation til museer. Dette bakkes op af Manna & Palumbos undersøgelse, om hvad der kan gøre de Italienske museer mere attraktive hos et ungt publikum, der opfordrer til kvalitative undersøgelser, med henblik på at forstå rødderne til den unge brugergruppes engagement (2018). Dog har flere af de metodiske fremgangsmåder i forskningsfeltet afsæt i kvantitative datasæt. Blandt andet anvender Manna & Palumbo en kvantilregression, for at identificere

variabler, og dermed faktorer, der positivt påvirker unges museumsbesøg (2018). Endvidere anvender Drotner, Knudsen & Mortensen (2017) samt Coman, Rezeanu, Nechita & Coman (2018) kvantitative metoder, i form af spørgeskemaer. Sidstnævnte arbejder desuden med hypoteser inden for forskningsfeltet.

Både Shaw & Krug (2013) samt Coman et al. (2018) omfatter forskning indenfor specifikke digitale teknologier. Shaw & Krug undersøger, hvordan de unge bruger og engagerer sig i teknologi og digitale medier, med henblik på at designe et virtuelt rum for kultur, arv og etnicitet på Canadian Museum of Heritage and Immigration (2013). Her viser det sig, at de unge engageres når et sådant virtuelt rum tillader og fremmer deltagelse, kommunikation og samarbejde, hvorfor mange karakteristika fra de sociale medier fremstår som mest værdifulde (Shaw & Krug, 2013). Desuden understreger de vigtigheden i, at netop kultur, arv og etnicitet, skal formidles på en måde, der er meningsfuld og relevant for de unge, hvilket tyder på, at museer skal satse på skræddersyede strategier for at tiltrække et ungt publikum (Shaw & Krug, 2013). Coman et al. undersøger augmented reality (AR) som museumsformidling på et Rumænsk museum, herunder om AR kan forbedre de besøgendes tilfredshed, ændre museets image og skabe brand ambassadører (2018). I resultaterne står det klart, at de unge bedre kan acceptere museer som moderne og innovative rum, hvilket indikerer, at unge er mere tilbøjelige til at tilpasse sig fremtidens globale teknologier (Coman et al., 2018). Et andet vigtigt resultat angiver, at de fleste deltagere i undersøgelsen bedre kunne lide udstillingen med AR. Denne tilfredshed førte ligeledes til en positiv virkning på museets image, og skabte desuden unge brand ambassadører, der vil anbefale udstillingen til eget netværk (Coman et al., 2018). Også i Manna & Palumbos forskningsresultater står det klart, at brugen af digitale værktøjer imidlertid baner vej for personlig og interaktiv dialog mellem museerne og de unge, samt fremmer de unges engagement (2013). Dog synes der at være en sammenhæng mellem hvilket slags museum, der er tale om, og hvordan de bruger digitale værktøjer i formidlingen, hvorfor der er forskel på, hvad der engagerer de unge på små museer, i forhold til hvad der er engagerende på de store museer (Manna & Palumbo, 2013).

I Tzibazi (2013) og Drotner et al. (2017) undersøger de unges syn på museer, og udtrykker således nogle underliggende ekskluderende opfattelser af museerne, der har betydning for unges museumsbrug. Tzibazi undersøger de skjulte spændinger mellem de unge og museerne, ved at gennemføre et Participatory Action Research program (PAR) med de unge brugere, til formål for at skabe indsigt i inklusion og kulturelt engagement (2013). Forskningsprojektet er en reaktion på Storbritanniens New Labour Government Agenda for Social Inclusion, hvor flere museer har modtaget støtte til at skabe engagerende og inkluderende tiltag for den unge brugergruppe. Dog har der gennem en længere periode været pres for at demonstrere virkningen af disse tiltag. Resultaterne fra forskningsprojektet tyder på grundlæggende manglende engagement hos den unge målgruppe, hvorfor de unge mennesker identificeres som ligeglade med, hvad museer har at byde på (Tzibazi, 2013). Forskningsresultaterne opfordrer derfor til, at stimulere efterspørgslen for kulturelt engagement ved at bedre kunne forstå, hvad der motiverer de unge til at engagere sig i kultur (Tzibazi, 2013). Ligeledes undersøger Drotner et al., hvad unge brugere i alderen 13-23 år synes om museer, og hvordan disse synspunkter kan kategoriseres og artikuleres (2017). I modsætning til lignende studier, har netop denne undersøgelse et dobbelt analytisk fokus, hvorfor måden, hvorpå de unge formulerer deres

synspunkter, har analytisk betydning (Drotner et al., 2017). Resultaterne viser, at de mest fremherskende synspunkter om museer er 'spændende', 'uddannelsesmæssige' og 'kedelige'. Dog er der også flere unge, der formulerer "museer er spændende, hvis/forudsat af X", hvorfor både positive og negative faktorer er en del af synspunktet. Dette indikerer, at flere afviger fra den fælles tro på, at de fleste unge finder museer kedelige (Drotner et al., 2017)

For at sammenfatte gennemgangen af den nuværende forskning, tegner der sig visse mønstre:

- Der er en gennemgående uvidenhed om den unge brugergruppe i relation til, hvad der er motiverende og engagerende for dem.
- Der er nogle underliggende negative opfattelser om museet, der har betydning for unges museumsbesøg.
- Alt tyder på at digitale teknologier og medier i den museale praksis, har en positiv indvirkning på de unges engagement og opfattelser.
- Der er behov for skræddersyede strategier, der er meningsfulde og relevante, for at tiltrække den unge brugergruppe.

2.2 Specialets placering i forskningsfeltet

Ud fra gennemgangen af den strukturerede søgning og de fem udvalgte peer reviewed artikler, må man konstatere, at specialets problemområde omfatter en generel uvidenhed om, hvordan man kan gøre museer attraktive hos den unge brugergruppe, herunder hvad der motiverer og engagerer de unge i forbindelse med et museumsbesøg. Desuden tyder alt på at de digitale teknologier måske er kilden til et sådant engagement. Dog er der kun fortsat lidt viden om, hvilke faktorer ved digitale museumsressourcer, der bidrager positivt til de unges engagement. Specialets placering i forskningsfeltet vil altså gå mere i dybden med disse aspekter, ved at undersøge hvad de unge egentlig oplever og erfarer når museumsformidlingen er interaktiv og digital. Endvidere vil specialets undersøgelse gå kvalitativt til værks, da der både mangler og opfordres til sådanne tilgange i forskningsfeltet. Specialet vil dermed bidrage med mere dybtgående viden om de unges direkte anvendelse af interaktive og digitale museumsressourcer, og desuden inddrage en mere handlingsrettet tilgang, da undersøgelsen skal lede til en erkendelse og identificering af, hvilke faktorer der kan motivere og engagere de unge til museumsbesøg.

3. Metode

Specialets metodiske afsæt, herunder valg af forskningsparadigme, -type og design, knytter sig til det faktum, at der søges nye indsigter og erkendelser af den unge brugergruppes møde med interaktive og digitale museumsressourcer, med særligt fokus på de unges anvendelse, oplevelser og erfaringer med interaktive og digitale udstillinger eller formidlingstilbud. Ligesom med alt andet forskning, skal der derfor tages stilling til et par grundlæggende anskuelser, der er styrende for både forskningsprocessen samt udfaldet heraf (Launsø, Rieper & Olsen, 2017, s. 51). Disse anskuelser vil derfor konkretiseres, samt forstås og forbindes i tilknytning til det empiriske afsæt.

3.1 Forskningsparadigme

Det videnskabelige paradigme er med til at definere den virkelighed, der arbejdes med. Forskningsparadigmet er dermed både ledende og sætter grænser for søgen efter erkendelser, og danner endvidere grundlaget for de refleksioner og bevidste valg der skal tages i forbindelse med det metodiske afsæt (Launsø et al., 2017, s. 49 + 51).

Det metodiske afsæt tager udgangspunkt i de unge brugere, da det netop er deres opfattelser, perspektiver og handlinger der kan lede til en erkendelse af, hvad de unge oplevelser og erfarer, samt hvordan de ønsker at anvende interaktive og digitale museumsressourcer. Der arbejdes derfor inden for det åndsvidenskabelige forskningsfelt, hvilket gør de unge til undersøgelsens primære subjekt og kilde til empiri (Launsø et al., 2017, s. 64). Der arbejdes endvidere ud fra et subjektorienteret paradigme, hvorfor det er de unge brugeres subjektive opfattelser og beskrivelser, der er centralt (Launsø et al., 2017, s. 65). Det vil sige at viden og erkendelse udvindes direkte fra den unge brugergruppes perspektiv i den kontekstuelle praksis. Netop dette forskningsfelt betragtes imidlertid som et af de mere komplekse virkeligheder, da mennesker og sociale processer anskues som uforudsigelige, dynamiske og sammensatte fænomener (Launsø et al., 2017, s. 51). Det kræver derfor fortolkninger, for at kunne forstå hvad der netop sker i de unges møde med interaktive og digitale formidlingsformer, hvorfor specialet beskæftiger sig med det fortolkningsvidenskabelige paradigme (Launsø et al., 2017, s. 66).

3.2 Forskningstype

I tilknytning til det fortolkningsvidenskabelige paradigme, vil der anvendes særlige træk fra den forstående forskningstype, da det metodiske afsæt er orienteret mod at udvinde en dybdegående og indlevende forståelse af de unges subjektive perspektiver direkte i den kontekst, de indgår i (Launsø et al., 2017, s. 28 + 64). Endvidere er netop denne forskningstype særligt relevant i forhold til det overordnede problemfelt, idet søgen efter forståelse og erkendelse kan ligge til grund for ændringer og indsatser, der kan motivere og engagere de unge til museumsbesøg (Launsø et al., 2017, s. 30). Hvis man ser på relationen mellem de unge brugere og rollen som forsker, er denne relation både præget af nærhed og distance. Nærheden kommer særligt til udtryk under dataindsamlingen, hvor jeg som forsker indgår direkte i konteksten sammen med de unge brugere. Desuden er dataindsamlingsprocessen præget af engagement i at forstå og beskrive de unges

subjektive perspektiver (Launsø et al., 2017, s. 30 + 36). For at tilgå et nuanceret datagrundlag, vil der dog være behov for at jeg som forsker distancerer mig fra forskningsfeltet, og dermed fortolke de unges perspektiver udefra.

3.3 Forskningsdesign

Forskningsparadigmet og -typen leder tilsammen hen imod en meget kvalitativ tilgang til forskning, da kvalitative undersøgelser er mest egnet til at indfange, beskrive og forstå menneskelige og sociale fænomener og processer (Launsø et al., 2017, s. 51; Brinkmann & Tanggaard, 2015, s. 17). Et forskningsdesign der imødekommer denne kvalitative angrebsvinkel er casestudiet. Casestudiet er nemlig beregnet til at studere komplekse og kontekstafhængige fænomener, specielt når man kun har minimal kontrol over de begivenheder, der finder sted, og når grænserne mellem fænomen og kontekst ikke er eksplicitte (Launsø et al., 2017, s. 99; Yin, 2003, s. 13). Et casestudie kan dermed, i forlængelse af forskningsparadigmet og -typen, bidrage med en dybdegående og indlevende forståelse af de studerede fænomener, der kan lede til ny viden og erkendelser omkring de unges anvendelse og ønskede anvendelse af interaktive og digitale museumsressourcer (Yin, 2003, s. 2).

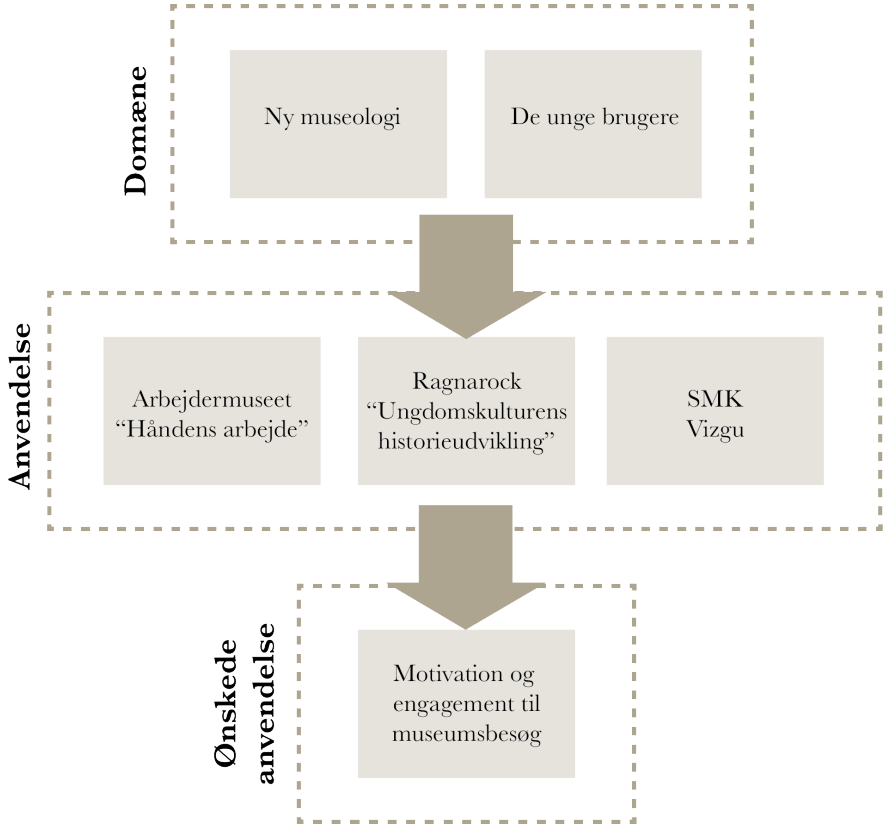
3.3.1 Multi casestudie

Da der ønskes at afdække et bredere spektrum af interaktive og digitale museumsoplevelser, tager undersøgelsen udgangspunkt i tre forskellige cases. Dette kaldes et multi casestudie, og anskues, sammenlignet med single casestudier, som mere overbevisende og robuste, da de tilsammen etablerer et mere nuanceret billede af virkeligheden (Yin, 2003, s. 46; Flyvbjerg, 2004, s. 467). Desuden er der analytiske fordele ved at arbejde med flere cases, da man da kan anvende komparativ metode, hvilket styrker undersøgelsens eksterne validitet og generaliseringsgrundlag (Yin, 2003, 53). For at understøtte det komparative grundlag vil casestudierne udføres i overensstemmelse med en casestudie protokol, der sikrer, at de samme procedurer går igen ved hver af de tre casestudier (Yin, 2003, s. 67; Bilag 5, s. 19-20). Protokollen sikrer, at den data, der indsamles, er relevant og fokuseret mod det overordnede problemfelt.

Ser man på casestudiets analyseenheder, er det de unge, og herunder de unges oplevelser, erfaringer og handlinger, der er undersøgelsens primære analyseenhed. Dog vil undersøgelsen også være åben for analytiske underenheder, da både museerne samt museernes øvrige gæster kan have indvirkning på de unges indtryk, handlinger og samlede museumsoplevelse. Når et multi casestudie omfatter flere analyseenheder kaldes det et embedded casestudie design (Yin, 2003, s. 40). Netop et embedded design er fordelagtigt i dette multi casestudie, fordi det respekterer kompleksiteten i, at menneskesker og sociale systemer er betinget af de gældende omgivelser og omstændigheder (Launsø et al., 2017, s. 102).

3.3.2 Specialets struktur

For at konkretisere det samlede forskningsdesign, vil specialets proces, struktur og analyseopdeling visualiseres. Dette vil give et samlet overblik over specialets elementer og delelementer.



Figur 1: Specialets struktur, egen grafisk fremstilling.

3.4 Metodeovervejelser

Da forskningen udelukkende baseres på fortolkninger og forståelser af den unge brugergruppes opfattelser, handlinger og perspektiver, er det nødvendigt at medtænke kritiske overvejelser, da disse ligger til grund for undersøgelsens validitet og reliabilitet. Med afsæt i det fortolkningsvidenskabelige paradigme, bør man da være opmærksom på, at der fortolkes på virkeligheder, der allerede er fortolket af undersøgelsens informanter. Dette betyder, at egne fortolkningsbaserede virkelighedssyn og -forståelser uundgåeligt er en del af den samlede fortolkning, hvorfor der tages forbehold for dobbelt hermeneutik (Launsø et al., 2017, s. 66 + 67). Dog kan man argumentere for, at egne virkelighedssyn og forståelser ligger meget tæt op af den unge brugergruppe, idet jeg selv er en del af denne målgruppe. En anden faktor der gør sig gældende, når man arbejder med det fortolkningsvidenskabelige paradigme, er, at der fortolkes ud fra et helhedskriterie, hvilket betyder, at sociale og institutionelle fænomener og processer inddrages i den samlede fortolkning (Launsø et al., 2017, s. 34). Dette begrunder valget om et embedded multi casestudie, da der netop optræder indlejrede analyseenheder, såsom museets medarbejdere samt andre museumsgæster, i den kontekstuelle praksis. De indlejrede analyseenheder anses som påvirkelige fænomener, der kan have indflydelse på, hvordan de unge opfatter, handler og interagerer i den kontekstuelle museale praksis. Endvidere skal man være opmærksom på spejlkriteriet, der forudsætter, at de unge informanter genkender deres egne perspektiver og opfattelser i det fortolkede, hvilket kan imødekommes ved, at det transskriberede datamateriale gennemlæses og godkendes af informanterne (Launsø et al., 2017, s. 34).

Med henblik på casestudiet som forskningsdesign og -metodologi er der desuden visse kritikpunkter og misforståelser, der kan korrigeres. Det mest fældende kritikpunkt når man arbejder med casestudier er nemlig, at man ikke kan generalisere ud fra ét eller få tilfælde. Denne kritik bunder ofte i en sammenligning med andre mere kvantitative metoder samt en prøveudtagningslogik, hvor der anvendes formel og statistisk generalisering (Launsø et al., 2017; 102; Flyvbjerg, 2004, s. 465; Yin, 2003, s. 37). Dog argumenterer samfundsforsker Bent Flyvbjerg for, at statistisk generalisering er en overvurderet kilde til videnskabelig udvikling, da denne form for generalisering blot er én af mange måder, hvorpå viden kan indsamles og akkumuleres (2004, s. 471). Kritikken anskues derfor som misvisende og ukorrekt. Han argumenterer endvidere for, at nøje udvalgte cases kan bidrage med dybdegående, nuanceret og værdifuld viden, der ikke kan erstattes med statistisk generalisering (Flyvbjerg, 2004, s. 471).

3.4 Empiriske data

Med udgangspunkt i ovenstående metodeovervejelser, vil der nu redegøres for undersøgelsens empiriske data. Da det metodiske afsæt leder hen imod en kvalitativ tilgang til dataindsamling, vil det samlede datasæt bestå af observationsstudier i relation til de tre interaktive og digitale udstillinger/formidlingstilbud på de tre udvalgte museer. Desuden vil der udføres et fokusgruppeinterview efter hvert besøg, for at kunne skabe en vurderende og reflekterende dialog med udgangspunkt i den unge brugergruppes subjektive opfattelser, interaktioner og erfaringer direkte i tilknytning til udstillingen/formidlingstilbuddet. Efter alle casestudierne er udført, vil der udføres endnu et fokusgruppeinterview, der vedrører de unges ønskede anvendelse af interaktive og digitale museumsressourcer, for at skabe en mere handlingsrettet dialog om hvad der kan motivere og engagere de unge til museumsbesøg. På denne måde indgår informanterne også i den komparative proces.

3.4.1 Udvælgelse af informanter

Multi casestudiet, herunder både observationsstudierne samt fokusgruppeinterview, vil inkludere minimum to informanter i alderen 24-29 år, hvilket gør dem til en del af den underrepræsenterede brugergruppe. Et af kriterierne for undersøgelsen er, at ingen af informanterne har set udstillingen/formidlingstilbuddet før, for at sikre, at det er informanternes umiddelbare førstehåndsindtryk, der tilkendegives. Udvælgelsen af informanterne knytter sig desuden til det faktum, at forskningstilgangen både er ressourcekrævende når det kommer til tid, relationsopbygning, nærhed og engagement. Derfor er undersøgelsens informanter fundet i eget netværk, og har ydermere kendskab til hinanden forud for undersøgelsen. Dette gør, at der allerede er etableret en åben og fortrolig relation, hvilket kan have betydning for både udfoldelse i relation til de interaktive og digitale museumsressourcer/formidlingstilbud, samt have betydning for dialogen i undersøgelsens fokusgruppeinterview, da de, på grund af relationen, allerede kan føle sig trygge i at tilkendegive deres subjektive meninger og perspektiver. Relationen til informanterne bevirker også, at der i forvejen er kendskab til informanternes museumsbrug, hvorfor informanterne både inkluderer ikke-brugere og regelmæssige brugere af museer. Endvidere er informanternes grundlæggende forståelse for det overordnede emne ikke uvant, idet nogle af informanterne tidligere har deltaget i egne forskningsprojekter,

nemlig 'Et inkluderende SMK' og 'Levende kunst til levende mennesker' (Rode & Tækker, 2018; Tækker, 2018). Dog må man påpege, at der både er et anderledes tag på problemfeltet, og optræder desuden i nye kontekstuelle rammer, hvorfor informanterne ikke er 'farvet' af den grund. Af hensyn til etiske overvejelser i tilknytning til anonymisering af de udvalgte informanter, har alle informanter indvilliget i at personliggøres, hvorfor deres navne, alder og beskæftigelse vil være at finde både i specialets empiriske datasæt og analyse. Desuden vil der i forbindelse med casestudiets observationsstudier også fremgå billeder af informanterne. Med henblik på denne personliggørelse, har informanterne alle fået tilbuddet om at gennemse eller -læse de empiriske data, så de er bevidste om, hvordan de fremstår, både i forhold til den billedlige fremstilling, men også i forhold til deres udtalelser og perspektiver. På denne måde imødekommes personlige etiske standarder.

3.4.2 Litteratursøgning

I forbindelse med specialets overordnede problemfelt er der foretaget en semistruktureret søgning på bibliotekernes hjemmesider og databaser hos Københavns Kommune, Frederiksberg Kommune og Aalborg universitetsbibliotek og endvidere gennem søgninger på Google.dk. Dette er gjort for at erhverve en bred forståelse og viden indenfor problemfeltet og domænet, herunder ny museologi, interaktiv og digital museumsformidling samt de unge som museumsbrugere. Desuden er søgningerne også anvendt til at udforske og udvælge cases til multi casestudiet. For at specificere metoder og teorier, er der, udover at anvende kendt litteratur fra undervisning og tidligere opgaver, også foretaget semistrukturerede søgninger for at udforske relevante metodiske- og teoretiske tilgange og perspektiver. Med henblik på at afdække det nuværende forskningsfelt (jf. 2. Forskningsfeltet, s. 9-12), er der specifikt blevet søgt efter aktuel national- og specielt international forskning samt peer reviewed artikler, hvorfor netop denne søgning har været i en struktureret form. Søgningen er foretaget i samarbejde med Aalborg Universitetsbibliotek, der har vejledt i søgningsprocessen, herunder strukturering, valg af søgeord ect.

3.4.3 Unge på museer

Da domænet omfatter definering og konkretisering af de unge brugere og deres museumsbrug, vil der tages udgangspunkt i større kvantitative og kvalitative undersøgelser, herunder Slots- og Kulturstyrelsens nationale brugerundersøgelse (2018) samt artiklen "Hvem er museernes ikke-brugere", udgivet af Line Bjerregaard Jessen i samarbejde med Slots- og Kulturstyrelsen (2018). Desuden vil der også tages udgangspunkt i Kulturstyrelsens målgruppeundersøgelse om unges museumsbrug fra 2012, da disse indeholder et omfattende datasæt om den unge brugergruppes generelle museumsadfærd. Man må bemærke, at sidstnævnte er en lidt ældre undersøgelse i forhold til de resterende undersøgelser. Derfor vil resultaterne fra målgruppeundersøgelsen i 2012 opvejes og sammenholdes med både den nationale brugerundersøgelse samt ikke-bruger undersøgelsen, der begge er fra 2018. Dette vil medvirke til et repræsentativt datagrundlag i karakteristikken af de unge brugere.

3.4.4 Observationsstudier

Som en del af multi casestudiet vil der foretages et observationsstudie på hver af de tre museer. Observationer er nemlig særligt relevante, når man vil udforske sociale fænomener og processer, da der her er mulighed for at afkode handlinger, interaktioner og generel adfærd direkte i tilknytning til den interaktive og digitale formidling (Launsø et al., 2017, s. 119). Endvidere kan observationerne være en vigtig kilde til at demonstrere, at informanternes mundtlige opfattelser og perspektiver stemmer overens med det observerede. Observationsstudierne er specielt fokuseret mod de unges interaktion med de digitale formidlingsløsninger. Dog vil observationerne være åbne for andre aspekter, herunder museets medarbejdere og museets øvrige brugere, der kan have indvirkning på de unges interaktioner og opfattelser i den museale praksis. Observationsstudiet knytter sig derfor til en semistruktureret observationsguide, som fremgår i casestudie protokollen (Bilag 5, s. 19-20). Desuden vil min rolle som forsker være deltagende, for at sigte efter en naturlig rolle i de sociale processer, der udspiller sig (Launsø et al. 2017, s. 116). Observationerne dokumenteres både i fotos samt i feltnoter, der er skrevet ned både under og efter casestudiet, med henblik på at bevare alle de umiddelbare detaljer og indtryk så godt som muligt (Bilag 6, s. 21-29; Bilag 7, s. 30-46; Bilag 8, s. 47-65).

3.4.4.1 Etiske overvejelser

Med henblik på observationsstudiet, er det relevant at medtænke etiske overvejelser. For det første må det slås fast, at alle informanterne er velvidende om, at de bliver observeret. Dog er observationerne, i tilknytning til museets personale, museets øvrige gæster og andre aspekter der måtte have indvirkning på informanternes opfattelser og interaktioner, skjulte, hvilket kan drage nogle etiske dilemmaer i forhold til samtykke til at være med i undersøgelsen. For at imødekomme et mere etisk grundlag, vil der derfor optræde stærke anonymiseringer.

3.4.5 Fokusgruppeinterview

Efter observationsstudiet på hver af de tre museer, vil de samme informanter deltage i et fokusgruppeinterview på ca. en times varighed, for at starte en vurderende og reflekterende dialog omkring museumsbesøget, med særligt fokus på deres subjektive opfattelser, erfaringer og oplevelser i tilknytning til den pågældende interaktive og digitale udstilling eller formidlingstilbud. Fokusgruppeinterviewet vil skabe en dybdegående forståelse og indsigt i relation til de unges anvendelse af digitale museumsressourcer. Interviewet vil være semistruktureret med udgangspunkt i en interviewguide (Bilag 9, s. 66). Dette medvirker til, at dialogen er mere flydende og åben overfor nye opklarende spørgsmål og uddybninger (Launsø et al., 2017, s. 113). Desuden bidrager den semistrukturerede form til, at samtalen kan udvikle sig til en fuldstændig informantstyret dialog, hvor informanternes virkelighed - som de subjektivt opfatter den - er i centrum. Min rolle som forsker er derfor præget af en ordstyrende rolle, med henblik på at indskyde med relevante problemstillinger eller uddybninger, og desuden holde fokus. De tre fokusgruppeinterviews er transskriberet i Bilag 10, Bilag 11 og Bilag 12 (s. 67-114). Efter hver af de tre casestudier er afholdt, vil der slutteligt udføres endnu et fokusgruppeinterview med samtlige informanter, der har deltaget i undersøgelsen. Dette interview vil, i modsætning til de foregående, være præget af en mere handlingsrettet dialog omkring

de unges ønskede anvendelse af interaktive og digitale museumsressourcer. På samme tid vil samtalen være en sammenfatning af de unges oplevelser, opfattelser og erfaringer i relation til hver af de tre udstillinger og formidlingstilbud (Bilag 15, s. 117-142). Samtalen vil derfor lede hen imod hvilke faktorer, der tilsammen kan være med til at motivere og engagere de unge til museumsbesøg. Fokusgruppeinterviewet vil, ligesom de andre, være i en semistruktureret form for at understøtte en åben og dynamisk dialog (Bilag 14, s. 116).

3.4.5.1 Transskribering og databehandling

Alle fokusgruppeinterviews er optaget via telefon, hvorfor alle lydoptagelser transskriberes. Transskribering har til hensigt at indfange meningsindholdet i det sagte talesprog, og er dermed med til at lette både fortolknings- og analyseprocessen, da dataene på denne måde fastholdes (Brinkmann & Tanggaard, 2015, s. 43). For at tage hensyn til og understøtte den levende og dynamiske dialog, vil transskriptionen bære præg af at gengive den mundtlige repræsentation og ordlyd så præcist som muligt, blandt andet ved at anvende tankestreger ved indskudte og ufuldendte sætninger. Desuden er transskriptionen foretaget umiddelbart efter hver af de fire fokusgruppeinterview, for at huske og bevare de mundtlige repræsentationer så godt som muligt.

Det samlede empiriske datamateriale gennemlæses af flere omgange med henblik på at skabe et overblik over materialets omfang og indhold. Dette synes desuden at være en stor del af både forståelses- og fortolkningsprocessen, da der allerede fra første gennemlæsning skabes viden og erkendelser om de unges opfattelser, perspektiver og interaktioner under de tre museumsbesøg. Gennemlæsning må da vurderes til at være et analyseredskab i sig selv (Brinkmann & Tanggaard, 2015, s. 47). Datasættet fra de tre casestudier vil efterfølgende gennemlæses særskilt fra hinanden, for at gå helt i dybden med det enkelte casestudie. I den forbindelse anvendes der kodning, der som analyseredskab sammenfatter datasættet i temaer og mønstre, til formål for at beskrive, forstå og fortolke meningsindholdet (Brinkmann & Tanggaard, 2015, s. 47). Desuden er kodningsprocessen med til at strukturere og organisere datasættet, hvilket understøtter det komparative grundlag i det samlede multi casestudie (Yin, 2003, s. 26; Brinkmann & Tanggaard, 2015, s. 47). Kodningsprocessen er primært foretaget i hånden på det udskrevne datamateriale. I de første gennemlæsninger er der blevet noteret løbende, hvorfor kodningen må betegnes som induktiv og datastyret. Dette valg er taget for at være åben over for alle opfattelser, perspektiver og holdninger, som de unge informanter ytrer i relation til specialets problemfelt. De datastyrede koder vil dog relateres til begrebsstyrede temaer, der udspringer fra specialets teoretiske grundlag og eksisterende litteratur, nemlig temaerne *Formidling*, *Oplevelse og læring,* og *Kontekstuelle aspekter* (Bilag 13, s. 116-144). De begrebsstyrede temaer er anvendt for at lette strukturingen af datamaterialet og det komparative grundlag, hvorfor de vil fremgå i hver af de tre casestudier. Dog vil de datastyrede koder medvirke til, at hvert datasæt indeholder forskelligartede temaer, da disse er relateret til den kontekstuelle praksis og den pågældende interaktive og digitale udstilling eller formidlingstilbud. De datastyrede temaer fremgår i Bilag 13 (s. 116-144).

Fremgangsmåden for databehandlingen i det komparative og handlingsrettede fokusgruppeinterview er delt op i to. Den første kodning omfatter det komparative grundlag, hvorfor kodningen primært har fokus på at sammenligne og kontrastere hver af de tre casestudier, med udgangspunkt i de unges opfattelser, perspektiver og holdninger om hver af de tre udstillinger eller formidlingstilbud. Kodningen vil som den foregående fremgangsmåde være induktiv og datastyret ved de første gennemlæsninger. De datastyrede koder vil derefter struktureres under temaerne; *Det digitale (Interaktivitet)*, *Det sociale (Deltagelse)*, *Læring er lig med oplevelse* og *Opfattelser og opfattelsesændringer* (Bilag 16, s. 172-178). Den anden kodning omfatter en mere handlingsrettet tilgang, hvor der er fokus på, hvordan de unge ønsker at anvende de interaktive og digitale museumsressourcer. De overordnede temaer er derfor *Motiverende og engagerende faktorer*, *Kritiske og begrænsende faktorer* samt *Handlingsrettede idéer* (Bilag 16, s. 178-184).

3.4.6 Casestudie oversigt

For at få et overblik af det samlede empiriske datasæt, herunder hvilke informanter der optræder i de enkelte casestudier, vil dette visualiseres i et oversigtsskema:

		Observationsstudie	**Fokusgruppeinterview**
MULTIPLE CASESTUDIE (ANVENDELSE)	**Case 1:** Arbejdermuseet 'Håndens rbejde'	Anders, 25 år (bestyrer) Daniel, 29 år (service manager) Rosa, 25 år (studerende) Marie, 25 år (optiker)	Anders, 25 år (bestyrer) Daniel, 29 år (service manager) Rosa, 25 år (studerende) Marie, 25 år (optiker)
	Case 2: Ragnarock 'Ungdomskulturens historieudvikling'	Anders, 25 år (bestyrer) Marie, 25 år (optiker) Nanna, 24 år (studerende)	Anders, 25 år (bestyrer) Marie, 25 år (optiker) Nanna, 24 år (studerende)
	Case 3: SMK "Vizgu"	Anders, 25 år (bestyrer) Rosa, 25 år (studerende)	Anders, 25 år (bestyrer) Rosa, 25 år (studerende)
ØNSKEDE ANVENDELSE	**Handlingsrettet dialog:** Motivation og engagement		Anders, 25 år (bestyrer) Daniel, 29 år (service manager) Rosa, 25 år (studerende) Marie, 25 år (optiker) Nanna, 24 år (studerende)

Figur 2: Oversigt af multi casestudiet samt informanter, egen grafisk fremstilling.

4. Teori

Med udgangspunkt i det metodiske afsæt vil der nu redegøres for specialets teoretiske perspektiver og begreber. Det teoretiske grundlag læner sig op af specialets fortolkningsvidenskabelige paradigme, hvorfor teorien skal bidrage til at begrebsliggøre og skabe forståelse for de menneskelige perspektiver og handlinger, samt resultaterne af disse, i tilknytning til de interaktive og digitale museumsressourcer (Launsø et al., 2017, s. 65). Dermed fungerer teorien som "*en [hypotetisk] historie om, hvorfor begivenheder, handlinger og tanker forekommer*" (Sutton & Staw, 1995, s. 378; Yin, 2003, s. 29). Man må da påpege, at teori således er en måde at anskue virkeligheden på, og ikke eksakt viden om hvordan virkeligheden er konstrueret. Videnskabelsen samt resultaterne af de empiriske data vil derfor konstrueres efter de teoretiske perspektiver (Launsø et al., 2017, s. 54; Yin, 2003, s. 28). Når man arbejder med casestudier, og her et multi casestudie, vil det teoretiske grundlag desuden ligge til grund for det komparative grundlag, da teorien skaber rammerne for at sammenligne eller kontrastere de empiriske resultater i undersøgelsen (Yin, 2003, s. 32). Teori er derfor et vigtigt fundament for generalisering af de koder og temaer, der udvindes. Det teoretiske grundlag vil da omfatte teori inden for ny museologien, herunder *interaktivitet, deltagelse*, og *læring.* Desuden vil der løbende inddrage teoretiske diskussioner og kritiske overvejelser.

4.1 Ny museologi

Som nævnt indledningsvis, har museerne gennemgået et markant paradigmeskift, der stadig er i færd med at definere hvad museumsinstitutionen er, kan og skal være i det 21. århundrede. I den sammenhæng taler man om et skift til ny museologi, hvor den gamle og praktiske museologis fokus på *hvordan* det museale arbejde udføres, erstattes med spørgsmålet om, *hvorfor* man overhoved har museer (Løssing, 2009, s. 11; Ingemann & Larsen, 2005, s. 9; Vergo, 1989; Larsen, 2001). Der er således i højere grad fokus på selvrefleksivitet, der, i stedet for at kigge ind på museernes samlinger og genstande, kigger ud af mod det omgivende samfund og borgerne heri (Løssing, 2009, s. 11; Vergo, 1989). Ny museologien omfatter altså de institutionelle forandringer som museerne i disse år gennemgår, og har gennemgået de seneste årtier, hvor museerne i højere grad må indtræde en mere proaktiv rolle i samfundet, til formål for dialog, brugerinddragelse og brugerperspektiver (Larsen et al., 2015, s. 11; Rudloff, 2013a, s. 65; Anderson, 2004, s. 1). I *Reinventing the Museum* definerer Gail Anderson ny museologien som en ny ideologi, der indkredser en lang række af nye betingelser og perspektiver, der ligger til grund for museets transformation (2004, s. 1). Denne transformation kan opsummeres og illustreres her:

Figur 3: Paradigmeskiftet, egen grafisk fremstilling (Anderson, 2004, s. 2).

Ovenstående model opsamler essensen af de tendenser og bevægelser, der er opstået som følge af paradigmeskiftet. Dog påpeger Anderson, at det enkelte museum kan fortolke og tilføre nye perspektiver, på en måde som imødekommer de specifikke institutionelle værdigrundlag og kapaciteter (2004, s. 1). Desuden argumenterer han for, at modellen er en levende og udviklende model, der påvirkes af samtidens dialoger, strømninger og tendenser. Modellen skal derfor ikke ses som en formel eller en one-size-fits-all, men blot en illustrativ beskrivelse og karakteristik af museumsvæsenets vedvarende, udviklende proces (Anderson, 2004, s. 7).

4.2 Interaktivitet

Da specialet behandler både *interaktion* og *interaktivitet*, er det nødvendigt at definere, hvad der egentlig menes med interaktion, samt hvad det betyder, når noget er interaktivt. Denne definition vil skabe forståelse for begrebernes omfang og forskellighed. Specialet vil tage udgangspunkt i Jens Jensen, professor i interaktive multimedier, og hans behandling og afklaring af interaktivitetsbegrebet (1997, s. 40).

4.2.1 Begrebets oprindelse

Jensen skelner de to begreber markant fra hinanden, omend interaktivitetsbegrebet er udledt fra interaktionsbegrebet. Dette skyldes at interaktion og interaktivitet anvendes uafhængigt og forskelligartet inden for flere fagtraditioner, herunder sociologien, kommunikationsstudierne og informatikken (Jensen, 1997, s. 43 + 51). Hans undersøgelse af interaktivitetsbegrebets rødder viser dog, at interaktion og interaktivitet optræder mere eller mindre synonymt inden for informations og kommunikationsstudierne (Jensen, 1997, s. 45). Han konkluderer dermed, at interaktion har rødder i den sociologiske betydning og reference, hvorfor interaktion kan defineres som "*et gensidigt forhold/handling mellem to eller flere mennesker*" (Jensen, 1997, s. 45+52). Med udgangspunkt i denne skelnen, må man vurdere at interaktivitetsbegrebet da anvendes i relation til mediebrug samt medieformidlende kommunikation (Jensen, 1997, s. 52).

4.2.2 Et nyt interaktivitetsbegreb

For at uddybe og præcisere interaktivitetsbegrebet, ser Jensen interaktivitet som et kontinuum, hvorfor interaktivitet kan være tilgængelig i forskellige grader. Desuden skelner han mellem forskellige former for interaktivitet, nemlig den interaktivitet der består af valg, den interaktivitet der består i selv at producere indhold, samt den interaktivitet der består i systemets evne til at tilpasse og og reagere (Jensen, 1997, s. 52). Jensen argumenterer dermed for, at man da bør operere med forskellige og gensidig uafhængige dimensioner i interaktivitetsbegrebet. Ud fra denne forståelse af interaktivitet definerer Jensen begrebet således:

"*Et mål for mediets potentielle muligheder for at lade brugeren øve indflydelse på den medieformidlede kommunikations indhold og/eller form"* (Jensen, 1997, s. 54)

4.2.3 Udfordringer med det interaktive museum

Museumsforskerne Heath & Lehn har gennem flere kritiske studier forsket i, hvordan mødet mellem museumsbrugerne og interaktive udstillinger/formidlingstilbud udspiller sig, herunder hvordan brugerne anvender, modtager og responderer på disse interaktive tilbud både alene og sammen med andre. Heath & Lehn diskuterer således, hvad netop interaktivitet bidrager til museerne, samt hvilke muligheder og udfordringer der udfolder sig i en interaktiv museumskontekst (2008, s. 63).

Heath & Lehn påpeger, at der gennem en længere årrække er blevet investeret i nye udstillinger og formidlingstilbud, til formål for at få flere til at besøge museer, ved at skabe nye muligheder for deltagelse og samarbejde, der kan føre til lærerige og engagerende oplevelser. Af denne grund har interaktivitet fundet vej

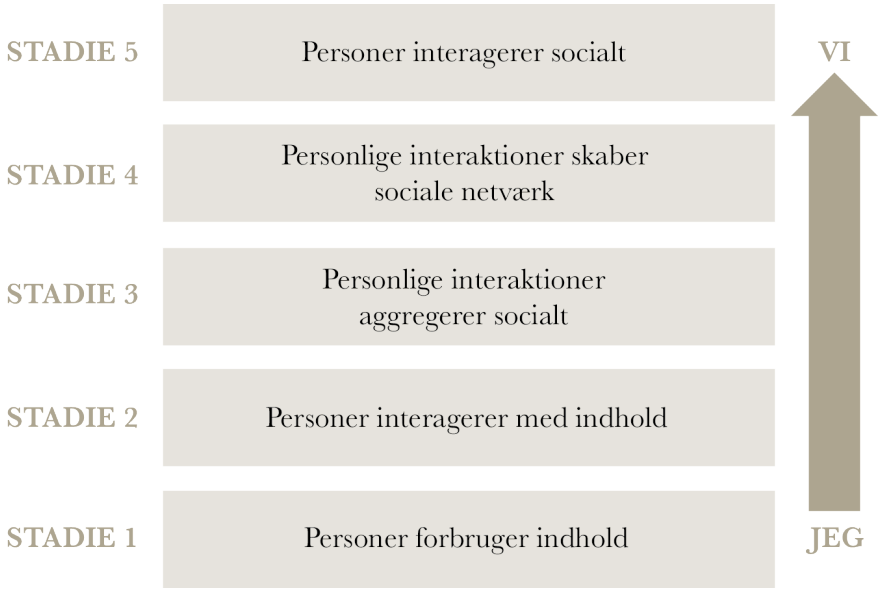
ind på museerne, da denne form for informations- og kommunikationssystemer muliggør nye former for interaktion i og omkring udstillingerne, samt muliggør idéen om den uformelle, interpersonelle kommunikation (Heath & Lehn, 2008, s. 64). Imidlertid viser Heath & Lehns studier et overordnet dilemma ved de interaktive formidlingstilbud, nemlig at de synes at begrænse sådanne sociale konstellationer, idet interaktiviteten ofte kun faciliterer mødet mellem én bruger og én teknologi (2008, 72). Dette dilemma forstærkes ligeledes af, at hovedparten af alle brugere besøger museer sammen med andre, hvorfor et museumsbesøg i sig selv må betegnes som en social oplevelse (Heath & Lehn, 2008, s. 68). I forlængelse af de kritiske studier må man dog påpege, at Heath & Lenh anerkender interaktivitetens muligheder og potentialer for at skabe engagement, deltagelse og uformelle læringsmiljøer i og omkring museernes udstillings- og formidlingspraksis. Dog tydeliggør deres studier visse forskydninger i interaktivitetsbegrebet, der, ifølge Heath & Lehn, bør korrigeres til at omfatte og understøtte de sociale dimensioner frem for at hvile på idéen om én hovedbruger (Heath & Lehn, 2008, s. 87).

4.3 Deltagelse

Udstillingsdesigneren og museologen Nina Simon og hendes principper for deltagelse og publikumsengagement vil i specialet anvendes til at nuancere og begrebsliggøre *deltagelse* i tilknytning til den museale praksis, herunder den deltagelse der opstår i de unges møde med de interaktive og digitale museumsressourcer. I bogen *The Participatory Museum* demonstrerer Simon, hvordan museumsinstitutionen, gennem deltagelsesorienterede principper, kan imødekomme behovet og ambitionerne om at skabe vedkommende og relevante museumsoplevelser, der er mere værdifulde og overbevisende for alle (2010, s. 1). Ifølge Simon kan deltagelse, som et strategisk værktøj, nemlig gøre op med flere udbredte negative opfattelser af museer, som værende irrelevante og uforanderlige institutioner, der ikke giver plads til brugernes stemme og som både er kreativt og socialt begrænsende (2010, s. ii-iv). I en deltagelsesorienteret institutionen, fungerer museet som en platform, og hvor de besøgende har mulighed for at skabe, dele og forbinde sig med andre i og omkring museets indhold og formidling (Simon, 2011, s. 121; Simon, 2010, s. ii). En deltagelsesorienteret institution har derfor mulighed for at skabe flerstrengede og individuelt tilpassede oplevelser af indhold, der kan medvirke til personlig tilfredsstillelse og engagement (Simon, 2011, s. 137). Simon påpeger endvidere, at deltagelse har størst indflydelse, når institutionen kan opfordre og tilbyde alle "e*n legitim måde at bidrage til institutionen på, dele emner af interesse, forbinde sig til andre brugere, samt få alle til at føle sig som en engageret og respekteret deltager*" (2011, s. 125).

4.3.1 Den sociale dimension

Foruden at skabe vedkommende, relevante og meningsfulde museumsoplevelser, har deltagelse selvsagt en evne til at forstærke og forbedre den sociale oplevelse på museer (Simon, 2010, s. 6). Ifølge Simon kan deltagelsesorienterede institutioner, ved at understøtte social interaktion i de fysiske rum og udstillinger, nemlig påvirke brugerne til at interagere socialt med hinanden (Simon, 2010, s. 25). Derved kan de enkeltes personlige *jeg* erfaringer og oplevelser udvikle sig et kollektivt *vi* engagement, hvor brugerne sandsynligvis vil bruge hinanden som mulige kilder til information, refleksion og aktivitet (Simon, 2011, s. 147). Simon kalder dette *jeg-til-vi design*, der opdeles i fem stadier:



Figur 4: Den sociale deltagelse, egen grafisk fremstilling (Simon, 2011, s. 145).

De fem stadier af interaktion mellem brugerne og institutionen tager afsæt i museumsformidlingens indhold. Det der forandrer sig mellem stadierne, er måden der interageres med indholdet, samt måden hvorpå indholdet forbinder brugerne socialt med hinanden, hvorfor de fem stadier omfatter fem forskelligartede oplevelser (Simon, 2011, s. 144). Dog påpeger Simon at et enkelt museumsbesøg kan inkludere alle fem stadier af interaktioner, hvilket kan hænge sammen med ønsket om at imødekomme forskellige former for deltagelse.

4.3.2 Udfordringer med deltagelse

Med henblik på Nina Simons principper for deltagelse, må man påpege, at det ikke er alle brugere, der vil deltage. Dette skyldes at den enkelte bruger har forskellige forventninger, behov og ønsker for hvad en museumsoplevelse omfatter, hvilket betyder, at deltagelsesorienterede rum eller udstillinger oftest tiltrækker et publlikum, for hvem kreative aktiviteter og sociale forbindelser er en forudsætning for kulturelt engagement (Simon, 2010, s. 4-5). For andre vil disse rum eller udstillinger begrænse eller endda hæmme både individuel udfoldelse samt social interaktion, da det for nogen synes skræmmende eller uvant i en museumskontekst. Simon argumenterer dog for, at stilladsering kan støtte disse brugere, til at føle sig mere tilpasse i at deltage (2010, s. 141). Desuden tilføjer hun, at museumsinstitutionen bør identificere, anderkende og reagere på brugernes forskellige ønsker og behov, da dét at blive behandlet som en individuel bruger, er startskuddet til behagelige og fællesskabelige kulturelle oplevelser (Simon, 2010, s. 39).

4.4 Læring

Museumsdidaktikerne John Falk og Lynn Dierking har gennem flere år forsket i, hvordan en museumsoplevelse formes, herunder hvad der karakteriserer museumsbrugerens motivationer, læring og adfærd både før, under og efter selve museumsbesøget (2011, s. 31). Falk og Dierkings forskningsbaserede forståelse vil derfor være med til at konkretisere og begrebsliggøre motivations- og læringsmæssige aspekter

i relation til de unges anvendelse af interaktiv og digital museumsformidling. Det må bemærkes, at deres studier omfavner en mere kompleks, flygtig og dynamisk forståelse af brugernes museumsoplevelse, i forhold til de mest anvendte demografiske og psykografiske variabler, der tidligere er anvendt til at forstå, hvem der besøger museer. Falk og Dierking pointerer, at disse variabler ikke siger noget om, hvorfor brugere besøger museer, hvad de foretager sig på museet, samt hvad de får ud af en museumsoplevelse (2013, s. 111).

> *[..] museumsbesøgendes oplevelse er alt for flygtig og dynamisk. Det er entydige konstruerede forhold, der opstår hver gang en person besøger et museum. Og den samme person kan besøge det samme museum på to forskellige dage og være en helt anden type besøgende*. (Falk, 2013, s. 111, egen oversættelse).

Falk og Dierkings studier må da anses som en mere robust måde til at beskrive og forstå museumsbrugerne på.

4.4.1 Læring i den museale praksis

Falk og Dierkings læringsforståelse tager afsæt i en konstruktivistisk tilgang, hvorfor det er den lærende, der gennem deltagelse, aktivitet og væsen-i-verden udvikler og producerer læring og derigennem konstruerer viden, kunnen, forståelser og handlemuligheder (2018, s. ix; Illeris, 2007, s. 8). En væsentlig pointe i denne læringsforståelse er, at al læring er kontekstuelt, hvorfor den opstår i relationer, situationer og i- og over - tid (Falk & Dierking, 2018, s. ix). Læringen synes dermed at have en holistisk karakter, idet den konstant udvikles gennem relaterede eller overlappende processer (Falk & Dierking, 2018, s. ix + 6). Falk og Dierking skelner mellem to betingelser, hvorunder mennesker synes at lære, nemlig 1) når de skal lære, hvilket man også kan kalde den obligatoriske eller formelle læring, og 2) når de ønsker at lære, hvilket kaldes den valgfrie og uformelle læring (1998). Som nævnt indledningsvis har specialet fokus på den "frie" unge, der selv til- eller fravælger museer, hvorfor det selvsagt er de unges egne (indre) motivationer og interesser, der er drivkraften bag et museumsbesøg. Dermed omhandler specialet den valgfrie læring, som Falk og Dierking definerer således:

> "*Valgfri læring tenderer til at være ikke-lineær, personligt motiveret, og involverer et betydeligt valg fra den lærendes side, om hvad man skal lære, lige såvel som hvor, hvordan, med hvem, og hvornår man vil deltage i læring*" (Falk & Dierking, 2018, s. x, egen oversættelse).

4.4.2 De seks motivations- og læringsadfærdstyper

Gennem flere af studierne har Falk undersøgt, hvad museumsbrugerne kan huske fra et museumsbesøg, samt hvilke faktorer der synes at bidrage til, at museumsbrugerne skaber disse mere eller mindre langsigtede minder (2013, s. 108). Falk argumenterer nemlig for, at netop dét en person husker og oplever under et museumsbesøg, har en klar relation til, hvad en person lærer på et museum. Desuden synes der selvsagt at være en sammenhæng, mellem hvad en person oplever på museet, og hvad en person husker. Disse minder

og erindringer har derfor afgørende betydning for at forstå, hvordan museumsbrugerne anvender og oplever museer (Falk, 2013, s. 109).

Foruden at undersøge brugernes langsigtede minder og erindringer fra museumsbesøget, viser Falks studier endvidere, hvor dybt personlige museumsbesøg er, og hvor tæt de er knyttet til den enkelte brugers identitetsfølelse (2013, s. 111). Dette kommer til udtryk, idet måden hvorpå museumsbrugerne preskriptivt taler om, hvorfor de besøger et museum, samt hvordan de retrospektivt taler om, hvad de husker fra deres oplevelse, synes at være tæt forbundet med, hvad brugerne personligt søger at opnå med deres besøg. Dermed kan man argumentere for, at et museumsbesøg relaterer sig til, hvem man føler, man er eller gerne vil være, og ligeledes hvordan museet i sig selv understøtter disse personlige og identitetsrelaterede roller eller behov (Falk, 2011, s. 32; Falk, 2013, s. 112). Museumsbrugernes forståelser og beskrivelser synes dermed at være både selvreflekterende og -forstærkende, og er derfor styrende for brugernes adfærd, læring, motivationer og opfattelser af tilfredshed, samt er med til at skabe mening og betydning af oplevelsen (Falk, 2013, s. 112+115).

Ud fra Falks forståelse af museumsoplevelsen, må man vurdere, at der da må findes utallige identitets-relaterede behov og roller, idet de konstrueres ud fra entydige forhold. Dog viser det sig, at der er nogle overliggende mønstre, hvorpå brugernes roller og behov synes at være lig med hinanden (Falk, 2013, s. 116). John Falk har derfor samlet disse identitetsrelaterede behov i seks motivations- og læringsadfærdstyper, der på samme tid siger noget om, hvilke opfattelser og motivationer der ligger til grund for museumsoplevelsen.

Figur 5: Falks seks motivations- og læringsadfærdstyper, egen grafisk fremstilling (Slots- og Kulturstyrelsen, 2018, s. 19; Falk, 2013, s. 36-37). Dog også skildret i 'Levende kunst til levende mennesker' (Tækker, 2018, s. 12).

Ifølge Falk kan den samme bruger dog have flere motivations- og læringstyper, da disse er afhængige af, hvilke identitetsrelaterede behov og roller der gør sig gældende hos den enkelte.

4.4.3 Den sociokulturelle betydning

Imens John Falk har fokus på, hvordan en museumsoplevelse former sig efter den enkeltes identitetsrelaterede behov og roller, konkretiserer Lynn Dierking museers sociokulturelle natur og kontekst, og anerkender museers potentialer for, at positionere sig selv som sociale, menings- og værdiskabende læringsrum (2013, s. 200). Faktum er nemlig, at størstedelen af brugerne besøger museer sammen med andre, hvorfor det ligeledes er en stor del af brugernes opmærksomhed, der er afsat til dem, de besøger museet sammen med (Dierking, 2013, s. 202; Heath & Lehn, 2008, s. 68; Slots- og Kulturstyrelsen, 2018, s. 6). Desuden viser det sig, i forlængelse af Falks undersøgelse af hvad brugerne husker fra deres museumsbesøg, at de sociale aspekter i museumsbesøget er den primære årsag til, at brugerne kan huske, hvad de oplever (Dierking, 2013, s. 202). De sociale aspekter synes derved at have markant indflydelse på museumsbesøget. Dierking argumenterer i den sammenhæng for, at den samlede museumsoplevelse i høj grad er formet af den sociokulturelle kontekst, for hvem de besøgende indgår i (2013, s. 202). Ligeledes er den sociokulturelle kontekst med til at forme opfattelser, adfærd og interaktion, som brugerne sammen kan have under et museumsbesøg (Dierking, 2013, s. 202-203). Med andre ord kan museer, ved at understøtte disse sociokulturelle ressourcer, identiteter og motivationer, påvirke brugernes personlige og kollektive behov og forventninger til, hvorvidt museumsinstitutionen er noget for dem (Dierking, 2013, s. 201).

4.4.4 En social læringsteori

Med henblik på museets sociokulturelle natur og kontekst, må man da påpege potentialerne for, at museer, hvis de udformes korrekt og i fællesskab med brugerne, kan understøtte og tilvejebringe sociale læringsprocesser, idet læring konstrueres gennem brugernes interaktioner, diskussioner, handlinger, følelser og syn på hinanden (Dierking, 2013, s. 203). Netop disse sociale læringsprocesser kan specificeres ud fra læringsteoretikeren Etienne Wenger, der, i samarbejde med Jean Lave, har udviklet teorien om situeret læring, der postulerer, at al læring er situeret i specifikke sociale situationer, hvorfor disse sociale situationer selvsagt har betydning for læringens karakter (2003, s. 9; Illeris, 2007, s. 61). Dermed synes Lave og Wengers teoretiske ramme at komplementere Falk og Dierkings læringsforståelse.

Foruden at definere læring som situeret, anses læring, ud fra Lave og Wengers teori, som en livsvarig og identitetsforandrende proces. Livsvarig fordi at læring forekommer gennem forandrende deltagelse i forandrende praksisfællesskaber, hvorfor den konstant udvikles og fornyes gennem hele livet (2003, s. 8). Identitetsforandrende fordi deltagelse i social praksis, ud fra dette syn, er med til at forme og udvikle det enkelte individs forståelser, handler, meninger og som væsen-i-verden i et sociokulturelt fællesskab (Lave & Wenger, 2003, s. 49). Dermed anses udviklingen af praksis og identitet som to gensidigt udviklende aspekter i læreprocessen (Lave & Wenger, 2003, s. 8).

4.4.5 Legitim perifer deltagelse

I forlængelse af situeret læring, benytter Lave og Wenger sig af begrebet legitim perifer deltagelse, som giver mulighed for at tale om både tidsmæssige og relationelle aspekter ved deltagelse i sociale praksis, med læring som integrerende bestanddel (2003, s. 31 + 36). Legitim perifer deltagelse vedrører nemlig den proces, hvori nyankomne bevæger sig i retning mod fuld deltagelse i et praksisfællesskab. At blive en fuldgyldig deltager i et praksisfællesskab forudsætter, at den nyankomne lærer at beherske viden, normer og færdigheder der netop hører til det specifikke praksisfællesskab (Lave & Wenger, 2003, s. 31). Processen fra legitim perifer deltagelse til fuld deltagelse kan derfor illustreres således:

Figur 6: Fra legitim perifer deltagelse til fuld deltagelse, egen grafisk fremstilling.
Dog også skildret i 'Et inkluderende SMK' (Rode & Tækker, 2018, s. 11).

Wenger og Lave pointerer, at begrebet skal opfattes som en helhed, hvorfor begrebet ikke kan adskilles og betragtes isoleret fra hinanden. Dette betyder også, at der heller ikke kan opstilles antonymer (2003, s. 36). Dog anvises der en vis tvetydighed i begrebet, da legitim periferitet på den ene side kan opfattes som et sted, hvor man bevæger sig i retning af mere intensiv og fuldgyldig deltagelse, hvorfor begrebet opfattes som åbning (Lave & Wenger, 2003, s. 37-38). På den anden side kan legitim periferitet også opfattes som et sted, hvor man forhindres i at deltage mere fuldstændigt, hvorfor begrebet forbindes med en form for uforbundethed og irrelevans (Lave & Wenger, 2003, s. 37-38).

> *Perifert antyder, at der er mangfoldige, forskelligartede, mere eller mindre engagerende og omfattende måder at være placeres på inden for de områder af deltagelse, som fællesskabet definerer. Perifer deltagelse handler om at være placeret i den sociale verden. Skiftende placeringer og perspektiver er en del af aktørernes læringsbaner, udviklingsidentiteter og former for medlemskab.* (2003, s. 37)

Således omfatter begrebet både kvalificerende og dekvalificerende positioner i processen fra perifer til fuld deltager, hvilket understreger begrebets dynamiske aspekter.

4.4.6 Kritiske overvejelser

Man kan påpege, at Falk og Dierkings forskning udelukkende omfatter besøgende, der allerede er museumsbrugere. Dette betyder at museernes ikke-brugerne udelades, hvilket må anses som værende kritisk i forhold til validiteten og reliabiliteten af deres studier. Dette aspekt er dog noget Falk selv betragter i hans videre arbejde med den nuværende forskning. Han dokumenterer for, at hvis en besøgende over tid afgør, at

det var en god museumsoplevelse, samt at oplevelsen lever op til identitetsrelaterede behov, så vil den besøgende fortælle andre om museumsoplevelsen, hvilket kan medvirke til en positiv social forståelse om museumsbesøg (Falk, 2013, s. 116). Desuden opstår der potentialer for, at dem der har lignende identitetsrelaterede behov vil opsøge samme museum eller et andet i fremtiden (Falk, 2013, s. 116). Med andre ord handler det om at fordre til en bredere social opfattelse af museer som steder, der opfylder personlige behov, hvis ikke-brugere skal besøge museer. Falk og Dierkings teoretiske aspekter, herunder deres forståelse af valgfri læring, den sociokulturelle betydning samt de seks motivations- og læringsadfærdstyper, synes dermed, ifølge falk, at være et værktøj til at lokke både lejlighedsvise besøgende til at komme oftere, samt tilvejebringe nye og kreative måder at tiltrække nye brugere, der ikke besøger museer overhoved (2013, s. 123).

Med henblik på Lave og Wengers situerede læringsteori må man konstatere, at de anskuer læring som en proces, der altid vil finde sted i en deltagerramme, hvorfor læringen er fordelt mellem deltagerne i et fællesskab (2003, s. 19). Dette betyder, at individuelle læringsforståelser og -processer får en langt mindre betydning, hvilket på sin vis synes at stritte i mod specialets fokus på de unge brugeres subjektive perspektiver. Dog skal der rettes opmærksomhed på, at Lave og Wengers situerede læringsteori i første omgang anvendes som forklaringsramme og begrebsliggørelse af de sociale læringsprocesser, der finder sted på museer, hvorfor individuelle og subjektive aspekter i den sammenhæng nødvendigvis ikke bør teoretiseres. I stedet vil Falks og Dierkings fokus på identitetsrelaterede behov og adfærd træde i kraft. En anden kritik af den danske udgave af "Situeret læring" retter sig mod manglen på anvendelse af Lave og Wengers begreber for den læring, der finder sted i de mest dominerende læringsinstitutioner, herunder museer (2003, s. 9). Især bør man overveje hvordan begrebet praksisfællesskaber kan overføres til den museale praksis, herunder om museets gæster kan betegnes som et praksisfællesskab. Ud fra Wengers betegnelse er praksisfællesskaber alle vegne, og er derfor "*en integrerende del af vores dagligliv. De er så uformelle og så almindelige, at de sjældent kommer i direkte fokus, men af samme grund er de også ganske velkendte*" (Wenger, 2004, s. 17). Dermed må man konstatere at museumsbesøgende kan betegnes som et praksisfællesskab, når de indtræder de museale rammer. Man må bemærke, at de museumsbesøgende her kan optræde mere eller mindre aktivt samt mere eller mindre engageret i dette praksisfællesskab, hvorfor legitim perifer deltagelse i den sammenhæng kan definere og begrebsliggøre disse aspekter af praksisfællesskabet.

Domæne

5. Analyse

5.1 Domæne

Domænets første del, *Ny museologi*, har til hensigt at redegøre for og diskutere brugerens større og ændrede betydning i det danske museumslandskab, som følge af paradigmeskiftet og den nye museologi. Herefter vil domænets anden del, *De unge brugere*, konkretisere den unge underrepræsenterede brugergruppe, med udgangspunkt i allerede eksisterende undersøgelser og data, nemlig Slots- og Kulturstyrelsens seneste nationale brugerundersøgelse, artiklen "Hvem er museernes ikke-brugere" samt Kulturstyrelsens målgruppeundersøgelse om unges museumsbrug.

5.1.1 Ny museologi

For at forstå betydningen af det museale paradigmeskift, fra den klassiske og traditionelle museologi til den nye museologi, er det nødvendigt at konkretisere den forandringsproces, som de danske museer har været igennem. Den nye museologis fremkomst kan nemlig kædes sammen med flere markante samfunds-ændringer, der ikke blot er med til at sætte brugerne øverst på dagsordenen hos museerne, men også stiller nye krav og forventninger til museets rolle og position i samfundet. I de følgende afsnit vil disse samfundsændringer udfoldes og diskuteres yderligere.

5.1.1.1 Fra autoritær formidler til flerstemmighed

Ifølge forskeren inden for museologi, Anne Sophie Warberg Løssing, er det generelle autoritetsfald i slutningen af det 20. århundrede roden til museets forandringsproces, og er ligeledes med til at igangsætte diskussionen om museets rolle og position i samfundet. Dette autoritetsfald kommer især til udtryk ved, at der sker et opbrud af de eksisterende magtstrukturer til fordel for et mere individualiseret samfund, hvor det enkelte individ er i fokus frem for det kollektive fællesskab (Løssing, 2009, s. 12). Desuden erstattes de bestemte forestillinger om befolkningen, som en kollektiv og normativ identitet, med det enkelte individs identitetsdannelse og -følelse, hvorunder den enkelte selvsagt er herre over at definere sin egen identitet (Løssing, 2009, s. 12; Lyck, 2010, s. 25). Individet går derfor fra at være autoritetstro til at være mere selvbestemmende og -reflekterende, hvilket indebærer nye og ændrede ønsker og behov hos brugerne. Netop dette er med til udfordre museernes rolle som autoritær kulturpolitisk oplysnings- og dannelsesinstitution. Foruden at museernes autoritære rolle må træde i baggrunden, er det nødvendigt at tilgodese og imødekomme det enkelte individ frem for den kollektive identitet, til formål for at være vedkommende, relevant og tilgængelig for alle borgere (Løssing, 2009, s. 13).

Flere definerer dette fokusskifte fra *samling* til *publikum,* idet museerne går fra at have blikket rettet ind mod museets samlinger og genstande, til at have blikket rettet ud af museet og hen mod brugerne i det omgivende samfund (Løssing, 2009, s. 9). Der sker således en åbningsproces i museernes praksis, hvor der er langt større fokus på hvem museernes brugere er, hvad får brugerne ud af at besøge museet, og ligeledes hvordan museerne kan holde på og endda tiltrække flere brugere til museet (Løssing, 2009, s. 12). Særligt synes

denne åbningsproces at være fremtrædende i museernes udstillings- og formidlingspraksis, idet museerne ikke længere kan nøjes med at tage udgangspunkt i de konkrete kunst- og kulturhistoriske værker og deres fortællinger, men i stedet have øje for hvordan man formidler budskaber til en stor sammensat gruppe, som brugerne i samfundet udgør (Løssing, 2015, s. 194). Man kan derfor tale om store ændringer og forskydninger i formidlingsbegrebet, der går fra at være docerende og monologisk i sin karakter, til at være præget af dialogiske og interagerende kvaliteter (Drotner et al., 2011, s. 177). Udviklingen fra den klassiske og traditionelle museologi til den nye museologi synes derfor at sætte brugerne aller øverst på dagsordenen i det museale virke, da museerne i langt højere grad skal forholde sig aktivt til deres publikum, og ligeledes løbende forholde sig til tidens bevægelser og strømninger, for at facilitere en relevant og vedkommende museumspraksis.

5.1.1.2 Fra dannelse til oplevelse

I forbindelse med denne udvikling, kan man også tale om et nyt kulturbegreb, der stiller krav til museernes tilgang til brugerne samt praktisering af den gode oplevelse. Der opstår nemlig et større udbud af kulturelle oplevelser, eftersom skelnen mellem finkultur og populærkultur ophæves. Dette gør, at museerne i langt højere grad konkurrerer mod andre kultur- og oplevelsestilbud om at tiltrække og vinde brugernes gunst (Løssing, 2009, s. 10; Slots- og Kulturstyrelsen, 2010, s. 15). Dog betyder det større udbud af kulturelle oplevelser også, at brugerne orienterer sig bredt hvad angår den gode kulturelle oplevelse, hvorfra de selvfølgelig tilvælger de oplevelser, som de finder mest tiltalende og relevante for netop dem (Løssing, 2009, s. 10 + 14). For at være med i konkurrencen om brugerne, er det en vigtig opgave for museerne at tilføre og praktisere den gode oplevelse, og ligeledes markedsføre museumsoplevelsen i tilknytning til konkurrencedygtige formål (Løssing, 2009, s. 14). Dette kompliceres dog af brugernes illoyalitet over for kulturtilbudene, idet det er vanskeligere at identificere brugernes vaner og præferencer. Endvidere er der en stor udfordring i, at skulle håndtere museets konkurrencedygtighed, uden at gå på kompromis med museets stemme og faglighed som en kulturpolitisk lærings- og dannelsesinstitution (Løssing, 2009, s. 15).

Dette leder videre hen til diskussionen af dannelsesbegrebet. Museerne går nemlig fra at være en genstandsorienteret oplysnings- dannelsesinstitution, til i højere grad at tiltræde en rolle som aktør af et service- og brugerorienteret oplevelsessted. Desuden sker der et skift i omtalen fra brugere til forbrugere (Larsen & Nørskov, 2009, s. 19). Denne udvikling betyder derfor, at museerne skal agere i et spændingsfelt mellem oplysning og dannelse, som er deres kulturpolitiske legitimitet, og oplevelse, som på mange måder både er et behov og krav for at bevare og øge museernes konkurrencedygtighed, når det handler om at skabe vedkommende, relevante og værdiskabende oplevelser for brugerne (Skot-Hansen, 2008, s. 10-13).

5.1.1.3 Digitaliseringen

I kølvandet af det individualiserede samfund begynder digitaliseringen at opblomstre, hvilket medvirker til nogle overordnede og gennemgribende forandringer overalt i samfundet. Dette betyder, at vi i dag er omgivet af digitale teknologier, der er med til præge vores verden og virkelighed. Foruden at give nye adgange til

viden, vidensdeling og kommunikation, har de digitale teknologier endvidere stor betydning for, hvordan vi som mennesker socialiserer og betragter verden, da særligt de digitale medier er med til at give brugerne en stemme, hvor de kan ytre sig, skabe, dele og forbinde sig med andre uafhængigt af tid og rum (Løssing, 2009, s. 12; Løssing, 2015, s. 193).

I en museumskontekst har implementeringen af digitale teknologier været længe undervejs, men er dog først for alvor begyndt at manifesterer sig på de danske museer gennem de senere år (Løssing, 2015, s. 192). Den langsommelige proces kan skyldes, at museumsinstitutionen og de digitale teknologier er to vidt forskellige systemer, der skal kunne komplementere og sameksistere inden for den samme ramme. Hvor museums-institutionen hidtil har været positioneret som autoritær og docerende formidler, skal de nu give plads til en ny digital kultur, hvor brugerne har mulighed for at indtage en mere aktiv og deltagende rolle, hvilket synes at kolliderer med museets faglige autoritet. Implementeringen af digitale teknologier i den museale praksis er derfor betinget af, at museernes selvforståelse, fagkultur og arbejdsgange ændres, hvilket for mange museer er en ressourcekrævende proces (Løssing, 2015, s. 193 + 196). Dog må man også anse dette som en nødvendig proces, hvis museerne skal leve op til forventningerne om at være en relevant og vedkommende museumspraksis.

Diskussionen om digitaliseringens muligheder og udfordringer hos museerne synes stadig at være aktuel, ikke mindst taget i betragtning af den hastige teknologiske udvikling, der konstant er med til at skabe nye måder at formidle, kommunikere og inddrage på. Endda må man påpege, at rammerne for en meningsfuld sameksistens af teknologien og museernes klassiske formidlingspraksis stadig er uklare. Dette skyldes, at man stadig ved relativt lidt om, hvordan og hvorvidt de ovennævnte digitale og interaktive potentialer lever op til deres ret, og dermed øger og styrker dialog, engagement og brugerinddragelse (Drotner et al., 2011, s. 81). Der findes derfor heller ikke et klart svar på, hvad den gode digitale museumsoplevelse er, hvordan den ser ud, og hvorledes den udformer sig. Om ikke andet bør museerne søge svar, ved først og fremmest at definere deres målgrupper og indgå i en dialog med brugerne, for på den måde at skabe holdbare, vedkommende og brugervenlige formidlingsløsninger til alle.

5.1.2 De unge brugere

Med udgangspunkt i data fra den nationale brugerundersøgelse, ikke-bruger undersøgelsen, samt målgruppeundersøgelsen af de unges museumsbrug, vil den unge underrepræsenterede brugergruppe nu konkretiseres. Desuden vil der inddrages aspekter fra specialets teoretiske grundlag, hvor Falk og Dierkings teori vil være med til at konkretisere de unges identitetsrelaterede behov, herunder deres motivations- og læringsadfærd. Lave og Wengers situerede læringsteori samt Nina Simons teori om publikumsengagement og deltagelsesorienterede principper vil endvidere inddrages for at begrebsliggøre de unges deltagelse og læring i museets sociale praksis.

Som nævnt indledningsvis, er det kun 18% af de unge mellem 14 og 29 år, der har besøgt et museum inden for det seneste år, hvilket gør de unge til den andel i den danske befolkning med færrest museumsbrugere

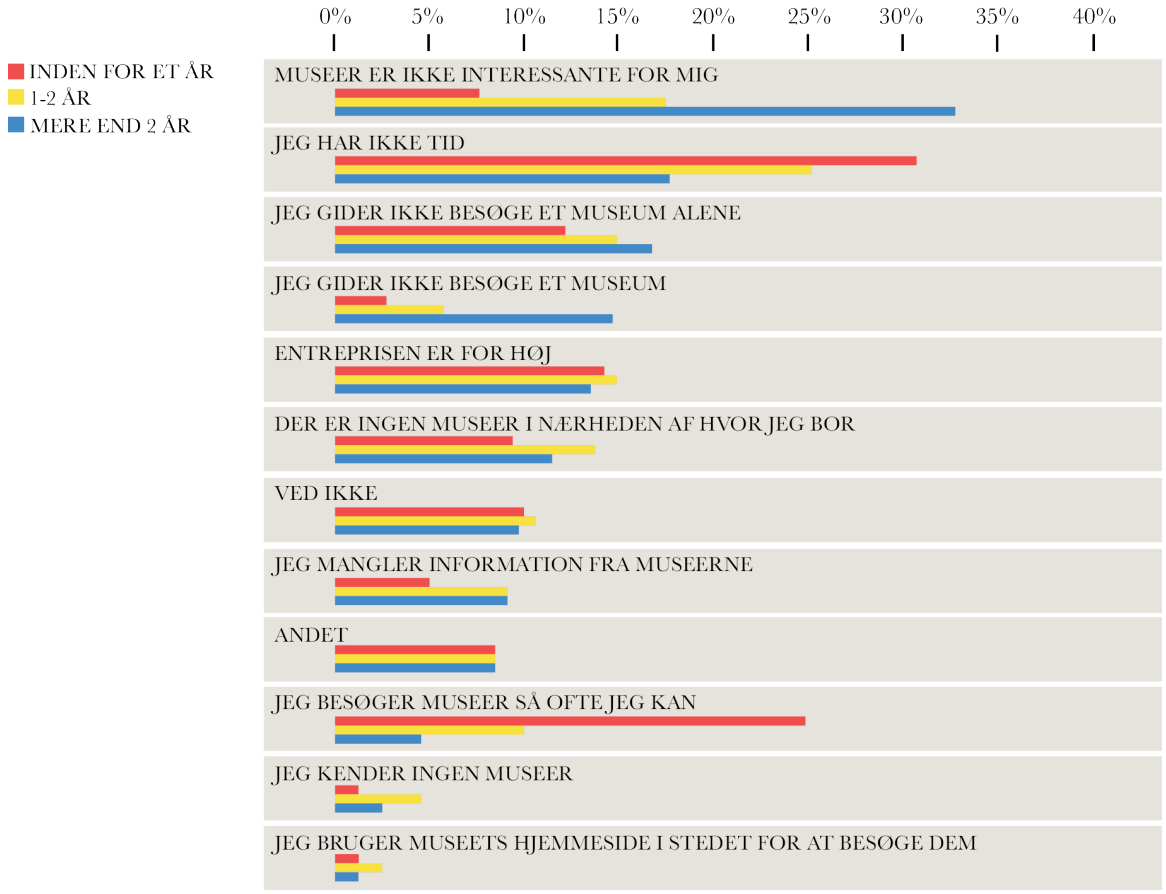
(Slots- og Kulturstyrelsen, 2018, s. 8). Ud fra ikke-bruger undersøgelsen står det desuden klart, at en stor del af den unge brugergruppe endvidere kan karakteriseres som ikke-brugere, hvilket er en betegnelse for brugere, der ikke har besøgt et museum i de seneste to år (Jessen, 2018, s. 4). Resultaterne og sammenkoblingen af de to undersøgelser synes derfor at være opsigtsvækkende. Dog er det imidlertid værd at bide mærke i, at der i den unge brugergruppe også er en større andel, der er storforbrugere af museer, hvilket fortæller noget om, at de unges museumsadfærd er ekstremt divergerende (Jessen, 2018, s. 4). Foruden at være karakteriseret af både unge hyppige brugere og ikke-brugere, viser den nationale brugerundersøgelse, at flere kvinder end mænd besøger museer (Slots- og Kulturstyrelsen, 2018, s. 8). Dette er dog ikke tilfældet i ikke-bruger undersøgelsen, hvor andelen af mænd og kvinder er ligeligt fordelt (Jessen, 2018, s. 4). Stiller man disse data op imod hinanden, må man påpege at dataene stritter imod hinanden, idet dataene i den nationale brugerundersøgelse demonstrerer, at mænd i højere grad er uvante museumsbrugere, hvorimod faktum er, at der er lige så mange kvinder som mænd, der er ikke-brugere (Jessen, 2018, s. 4). Dog synes der at være en klar sammenhæng mellem uddannelsesniveau og museumsbesøg, da både den nationale brugerundersøgelse og ikke-bruger undersøgelsen demonstrerer, at jo længere uddannelse de unge brugere har, desto større sandsynlighed er der for, at de er museumsbrugere (Slots- og Kulturstyrelsen, 2018 s. 9; Jessen, 2018, s. 4).

Ud fra ovenstående demografiske data fra den nationale brugerundersøgelse samt ikke-bruger undersøgelsen må man altså konstatere, at de unge brugere er en ekstrem heterogen gruppe. For at forstå og konkretisere den unge brugergruppe yderligere vil følgende afsnit derfor gå i dybden med værdi-, motivations- og adfærdsmæssige faktorer i tilknytning til de unges brug eller ikke-brug af museer.

5.1.2.1 Hvorfor er de unge ikke-brugere?

Hvis man ser nærmere på hvorfor unge ikke-brugere undlader at besøge landets museer, ses en klar sammenhæng mellem museumsbrug og hvor meget danskerne synes, at museer er interessante (Jessen, 2018, s. 7-8). Blandt de unge hyppige brugere, der har besøgt et museum inden for det sidste år, er der hele 85% af brugerne, der i høj grad eller nogen grad synes, at museer er interessante for dem. I kontrast hertil er det blot 31% af ikke-brugerne, der synes at museer er interessante (Jessen, 2018, s. 8). Man kan derfor konstatere, at jo oftere man besøger museer, desto mere relevante og interessante bliver de, hvorfor man endvidere kan udlede, at de unge ikke-brugere simpelthen ikke synes, at museer er interessante nok (Jessen, 2018, s. 8).

Foruden at museer er uinteressante for de unge ikke-brugere, viser den samlede statistik over årsager til at fravælge museer, at en stor andel af ikke-brugerne ikke føler, at de har tid til at gå på museum, og at de ikke vil besøge et museum alene. Desuden er der næsten 15% af ikke-brugerne, der slet ikke gider at besøge et museum (Jessen, 2018, s. 10).

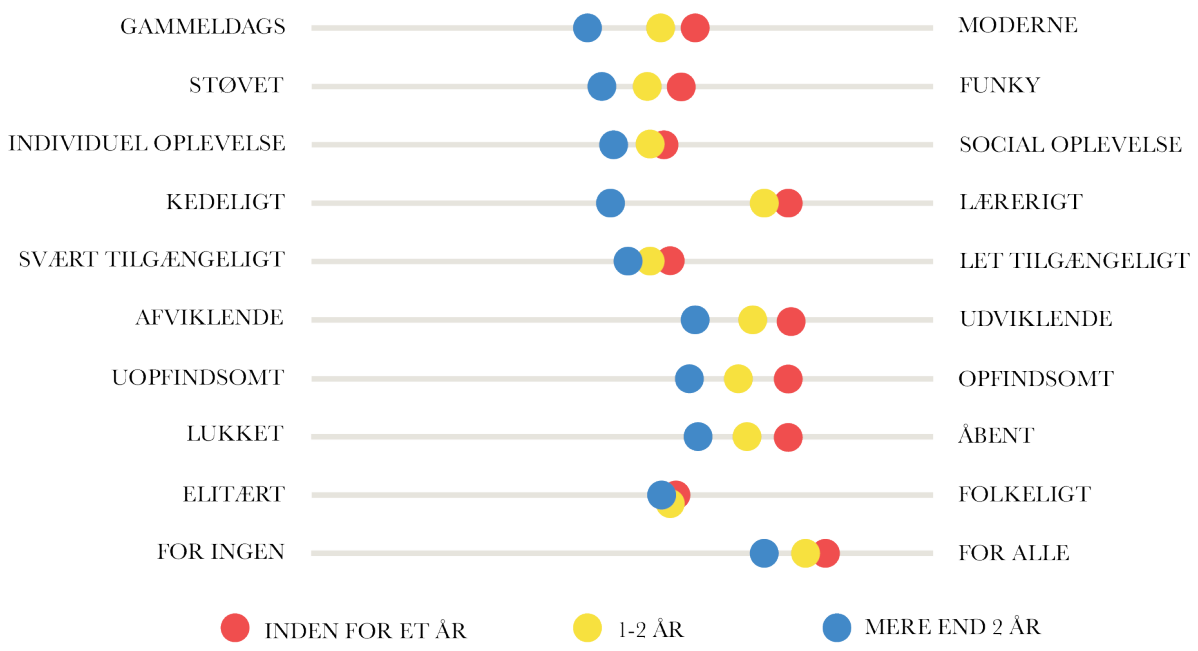


Figur 7: Direkte årsager til at fravælge museer, opgjort efter hyppighed for museumsbesøg, egen grafisk fremstilling (Jessen, 2018, s. 10).

Det er værd at bemærke, at hverken entrépris eller distance er blandt de mest fældende parametre for at fravælge museer. Derudover synes ikke-brugerne at kende lige så mange museer, som de brugere der besøger museer oftere, og er også stort set lige så informerede hos museerne, hvilket bakker op om den kendsgerning, at ikke-brugerne simpelthen ikke gider besøge museer grundet manglende interesse (Jessen, 2018, s. 9).

5.1.2.2 Oplevelse af museer

Udover at definere mulige årsager til ikke at besøge et museum noget oftere, giver ikke-bruger undersøgelsen et billede af danskernes oplevelse af museer i forbindelse med brug af kultur. Oplevelsen af museer konkretiseres ud fra en række værdiladede ord, der er opstillet i dikotomier (Jessen, 2018, s. 8).



Figur 8: Oplevelse af museer, opgjort efter hyppighed af museumsbrug, egen grafisk fremstilling (Jessen, 2018, s. 9).

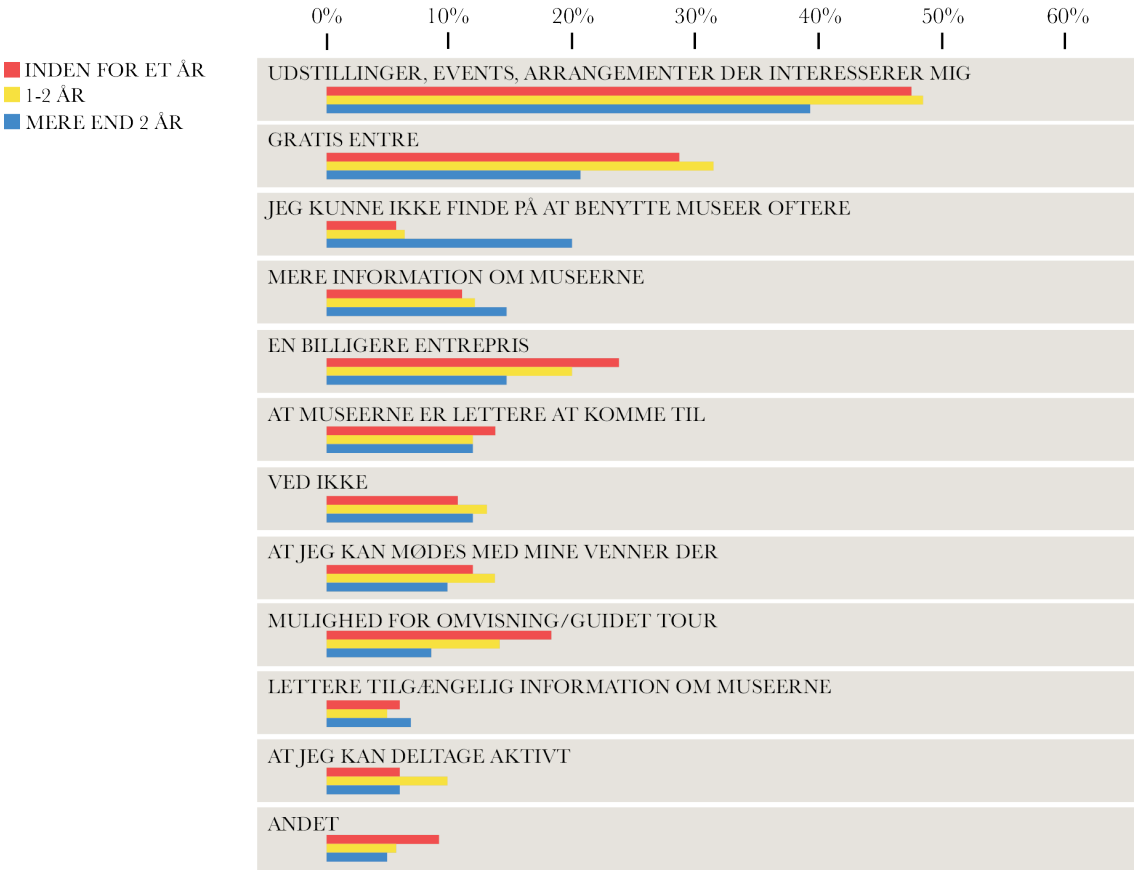
Ud fra ovenstående dikotomier kan man udlede, at ikke-brugerne generelt har en forholdsvis negativ oplevelse af museer i forhold til de øvrige brugere, der besøger museer oftere, hvilket også kommer til udtryk i den nationale brugerundersøgelse, hvor ikke-brugere af museet vurderer den samlede museumsoplevelse lavere end de øvrige museumsbrugere (Slots- og Kulturstyrelsen, 2018, s. 6). Især oplever de i højere grad museer som værende gammeldags, støvet, kedelige, afviklende, uopfindsomme og lukkede (Jessen, 2018, s. 8). Dette kan dog virke bemærkelsesværdigt, idet ikke-brugerne nemlig ikke *bruger* museerne, hvorfor det må vurderes, at de formentlig ikke har et repræsentativt grundlag at vurdere deres oplevelse af museer ud fra. Meget tyder derfor på, at ikke-brugerne har en generel og grundlæggende negativ opfattelse af museer.

Tager man fat i Kulturstyrelsens målgruppeundersøgelse om unges museumsbrug, synes det samme billede at gøre sig gældende. Desuden viser undersøgelsen, at disse grundlæggende negative opfattelser i høj grad hænger sammen med de unges tidligere oplevelser og erfaringer i forbindelse med obligatoriske og faglige museumsbesøg i særligt folkeskolen (Kulturstyrelsen, 2012, s. 55). Det vil sige, at hvis de unge har haft en dårlig museumsoplevelse i forbindelse med et skoleforløb, så er der stor sandsynlighed for, at denne oplevelse er med til at forme både deres forventninger til et museumsbesøg og deres generelle syn på museer, hvilket ofte resulterer i fravalg senere i livet (Kulturstyrelsen, 2018, s. 55). Desuden viser målgruppeundersøgelsen, at de unge tilmed ikke føler, at de er velkomne på museer, hvilket synes at hænge samme med de unges negative opfattelser. Blandt andet påpeger undersøgelsen, at de unge har en opfattelse af, at museer besidder et sæt uskrevne sociale regler for, hvordan man *er* museumsbruger, både når det kommer til, hvordan man begår sig på museet, samt hvilken forhåndsviden man skal ligge inde med for at være en "accepteret" museumsbruger. Tilmed definerer de unge det som pinligt, hvis de stikker ud fra disse uskrevne regler (Kulturstyrelsen, 2018, s. 56). Meget tyder altså på, at de unge brugere har en meget bestemt

opfattelse af hvordan museer er, og ligeledes hvordan en museumsbruger skal være. De forudindtagede negative opfattelser og de uskrevne regler synes dermed at være en barriere for de unges museumsbrug.

5.1.2.3 Motiverende aspekter

Ser man på, hvad der så kan få både de unge brugere og ikke-brugere til at besøge museer oftere, fremhæver de alle udstillinger, events og arrangementer der har interesse, som den vigtigste parameter (Jessen, 2018, s. 12). Samme billede gør sig gældende i den nationale brugerundersøgelse, der viser, at udstillingerne og deres indhold har markant størst indflydelse på museumsoplevelsen (Slots- og Kulturstyrelsen, 2018, s. 21). Museernes udstillings- og formidlingspraksis har altså afgørende betydning, både når det gælder om at holde på vante museumsbrugere, men også når det gælder om at tiltrække flere ikke-brugere til museet.



Figur 9: Faktorer der kan få brugere til at besøge museer oftere, egen grafisk fremstilling (Jessen, 2018, s. 12).

Foruden udstillinger, events og arrangementer der har interesse, har entreprisen også stor betydning, da både brugere og ikke-brugere angiver, at de vil besøge museer oftere, hvis der er gratis entré (Jessen, 2018, s. 12). Man kan derfor udlede, at entréprisen alligevel har noget at sige, når det kommer til de unges museumsbrug, omend det ikke er en fældende parameter, når det kommet til at vælge museer fra.

I forbindelse med vigtigheden af museernes udstillinger og indhold, er det interessant at kigge nærmere på, hvad de unge brugere og ikke-brugere opfatter som en interessant og god udstillings- og formidlingspraksis. Her viser Kulturstyrelsens målgruppeundersøgelse blandt andet, at de unge brugere vægter udstillinger og indhold, der formår at formidle fortiden i et nutidigt perspektiv, og som tilmed kan give inspiration til fremtiden (2012, s. 24). De har således i højere grad fokus på *hvorfor*, hvor den gode historie formidles, frem for museumsgenstanden i sig selv (Kulturstyrelsen, 2012, s. 25). Derudover viser målgruppeundersøgelsen, at det faglige indhold bør bære præg af flerstemmighed og dilemmaer, der giver stof til eftertanke og refleksion, frem for entydige fortællinger (Kulturstyrelsen, 2012, s. 25 + 56). I denne sammenhæng fremhæver de unge også vigtigheden i, at indholdet har en individuel og samfundsmæssig relevans.

I den nationale brugerundersøgelse står det desuden klart, hvor stor betydning det sociale har for et museumsbesøg, hvor hele 92% af alle brugere besøger museer sammen med andre (Slots- og Kulturstyrelsen, 2018, s. 6). Det samme gør sig gældende hos både de unge brugere og ikke-brugere, hvor de angiver det sociale som et centralt element i forbindelse med museumsbesøg, da det er vigtigt for de unge, at dele museumsoplevelsen med nogen (Kulturstyrelsen, 2012, s. 24 + 56). Den sociale betydning synes derfor at være vigtig at understøtte i museernes udstilling- og formidlingspraksis, herunder dialog og aktiv deltagelse. Derudover angiver de unge brugere, at de gerne vil inddrages mere direkte i museumsformidlingen (Kulturstyrelsen, 2012, s- 56). Dog må man bide mærke i, at kun en lille andel af de unge ønsker mere brug af digitale teknologier i formidlingen, hvilket på sin vis modsiger de unges ønske om en mere involverende museumspraksis (Kulturstyrelsen, 2012, s. 57). Noget tyder altså på, at de unge formentlig ikke har store erfaringer med interaktiv og digital museumsformidling - eller i så fald forbinder de ikke museer med nyere digitale teknologier, hvilket synes at bakke op om specialets problemfelt.

Taget disse motiverende aspekter i betragtning, viser ikke-brugerundersøgelsen dog, at hele 20% af ikke-brugerne angiver, at de slet ikke ønsker at besøge museer oftere (Jessen, 2018, s. 12). Man må derfor konstatere, at der foreligger en stor udfordring i, at omvende ikke-brugere til enten lejlighedsvise eller hyppige museumsbrugere.

5.1.2.4 Identitetsrelaterede behov

Med henblik på Falk og Dierkings motivations- og læringsadfærdstyper kan man ud fra ovenstående data tilnærmelsesvis angive både de unge brugeres samt de unge ikke-brugeres identitetsrelaterede behov. Den mest dominerende motivation for et museumsbesøg er ud fra ikke-bruger undersøgelsen funderet i den *videbegærlige* identitet, da hele 54% af de hyppige museumsbrugere tager på museum, fordi de er interesserede og nysgerrige og kommer for at få ny viden og inspiration (Jessen, 2018, s. 7). Dette vurderes dermed også til at være gældende for den del af den unge underrepræsenterede brugergruppe, der er storforbrugere af museer. Når det kommer til de unge ikke-brugere synes det sværere at specificere deres motivations- og læringsadfærdstyper, idet det som ikke-bruger er vanskeligt at forholde sig til noget, man ikke er en del af (Jessen, 2018, s. 5+7). Dog kan man ud fra ovenstående data fra de tre undersøgelser

vurdere, at deres identitetsrelaterede behov må funderes i *vedhænget*. Dette kommer til udtryk da de unge ikke-brugere som udgangspunkt hverken er særligt interesseret i museernes indhold eller museer generelt.

5.1.2.5 Legitim perifer deltagelse i den sociale praksis

Sammenkobler man undersøgelsernes resultater, kan man ud fra Lave og Wengers teoretiske aspekter vurdere, at de unge ikke-brugere må betegnes som perifere i deres deltagelse. Dette skyldes, at de unge ikke-brugere hverken er interesserede i museernes indhold eller i museerne generelt, og de vurderer tilmed museumsoplevelsen lavest, hvorfor de fremtræder minimalt engagerede og deltagende i museets virke. Desuden indikerer de unges oplevelse af museer, at der foreligger en form for eksklusion af de unge, hvilket især kommer til udtryk i de unges forudindtagede og grundlæggende negative opfattelser af, hvordan museer er, og ligeledes hvordan man er museumsgæst, både med hensyn til adfærd, intelligens og forhåndsviden. I den sammenhæng synes de unge ikke-brugere at give udtryk for, at de netop ikke passer ind - eller ikke føler sig tilpas - i disse forudindtagede adfærdsmæssige og omgivelsesmæssige rammer. De unge ikke-brugeres perifere position kan derfor betegnes som en uforbundethed og irrelevans i tilknytning til den museale praksis (Lave og Wenger, 2003, 37-38). Dette må ses som kritisk - ikke blot fordi det er et demokratisk problem, at museerne ekskluderer bestemte brugergrupper - men særligt fordi der på nuværende tidspunkt, ikke er noget der tyder på, at de unge ikke-brugere vil tage del i det praksisfællesskab, der foreligger på museerne.

Dog kan man i modsætning hertil vurdere, at den anden del af den unge underrepræsenterede brugergruppe, der faktisk besøger museerne, og som ikke-bruger undersøgelsen definerer som storforbrugere, kan betegnes som fulde deltagere i museets sociale praksis, eller i al fald er de på vej til at blive det. Set ud fra Falk og Dierkings teorier kan dette medføre et stort potentiale, idet museerne, ved at understøtte den sociokulturelle kontekst, kan påvirke og forme den sociokulturelle oplevelse og opfattelse af museerne (2013, s. 202). Dermed sagt, at hvis en gruppe af både unge ikke-brugere og storforbrugere besøger et museum sammen, så kan denne sociokulturelle betydning fordre til en mere positiv opfattelse og oplevelse af museumsbesøget (Falk, 2013, s. 123).

Et andet aspekt der springer i øjnene ud fra undersøgelserne, er de unges tanker og syn på deltagelse i den museale praksis. Undersøgelserne viser, at de unge vægter museernes udstillinger og indhold højest, hvis de skal besøge museer oftere. Endvidere fremhæver de faktorer som dialog, direkte inddragelse i museumsformidlingen samt sociale erfaringer og oplevelser med dem de er sammen med, i beskrivelsen af gode og engagerende udstillinger. Dette vidner om, at de unge brugere gerne vil interagere socialt både med hinanden og museets indhold, frem for at være modtagere og forbrugere af passive, entydige fortællinger (Simon, 2011, s. 145). Dog viser ikke-brugerundersøgelsen, at deltagelse i den museale praksis ikke er blandt de parametre, der kan får de unge brugere til at besøge museer oftere (Jessen, 2018, s. 12). Denne kendsgerning bakkes endvidere op i den nationale brugerundersøgelse, hvor det at deltage aktivt, er den lavest vurderede kerneydelse i den samlede museumsoplevelse (Kulturstyrelsen, 2018, s. 15). Dette tyder på

en uvidenhed om og mangelfuld erfaring med deltagelse i det museale virke, hvortil man også kan sætte spørgsmålstegn ved, hvor og hvornår de unge brugere egentlig oplever, at de deltager aktivt (Kulturstyrelsen, 2018, s. 7).

5.1.3 Delkonklusion

Domænet har nu kortlagt en forståelsesramme for specialets analysefelt, og desuden udfoldet og specificeret begreber relateret til det teoretiske grundlag. Ud fra den domænespecifikke viden må man konstatere, at brugerperspektiver, brugeroplevelser og brugerinddragelse for alvor er rykket ind hos de danske museer, både som forventning og krav fra samfundet og borgerne heri. Der er således både tale om et nyt dannelsesbegreb, der i højere grad baseres på en flerstemmig og interagerende erkendelsesproces, samt et nyt kulturbegreb, hvor den gode, engagerende og vedkommende museumsoplevelse er central. Dette stiller nye krav til museerne, idet de både skal forholde sig til hvem deres brugere er, hvordan de formidler budskaber ud til en stor divergerende brugergruppe, og ligeledes hvordan museerne kan nytænke deres formidling, til formål for at skabe relevante, vedkommende og engagerende museumsoplevelser til den almene befolkning.

Imidlertid er der, i kølvandet på digitaliseringen, opstået en fælles erkendelse af, at digitale teknologier netop skaber store potentialer for nye, inkluderende og relevante museumsoplevelser, der imødekommer brugernes ønsker og behov, og ligeledes tilgodeser forskellige identitetsrelaterede motivations- og læringsmønstre. Ikke mindst viser karakteristikken af de unge brugere, at mange af de egenskaber, som de unge brugere foretrækker og efterspørger i museernes udstillinger, og som tilmed kan få de unge brugere til at besøge museer oftere, faktisk kan faciliteres gennem digitale teknologier, da der herigennem skabes muligheder for flerstemmig og flerstrenget formidling, hvor brugerne har mulighed for at indtage en mere aktiv og deltagende rolle i det formidlingsmæssige indhold. Ud fra dette grundlag, må det vurderes, at der er god grund til at museerne satser på interaktive og digitale formidlingsløsninger, hvis de skal imødekomme den unge underrepræsenterede brugergruppe. Spørgsmålet er bare hvordan. Den domænespecifikke viden er nemlig på mange måder også med til at tydeliggøre den grundlæggende uvidenhed, der foreligger sig, når det gælder nyere interaktive og digitale formidlingsformer. Blandt andet er rammerne for en meningsfuld sameksistens af teknologier og museets klassiske samlinger ikke fastsat. Endvidere er det endnu uklart, hvad den gode digitale museumsoplevelse er, hvordan den ser ud, og ligeledes hvordan den udfolder sig. Og endnu mere centralt; hvorvidt lever de digitale teknologier op til potentialerne om at facilitere en engagerende, vedkommende og deltagende museumspraksis?

Med henblik på den unge underrepræsenterede brugergruppe kan man påpege, at det i høj grad er et heterogent segment, idet segmentet omfatter både unge storforbrugere, der, ud fra Falks motivations- og læringsmønstre, kan kan karakteriseres som den videbegærlige identitetstype, samt unge ikke-brugere, der karakteriseres som vedhæng i museets virke. Imidlertid er der visse udfordringer og barrierer, der særligt ligger til grund for de unges fravalg af museer. Det viser sig nemlig, at der foreligger nogle grundlæggende og forudindtagede negative opfattelser af museer som værende støvede, kedelige, irrelevante og uforanderlige. Desuden står det klart, at særligt de unge ikke-brugere udviser en form for uforbundethed og

irrelevans i tilknytning til museets sociale praksis, hvorfor de må betegnes som perifere deltagere. Dog kan ud fra Falk og Dierkings forskning vurdere, at der opstår muligheder for, at påvirke og forme den sociokulturelle oplevelse og opfattelse i en mere positiv retning, hvis museerne understøtter disse identitetsrelaterede behov samt den sociokulturelle kontekst. Spørgsmålet er, hvorvidt interaktive og digitale museumsressourcer er et skridt på vejen til at understøtte dette? Og ikke mindst om interaktiv og digital museumsformidling kan bryde op med de grundlæggende negative opfattelser og barrierer, og dermed skabe en åbning for, at den unge underrepræsenterede brugergruppe vil tage del i museerne og den fælles kulturarv.

Følgende analysedel, *Anvendelse*, vil forsøge at besvare ovenstående spørgsmål, ved at rette blikket mod den unge brugergruppe og deres møde med nyere interaktive og digitale udstillinger og formidlingstilbud.

Anvendelse

5.2 Anvendelse

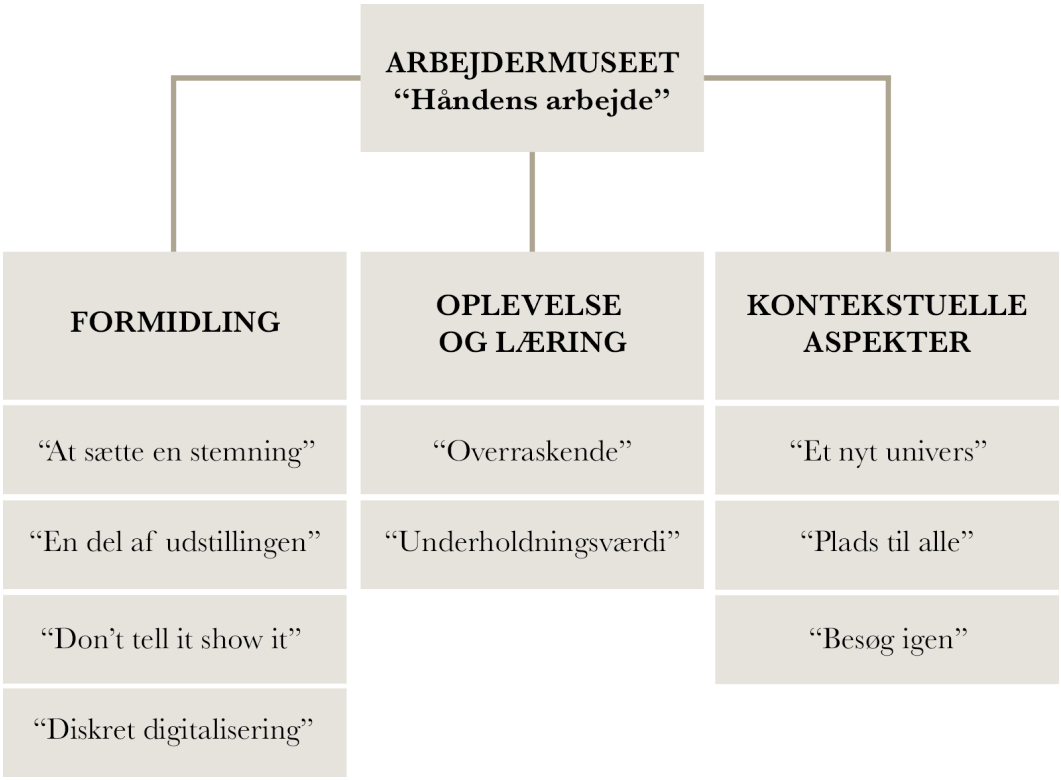
Med henblik på at skabe viden om de unge brugeres møde med nyere interaktiv og digital museumsformidling, vil multi casestudiet, der omfatter tre forskellige interaktive og digitale udstillinger og formidlingstilbud, udfoldes og analyseres én for én. Analysen vil koncentrere sig om de unges anvendelse, oplevelse og erfaringer i og omkrings museernes udstillings- og formidlingspraksis, med særlig fokus på den interaktivitet, deltagelse og læring der faciliteres i de tre formidlingsløsninger. Analysen vil derfor bære præg af de unges synspunkter, perspektiver og vurderinger, hvorfor der ikke vil indgå teoretiske aspekter. Dog vil der inddrages teoretiske overvejelser i den komparative proces, for at sammenfatte og begrebsliggøre de unges anvendelse.

De tre casestudier omfatter i alt fem forskellige informanter. Flere af informanterne vil således gå igen under de forskellige casestudier, hvilket understøtter det komparative grundlag i analysen. Desuden er de fem informanter divergerende i deres museumsbrug, hvorfor både ikke-brugere og storforbrugere er inkluderet. Dette synes at udgøre et godt grundlag for at konkretisere den sociokulturelle betydning og påvirkning i praksis. Analysen vil udelukkende referere til Bilag 13 (s. 116-144), hvor den tematiske sammenfatning af multi casestudiet fremgår. Desuden vil de overliggende begrebsstyrede koder gå igen i alle tre casestudier; nemlig *Formidling*, *Læring og oplevelse*, samt *Kontekstuelle aspekter*. Man må påpege, at temaerne er svære at adskille, hvorfor flere pointer uundgåeligt vil gå igen. Dog er de begrebsstyrede koder en nødvendighed, både i forhold til at strukturere det omfattende datamateriale, men også med henblik på at understøtte det komparative grundlag i det samlede multi casestudie.

“Kom ind i en verden af fag

Tag med på en rejse ind i håndværkets verden. Hvor hænder og hoved arbejder sammen om at skabe. Hvor det handler om godt håndværk og om faglig stolthed. Om at håndtere et værktøj, bearbejde et materiale og om at mestre et fag” (Arbejdermuseet, 2019)

5.2.1 Arbejdermuseet: Håndens arbejde



Figur 10: Visualisering af temaer i Arbejdermuseet, egen grafisk fremstilling.

5.2.1.1 Formidling

"At sætte en stemning"

Det første der møder informanterne i udstillingen 'Håndens arbejde' er et mørkt rum, hvor ni svagt oplyste materialer hænger ned fra loftet. På væggen står der med store bogstaver; LØFT, FØL, RØR. Informanterne spreder sig hurtigt ud, og begynder straks at røre ved alle de forskellige materialer, hvorunder de finder ud af, at både lyd og lys forstærkes når man rører materialerne - "*om det så f.eks. var det her stykke træ - så kunne man høre at noget knitre. Så gik tanken jo direkte over på det materiale som det jo var. Og det samme med den næste. Og den næste igen*" (Anders, s. 117). Man kan derfor vurdere, at denne del i udstillingen virker til at betage dem. Denne kendsgerning bakkes op af flere af informanterne. Blandt andet giver Marie udtryk for, at hun havde "*en feeling på den her ting, og en forståelse af det der blev vist mig, ved at der blev brugt den her form for digital formidling. At det både stimulerer mit syn, min hørelse, min følesans samtidig. [...] Så så jeg én ting - og kun én ting af gangen. Og jeg så kun præcis det her materiale. Det her træ.. Det her silikone. Fordi mine sanser blev skærpet og fokuseret præcis i den retning ved hver ting"* (s. 118).

Foruden at skærpe fokus, påpeger Rosa, at "*alle de her virkemidler og bare rummet var med til at sætte en stemning*", ikke blot i denne del af udstillingen, men også i den videre færden i håndværkets verden; "*Jeg synes faktisk, at starten bare var en rigtig god intro til den verden, man kommer ind i. Der stod på væggen - bare rør, lyt og føl. Altså. Bare gå til den som om, at man fik en start, hvor man bliver præsenteret for noget, som man bare skal opleve med sine sanser. Dem alle sammen nærmest*" (s. 117-118).

"En del af udstillingen"

Udover et sanseligt førstehåndsindtryk, bliver informanterne hurtigt klar over, at det her er en udstilling, hvor de som museumsgæster har mulighed for at deltage mere aktivt, da de både kan påvirke og interagere med udstillingens formidlingsmæssige indhold. Allerede i det første rum indbyder selve formidlingen til, at informanterne "*kunne være med. At man kan røre ting selv, bare at være en del af udstillingen*" (Daniel, s. 116). I kontrast hertil påpeger Daniel, at "*hvis det bare var en glasmontre med det her stykke læder, som nogen har arbejdet med, med hænderne. Så tror jeg ikke man havde fået samme oplevelse - eller bare generelt den samme positive oplevelse*" (s. 116). Man kan derfor vurdere, at det her med at føle sig aktivt

inddraget i formidlingen tiltaler de unge brugere. "*Forventningens glæde og at man bliver positivt overrasket over at der er så meget man kan prøve - og ja, at der bare sker meget*" (Anders, s. 117).

Flere informanter påpeger desuden, at de aktive og deltagende elementer i museumsformidlingen taler til deres indre barn, at det tilmed gør oplevelsen legende og humoristisk; "*Jeg har det med at blive sådan et lille legebarn, når det er nogle ting, man skal prøve, og så glæder man sig lidt til at se, hvad der er rundt om hjørnet. Hvad de nu finder på*" (s. 116). Et andet formidlingsmæssigt element, der synes at vække den samme begejstring, er "*den store røde knap. [...] Du bliver draget af de her elementer. Og så er det lige meget om man er barn eller som os midt i 20'erne. Jamen så tror jeg du får lyst til at lege med, fordi den taler til dit indre barn*" (Daniel, s. 117). Rosa tilføjer desuden, at "*alt hvad der kan åbnes, trykkes på eller trækkes i altså.. jeg skal prøve det. [...] Og især de der røde knapper der. Du skal da trykke på dem, og se hvad der sker. Det drager mig helt vildt. Jeg kan slet ikke lade være. Jeg skal prøve det hele*" (s. 117). Disse legende og humoristiske elementer synes imidlertid at tage fokus fra den mere monologe og klassiske

formidling, da der er "*røde knapper over det hele, og der var ting man kunne trække og hive i og trykke på. Så det var noget jeg pænt gik uden om - uden at føle at jeg mangler noget. Jeg fik hele oplevelsen med*" (Rosa, s. 117).

"Don't tell it show it"

Med henblik på de mere klassiske og analoge formidlingsformer påpeger de unge informanter, at man ikke behøver at læse den skriftlige formidling for at få hele oplevelsen med. Dette kommer til udtryk, da de "*havde en klar idé om hvad det var og gik ud på - uden at skulle læse noget. [...] Og det bliver ligesom fremprovokeret på den måde det hele er opsat på*" (Anders, s. 118). Rosa tilføjer endvidere, at "*der var bare ikke lige så meget grund til at have det*", og at det "*man skulle se og røre eller får anvisninger til, det stod med stort*" (s. 118). Informanterne får desuden det indtryk, at det ikke er den skriftlige formidling, der er i fokus; "*det føltes som om at de var gemt, fordi de ikke skulle forstyrre os som publikum og det man nu så på. Og så kan man så selv tilvælge og læse informationerne*" (Daniel, s. 118). Daniel fremhæver især rummet med de ni forskellige materialer, hvor han bemærker, at "*det var diskret placeret ude til siden, med*

information om hvad det var. Der var sådan et spot ned ad væggen, hvor du så kunne læse, jamen det er træ og det bliver brugt til det her. Det var ikke fordi informationerne stod lige ved siden af det her område, så du bliver ikke forstyrret i det du gjorde [...] Det synes jeg er sindssygt godt tænkt, at man sån kan søge information, hvis man havde lyst til det. Det var ikke noget man behøvede" (s. 118-119). Ud fra dette grundlag synes en flerstrenget og differentieret formidling at appellere til den unge brugergruppe - og også alle andre brugergrupper. Flere af informanterne pointerer nemlig, at "*det simpelthen var lavet til alle,*" da man "*kan vælge til eller fra alt efter hvem man er, og hvad man synes er sjovt*" (Anders + Daniel, s. 118). Der er altså mulighed for flere forskellige oplevelser, hvilket appellerer til forskellige motivations- og læringsmønstre; "*alle kommer ud med samme følelse. Ja.. at vi alle sammen har lært noget. Men vi har bare lært det på forskellige måder*" (Daniel, s. 118).

"Diskret digitalisering"

Der viser sig et generelt billede af, at informanterne synes godt om den måde, som Arbejdermuseet har fortolket og implementeret de interaktive og digitale museumsressourcer på i deres formidling. Her nævner Daniel, at "*det ville IKKE give mening hvis alt stod på store touchskærme. Eller at man brugte en app. Der er det de her ting, og de virkemidler - det fungerer bare bedre [...] Det fuldender bare hele oplevelsen, for du får en godbid ved at gøre det*" (s. 119). Desuden tilføjer han, at hvis man skulle anvende en telefon, "*så havde du ikke kunne lege med på samme måde*" (Daniel, s. 119). Dette bakker Marie op om, for "*hvis vi havde fået en app, vi skulle følge eller noget lignende. Så havde vi ikke interageret lige så meget med hinanden*" (s. 119). Informanterne sætter derved spørgsmålstegn ved, om brug af flere digitale museumsressourcer kan understøtte den sociale kontekst på samme vis som i den eksisterende digitale formidling. Desuden giver informanterne udtryk for, at flere interaktive og digitale museumsressourcer ikke ville passe ind på baggrund af udstillingens formål og emne; "*det er jo håndværk. Så derfor forventer jeg også, at jeg skal have noget i hænderne. Jeg skal have en hammer. Jeg skal f.eks. bygge den der bro. jeg skal ikke stå og prikke noget på en tv-skærm fordi.. ja det synes jeg ikke hænger sammen"* (Anders, s. 119). Dog påpeger Marie, "*hvis nu der skulle ha' været noget mere, så skulle helt klart være noget digitalt spil - som man også skal gøre sammen*", hvilket understreger den sociale betydning. I sådan en grad, at det må vurderes som vigtigere end digitale museumsressourcer (s. 119). "*Ja altså det her diskrete digitalisering. Det kan vi godt li. Det er det nye*" (Marie, s. 119).

5.2.1.2 Oplevelse og læring

"Overraskende"

Daniel giver udtryk for, at han havde visse forventninger til besøget; " *Jeg forventede bare klassisk arbejdermuseet*" (s. 120). Dog kan man ud fra dataene konstatere, at disse forventninger ikke kommer til sin ret, da "*jeg er virkelig positivt overrasket over oplevelsen, for jeg anede ikke hvad jeg gik ind til. [...] Så jeg vil faktisk sige at min positive overraskelse vægter så højt, at jeg fuldstændig overså det negative*" (Daniel, s. 120). Også Anders virker begejstret, da "*det var bare min form for museum [...] hvor man kan prøve lidt forskelligt, og noget man kan relatere lidt til og blive set lidt i øjnene*" (s. 120). Dog bider informanterne mærke i en detalje i slutningen af udstillingen, som synes at påvirke den følelse, de går derfra med; nemlig

"*at man ikke måtte røre ved chipsposerne til sidst*" (Daniel, s. 120). Denne form for formidling står nemlig i kontrast til resten af udstillingen, hvor informanterne "*i vitterligt hele udstillingen kunne røre og lege som du har lyst til*" (*Anders*, s. 120). "*Og fordi det var det sidste, så er det også det der sender dig hjem. At du ikke lige måtte røre ved den her. [...] At man ikke har det sidste punktum med* (Daniel, s. 120).

Til trods for en lidt misvisende afslutning på museumsbesøget, synes helhedsoplevelsen i 'Håndens arbejde' at være positiv. Så positivt, at det er "*højst sandsynligt noget jeg vil anbefale andre at gøre. Gå ind og se det, for det var faktisk ret hyggeligt og ret sjovt*" (Daniel, s. 120). Både Anders og Daniel påpeger dog, at de ikke kom ud med en følelse af "*gud hvor har jeg lært en masse nyt*" (s. 120). Dette synes ikke at være gældende for Marie, der både under og efter besøget reflekterer nøje over udstillingens indhold, herunder særligt hvordan både maskiner og teknologi overtager håndens arbejde; "*Og det er jo den nutid vi lever i, hvor maskinen begynder at tage mere over. Hvad kommer det til at betyde for vores fremtid, at maskinerne bliver*

en så stor del af vores håndværk. [...] Vil det gøre mit arbejde til overflødigt i fremtiden - måske gør det ikke" (Marie, s. 120-121). Der synes derfor at være forskel på, hvad informanterne har fået ud af museumsbesøget. Om ikke andet påpeger Daniel, at han "*har fået en god oplevelse. Og det tror jeg måske er lige så vigtigt, som at lære noget nyt*" (s. 120).

"Underholdningsværdi"

I forbindelse med den positive oplevelse af udstillingen, fremhæver flere af informanterne de humoristiske indslag, der har været gennemgående under hele museumsbesøget, hvilket blandt andet omfatter forskellige aktiviteter og spil. Informanterne påpeger, at udstillingen rummer en altovervejende og fuldendt underholdningsværdi; "*det her med at bruge hænderne, og hovedet. Og der var hjelme. Der var ikke noget der var undladt lige der. [...] Det var bare sådan en god oplevelse, der var underholdende*" (Anders, s. 121).

Man kan derfor konstatere, at netop humor og underholdning vægtes højt ,når det kommer til den samlede museumsoplevelse, da "*det bedste jeg kunne lide ved den her udstilling, det var underholdningsværdien*", hvorfor det ligeledes er afgørende for til- og fravalg af museer. Dette kommer især til udtryk, da Marie pointerer, at "*sådan noget oplever jeg aldrig når jeg er ude og besøge et museum. At der ligesom er de der humoristiske indslag. [...] Fordi i vores ungdom, hvor man både ser comedy, går i biografen [...]. Vi gør det*

for at blive underholdt. Og netop det at blive underholdt giver en lyst til at komme igen, for ligesom at se - nå ja, men hvad har de så fundet på til næste gang? Hvad har de nu fundet på at sanselige oplevelser, sjove spil eller noget helt tredje. Hvis jeg er underholdt, så har jeg lyst til at komme igen" (Marie, s. 121).

Desuden synes der at være en sammenhæng mellem underholdningsværdien og den sociale værdi i besøget. Dette afspejles blandt andet i informanternes måde at omtale og forbinde disse to parametre på; "*her, jamen så var der lige pludselig et spil. Og så skulle vi bygge en bro i samarbejde. Det var sådan nogle rigtig hyggelige ting, hvor vi ligesom ku', jae.. opleve sammen. Og ikke bare går og kigger*" (Rosa, s. 121). Tilmed kan man ud fra dataene konstatere, at flere af informanterne faktisk sidestiller den museumsoplevelse, de lige har haft, med andre fritidsaktiviteter sammen med deres venner. Blandt andet udtaler Rosa, at "*det er lidt ligesom at vi sætter os ned og har en spilleaften, eller et eller andet*" (s. 121). Også Marie pointerer, at "*jeg havde det bare sjovt, med mine venner. Og de var et socialt museum. Og et socialt indslag. I stedet for vi bare sad på en café, så var vi faktisk ude og bruge vores kroppe. Og opleve noget sammen. Og som heller ikke koster alverden*" (s. 121).

5.2.1.3 Kontekstuelle aspekter

"Et nyt univers"

Hvis man ser nærmere på de forventninger som informanterne havde til besøget på Arbejdermuseet, må man bide mærke i en overliggende negativ opfattelse af, hvad Arbejdermuseet er for et museum. Dette afspejles blandt andet i Daniels billede af Arbejdermuseet som "*et støvet sted"* og "*den her arbejderånd, og den her kæmpen for frihed og rød fane og arbejdersange og sådan noget*" (s. 122-123). Dog synes 'Håndens arbejde' at gøre op med nogle af disse opfattelser og forventninger til besøget, da "*det var ligesom sat lidt i skyggen i det her univers. Det var ligesom ikke det, der var i fokus - og som måske er museets primære fokus*. [...] *det var ikke lige så meget rød fane, rødstrømpe, eller hvad man skal sige, på samme måde som resten af museet. Det synes jeg var rigtig fedt. Man blev ikke skræmt væk*" (Daniel, s. 122). Især må man påpege, at selve omgivelserne og opsætningen af udstillingen er med til at børste det støvede billede af; "*den her udstilling var ligesom bygget ind i det gamle. Og man havde ligesom skrællet alt det gamle messing, og det der var bygget i 1800-tallet væk. Og polerede væggene op til nye. Det var et nyt moderne rum, man gik ind i. Og det synes jeg var sindssygt godt*" (Daniel, s. 122).

Det første rum hvor de ni materialer hænger ned fra loftet, og hvor formidlingen er interaktivt og digitalt medieret, er imidlertid også med til at suge informanterne ind i et nyt og anderledes univers, der synes at modvirke de forudindtagede forventninger og opfattelser; "*Jamen jeg tror faktisk at den måde man kom ind i udstillingen på. Det der med; hvad er det lige man skal? Fordi man bliver draget af alle de ting, der hænger ned fra loftet. Man ved ikke helt om man må røre, men man bliver sån draget til at gøre det. Og det er første skridt til at byde op til dans og til at lege. [...] Det var med til at suge mig ind i det univers*" (Daniel, s. 122). Anders tilføjer desuden, at "*man ikke ved hvad man kommer ind til. Vi kender jo godt nok temaet, og vi ved at det er på arbejdermuseet. Men det er forventningens glæde at komme ned til det, og så synes at det er mega fedt*" (s. 122). Man kan i den sammenhæng også udlede, at det især er de interaktive og digitale

teknologier, der er med til at skabe det her univers, som informanterne drages af. Spørger man direkte ind til hvad brugen af interaktive og digitale formidlingsformer gør for dem i det første rum, påpeger Marie, at det er "*varieret og nyt og spændende og underholdende. Det har ligesom flere dybder, frem for hvad man ofte forbinder museer med - og til at være. At det faktisk er en oplevelse udover kun at det er filosoferende eller reflekterende at gå på museum*" (s. 123). Desuden understreger Daniel, at "*det har stor virkning med de der.. ja det er jo også digitalt. Fordi det skaber en interesse. Og det der med at du kan interagerer med tingene. Det tror jeg bare gør, at man synes det er sjovere"* (s. 123).

"Plads til alle"

Ser man på, hvorvidt informanterne føler, at udstillingen og det formidlingsmæssige indhold henvender sig til dem som segment, må man vurdere, at alle informanterne finder udstillingen appellerende. Og det til trods for at udstillingens primære målgruppe henvender sig til de faglærte, da det netop er dem og deres arbejde, som udstillingen centrerer sig om, samt unge, der står over for eller er midt i et uddannelsesvalg, hvilket må vurderes til at være et noget yngre segment i forhold til specialets informanter (Bilag 3, s. 8). Rosa udtrykker tilmed, at "*det er måske os der kan få mest ud af det. Men.. ja.. Og så handler det jo bare om at have en barnlig sjæl. Og det kan man jo i alle aldre*" (s. 124). Man kan derfor konstatere, at selvom udstillingen sigter efter visse målgrupper, så favner udstillingen og det formidlingsmæssige indhold bredt, hvilket sandsynligvis skyldes den måde, det formidles på. Blandt andet påpeger Rosa, at "*der skal være plads til alle i den her udstilling. Altså der er lidt til enhver smag. Jeg tror helt automatisk, at der vil være nogle ting som henvender sig mere til en end andre. Der vil være ting som man går forbi. Det indikerer også at flere typer og aldre kan være med, og kan mødes ved sådan en udstilling*" (s. 124). Hun tilføjer desuden, at " *alle vil få noget ud af det - måske ikke det samme. Men alle aldre ville kunne få helt vild meget ud af det*" (Rosa, s. 123).

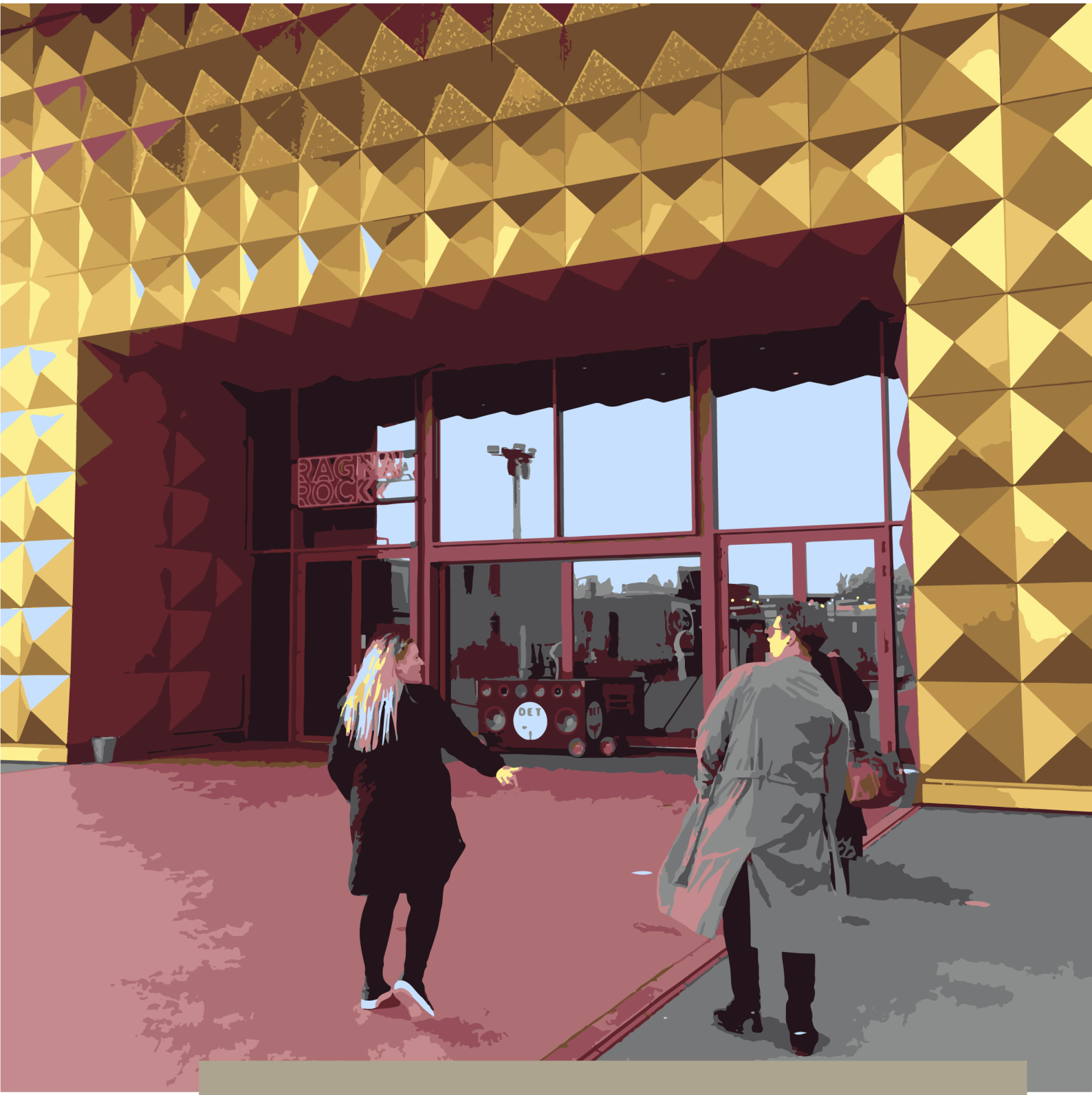
Blandt informanterne er der dog delte meninger om den børnevinkel, der også er præsenteret i dele af udstillingen. På den ene side giver informanterne udtryk for, at flere af aktiviteterne er for meget i børnehøjde; "*f.eks. var der sådan et arbejderskur, eller pauseskur, hvor man ligesom - 'kom ind og sæt jer ned. Der er det fint for mig bare at kigge. Der har jeg ikke behov for at gå ind og sætte mig*" (Daniel, s. 123). Anders tilføjer, at "*det der sidste rum, hvor man kunne klippe klistre og sådan noget. Der faldt målgruppen rigtig meget for mig*" (s. 124). På den anden side demonstrerer dataene, at informanterne mest af alt finder den her børnevinkel underholdende, da "*vi kartede rundt, og synes det var sjovt, fordi det nemlig er med en børnevinkel men i voksenhøjde*" (Daniel, s. 123).

Netop denne legende og barnagtige vinkel synes også at medvirke til, at informanterne udfolder sig på en anden måde, end hvad de egentlig forbinder med generel museumsadfærd. De omtaler blandt andet Glyptoteket, hvor "*vi ikke rigtig følte at vi hørte til. Eller blev accepteret af personalet eller andre folk der var derinde. De gik og kiggede på os, som om vi ikke hørte til - følte vi hvertfald*" (Rosa, s. 124). I kontrast hertil føler informanterne her, at "*man kunne ikke lade være med at føle sig tilpas, og komme i legehumør. Det var ikke fordi man stod og var bange for at røre ved tingene eller noget som helst. Og det var jo heller*

ikke fordi, at der var helt vildt stille. Man følte ikke, at man skulle gå rundt og hviske til hinanden. På noget tidspunkt" (Rosa, s. 124). De legende og aktiverende aspekter synes derfor at påvirke den samlede museumsoplevelse positivt, og måske endnu vigtigere: vise hvad museer *også* er eller kan være, frem for de entydige og forudindtagede opfattelser.

"Besøg igen"

Afslutningsvis bliver informanterne bedt om at fortælle, om de har lyst til at besøge museet igen, eller endda besøge andre museer, med henblik på at få en idé om, hvorvidt den samlede museumsoplevelse enten har givet dem lyst til flere eller endda ændret de negative opfattelser, som de unge synes at have om museer. Hertil kan man konstatere, at flere af informanterne faktisk har lyst til at komme igen, hvis det altså er den "*samme måde de gør det på, med at røre ting og prøve ting. Så ville jeg nok godt. Jeg synes det ville være sjovt hvis vi tog derind igen. Hvis det var samme formidling, med et andet emne*" (Anders, s. 124). Dette synes netop at understrege formidlingens - og specielt den interaktive og digitale formidlings - betydning og virkning for de unge brugere. "*Her får jeg ligesom alle mine sanser og behov stillet på en måde. Så jeg har lyst til at tage derhen igen. Og det er en måde at bringe det kedelige museum ind i det 21. århundrede. Og bare det at få nogle af os unge til at få en god oplevelse og lyst til at komme igen*" (Marie, s. 125).



“Tag med på en medrivende rejse gennem musikkens og ungdomskulturens historie og udvikling fra 1950’erne og frem - en rejse der både engagerer, aktiverer og giver dig sved på panden” (Ragnarock, 2019)

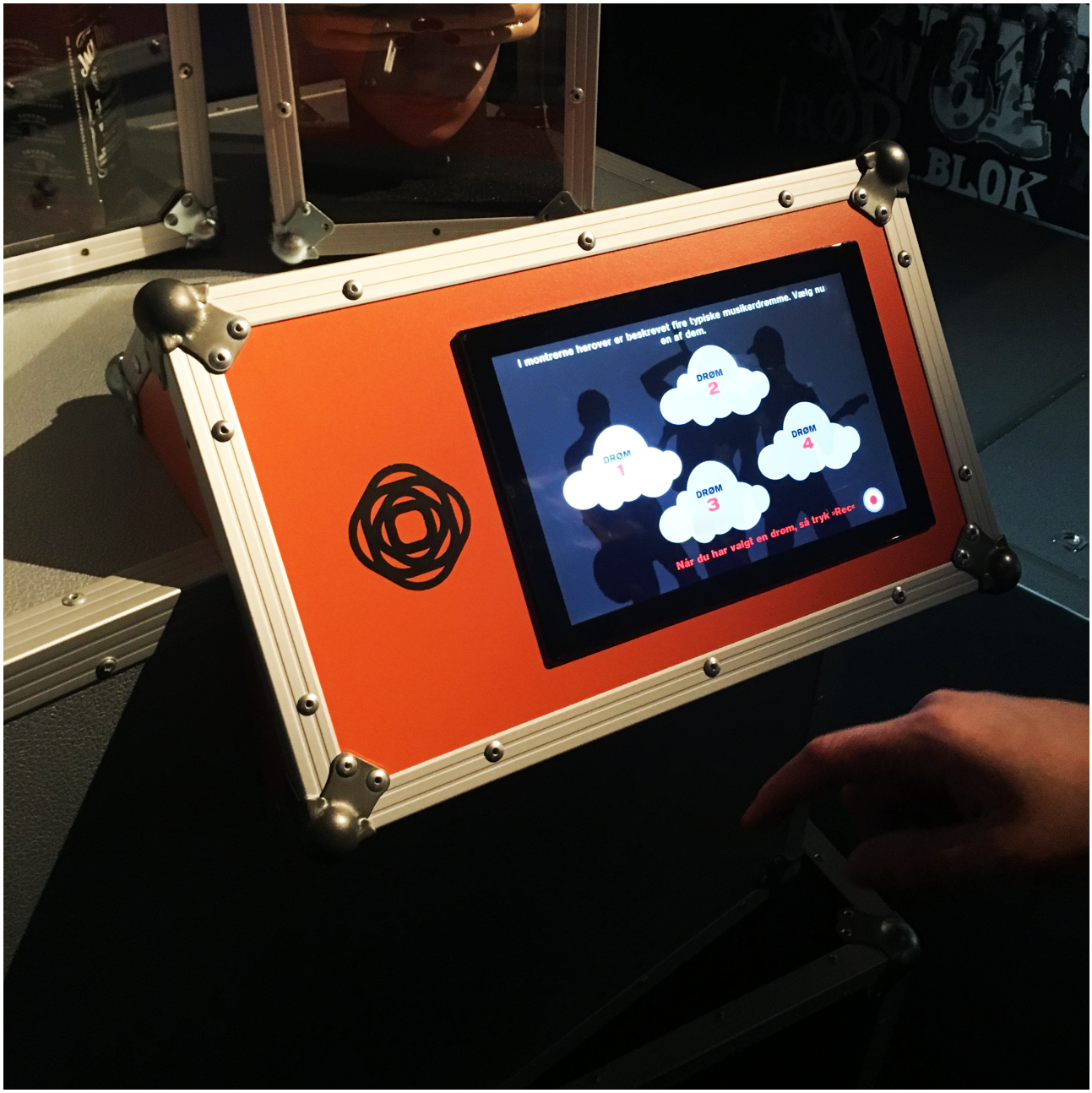
5.2.2 Ragnarock: Ungdomskulturens historieudvikling

Figur 11: Visualisering af temaer i Ragnarock, egen grafisk fremstilling.

5.2.2.1 Formidling

"At blive rockstar"

Nede i receptionen får informanterne udleveret en keyhanger med et kort hver; "*Man tænker sådan lidt.. hvad er det her kort*" (Anders, s. 127). Det viser sig, at kortet giver adgang til et interaktivt og digitalt spil, hvor hver af informanterne, gennem ti stationer, skal skabe deres eget band, hvilket omfatter alt fra bandnavn, musikgenre, bandmedlemmer og skandaler; "*Det var jo sådan en mikrochip man kørte med. Så man havde personlige oplysninger - og hvor langt man var nået*" (Anders, s. 126-127). Dette gør spillet til en markant og gennemgående del af Ragnarock udstillings- og formidlingspraksis, der, ud fra dataene, må siges at gøre et stort indtryk hos samtlige informanter. Blandt andet udtrykker Marie, at "*vi sådan jagtede det, og samtidig fik en historie omkring musikken, og samtidig var vi også selv en del af det. Lavede det her band og gik op i det. 'Ej hvornår mon den næste kommer' og 'hvad skal vi så vælge', så der var hele tiden noget at glæde sig til*" (s. 126). Anders tilføjer, at det "*bare var en fed rød tråd, der var gennem hele museet. Fordi.. For det første så tvang det dig til, at komme igennem. Fordi så var man sådan lidt; "nu skal man lige se hvad det ender med, det her". Bare den måde det blev gjort på. At man kommer igennem hele musikkens verden, ved hjælp af det her pas man har med sig, og skulle ligesom køre sin karriere på. Det synes jeg var vildt fedt. Det var toppen for mig. Det var sjovt*" (s. 126).



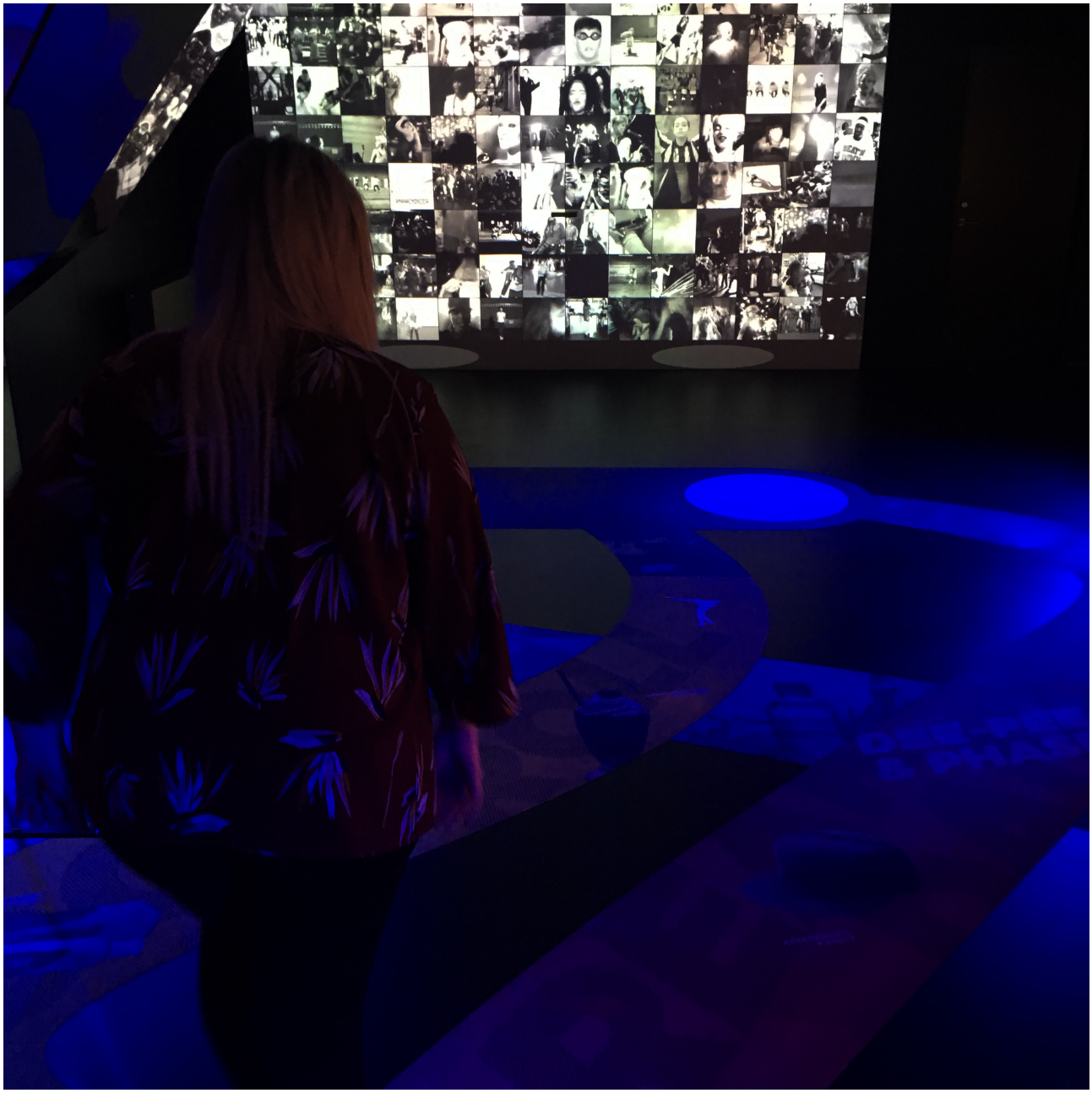
Spillet synes derfor at tilføre alt fra underholdning til konkret og dybdegående viden inden for musikkens verden - og tilmed skabe sammenhæng og en rød tråd gennem hele udstillingen. "*Det får hvert fald 10 point for digital formidling*" (Anders, s. 127).

"Vi vil styre"

Foruden spillet bliver informanterne mødt af et bredt spektrum af interaktive og digitale formidlingsløsninger i hele udstillingen. Allerede da de træder ud af elevatoren, der fører informanterne fra receptionen og op til den første del af udstillingen, er den første interaktive og digitale lysinstallation placeret. Her kan man, ved at flytte og dreje på forskellige klodser og tegne på en touchskærm, skabe et lysshow på væggen. Dog synes installationen ikke at virke for informanterne, "*eller så virkede det, men vi havde bare ikke opfattet det*" (Anders, s. 127). Marie pointerer, at "*vi trykkede på nogle ting, og drejede på noget. Og så skete der*

noget med lyset.. Men jeg ved ikke helt, om jeg synes om den" (s. 127). Man kan således fornemme en vis forvirring over, hvad netop den her installation kan, og ligeledes hvordan den virker. Nanna påpeger tilmed, at "*jeg følte ikke, at det var mig selv, der styrede det. Men at jeg bare lignede en idiot, der drejede på nogle forskellige ting. Så det kunne de godt gøre noget ved. Men det var fedt med et sanserum*" (s. 127).

Der viser sig således et gennemgående ønske og behov i tilknytning til interaktionen i og omkring disse interaktive og digitale installationer, da de unge gerne vil have mulighed for at styre selv; " *Det der dragede mig allermest, det var når man selv skulle gøre noget, før der kom en lyd eller gøre noget for at der skete noget med lyset. Så igen det sanselige - at det bliver udfordret*" (Nanna, s. 127). Desuden tilføjer Nanna, "*at der godt kunne være lidt mere, hvor man netop selv spiller musik. F.eks. et klaver på gulvet eller.. ja, så man også får dans ind i det*" (s. 127).



"Fra aktiv til inaktiv"

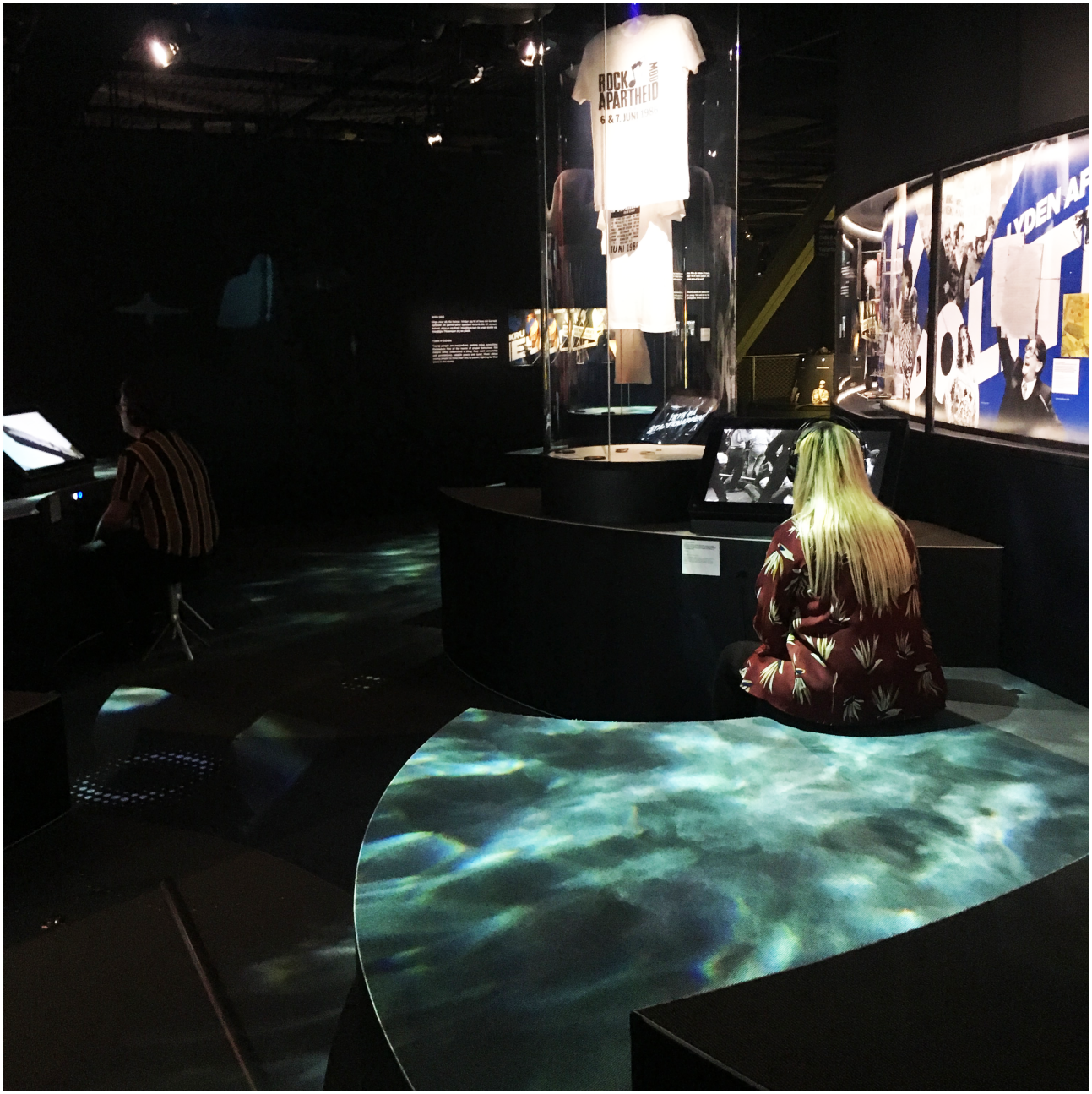
Med henblik på ønsket om mere aktiv deltagelse i og omkring de interaktive og digitale installationer, må man påpege, at der imidlertid er store dele af Ragnarocks formidlingsmæssige indhold, der imødekommer dette ønske. Anders sammenligner faktisk museets udstillings- og formidlingspraksis med Experimentarium, der er kendt for at gøre leg til viden gennem interaktive udstillinger (Experimentarium, 2019); "*man har taget musikkens vej, hvor man kan prøve, og der er historie, og man gider faktisk læse det, og man gider lytte og man rører ved det. Så det kan rigtig mange forskellige ting. Som man også kan på Experimentarium. Og det synes jeg var skide fedt*" (s. 128). Informanterne omtaler særligt "*hele den her væg med musik, helt fra.. ja tilbage i 60'erne frem til nu. [...] man kunne få de her hørebøffer på og simpelthen gå igennem tiden ved at flytte jackstikket hen til de forskellige sange. Og det synes jeg bare var virkelig fedt. For der var noget jeg*

kunne se på, og jeg kunne lytte på. Samtidig med at jeg havde en interaktion med, at jeg ligesom selv kunne bestemme hvilken sang. Noget aktivitet. På én gang" (Anders, s. 128).

Man kan derfor konstatere, at informanterne i høj grad føler sig aktiveret - hvert fald det meste af tiden. For selvom meget af formidlingen indbyder til aktiv og social interaktion, er der også formidling, der omfatter en mere stillesiddende tilgang; "*de her videoer, hvor man skulle sidde med hørebøffer på - det var skide spændende. Men det varede lige de der halvandet minut for lang tid. Altså så følte jeg at jeg ikke lavede noget. Jeg følte at jeg bare sad og så en video, som jeg kunne gøre derhjemme på youtube. Om det samme emne, som det vi så"* (Anders, s. 128).

Informanterne påpeger skellet mellem at være meget aktiv til at være meget inaktiv, hvilket synes at have både en positiv og negativ effekt blandt informanterne. Blandt andet udtaler Marie, "*enten skulle man være*

meget på og råbe og skrige. Og være med til at lave en sang eller være meget på. Eller også skulle du bare læse, lytte, være helt stille. Så det var meget skiftende, hvordan niveauet igennem udstillingen var. Og det er jo både godt og dårligt" (s. 129).



Anders tilføjer, at "*dit humør det svinger rigtig meget i forhold til hvilket rum du er i hele tiden. Og der er ikke helt en rød tråd i forhold til, at nu kører vi den bare, hvor man skal helt vildt meget, og nu skal vi være stille og høre om et eller andet. [...] Jeg synes der var lidt dumme skel imellem*" (s. 129). Nanna ser dog disse skel som noget positivt, og i den grad også som en nødvendighed; "*jeg tror at det var meget godt, at der var nogle udsving med, at så skulle man lave helt vildt meget, og lige pludselig skulle man bare lytte.[...] man bliver nemlig ikke åndssvag i hovedet gennem udstillingen, og når man kommer ud derfra igen" (s. 129).* Man må vurdere, at der derfor er forskel på, hvor meget aktivitet informanterne foretrækker. Dog synes

dataene at give et overordnet billede af, at formidling der fremmer og indbyder til aktivitet, er noget der appellerer til de unge brugere.

5.2.2.2 Oplevelse og læring

"Jeg har aldrig oplevet noget lignende"

Med henblik på den samlede museumsoplevelse, udtaler Anders, at det er "*noget jeg vitterligt ikke har prøvet før. Det er lige før jeg ikke vil kalde det et museum, fordi det var så anderledes i forhold til hvad man egentlig tænker om museer. Masser af oplevelser*", hvorfor man kan konstatere, at oplevelsen har gjort et stort indtryk (s. 130). Marie antyder dog, at hun er en smule overvældet, da hun definerer det som "*en meget voldsom oplevelse. Både visuelt og.. meget musik. Der skete meget. Men jeg synes at jeg var… Jeg var meget på i løbet af hele udstillingen. Det var rigtig interessant. Den var ny. jeg har aldrig oplevet noget lignende*" (s. 130). Netop dette afspejles også i måden hvorpå informanterne føler, at de i høj grad skal fokusere og aktivere dem selv gennem hele udstillingen; "*man skulle tænke sig om, fordi ja, hvad skal vi på den her post. Og det kan godt være man tænker lige i starten. Åha. så gider vi ikke. Så går vi videre. Man skal virkelig være.. ja.. man skal være engageret i at prøve de her ting, og en god tålmodighed, til lige at sætte sig ind i de ting man skal de forskellige steder. Ellers får man ikke meget ud af det*" (Anders, s. 130). Dette synes dog at tiltale de unge brugere; *Man skal virkelig være på. Og jeg synes det er fedt - at man hele tiden skal holde øje, og have sanserne kørende*" (Anders, s. 130).

Ligeledes påpeger informanterne, at oplevelsen også omfatter en legende og underholdende dimension, der igen synes at tiltale det unge segment; "*jeg synes bare at det var så godt. Jeg kunne lide det hele. Jeg kunne godt lide at alle mine sanser blev brug og alt den viden jeg fik.. jamen det hele. Historien bag og ting man ellers ikke ville have hørt andre steder tror jeg. Og jeg fik danset og jeg fik råbt. Det gør man heller ikke alle steder - specielt ikke museer. Jeg synes jeg var underholdt*" (Nanna, s. 130).

"Musik er følelser"

Overordnet kan man ud fra dataene konstatere, at emnet musik fascinerer de unge informanter, idet de under museumsbesøget bemærker hvor meget betydning, der ligger bag musikkens verden, herunder alt fra kulturelle, historiske, personlige og endda følelsesmæssige aspekter. Anders tilføjer, at "d*et bare vækkede min interesse ved det her med… ja bare musikkens historie, og at den fylder så meget. Det fik min interesse til at gå vild op*", hvorfor emnet synes at have meget at sige, når det kommer til museumsoplevelsen (s. 131). Dog synes formidlingen i højere grad at gøre emnet endnu mere tiltalende for informanterne; "*det har gjort det hele ved den her museumsoplevelse, at der var* de her interaktive midler. 100%." (Anders, s. 130).
Med henblik på de mere historiske og kulturelle aspekter, der repræsenteres i ungdomskulturens historieudvikling, synes særligt Nanna at tage "v*ildt meget med hjem*", herunder både oplevelses- og læringsmæssige refleksioner; "*ét er at en sang er god at lytte til eller at man bare godt kan li den sang. Så har den stadig et større budskab. Og det synes jeg var fedt at høre om - og jeg lærte rigtig, rigtig meget faktisk. Og nu kan jeg rigtig tage i skole i morgen, og bare sige hvad jeg har lært. [...] Og så synes jeg også det var spændende at høre om*" (s. 132). Nanna oplever faktisk, at "*der kunne godt være mere af det. Flere*

historiske symboler og mindesmærker", hvilket er påfaldende, idet karakteristikken af de unge brugere giver et billede af, at klassisk og monolog formidling ikke interesserer de unge brugere (s. 131). Dette synes derved at understrege vigtigheden af, at formidle et emne af interesse for de unge brugere.

Endvidere viser dataene, at særligt den musik de selv kender til, eller som de forbinder med oplevelser, personer eller perioder i deres liv, gør størst indtryk på dem. Dette afspejles blandt andet hos Anders; "*det jeg synes helt klart var sjovest, det var musiknumre, som man har haft en følelse til gennem tiden. Så har det været for 15 år siden eller det er måske en sang der er 30 år gammel, og man ikke engang er født på det tidspunkt. Eller sange som kun er et par år gamle. Det synes jeg bare er fedt.. at ja, den her har jeg danset til. Og den her kan jeg huske - den spillede jeg på min walkman da jeg var 8 eller sådan et eller andet. Det var det jeg synes var mest sjovt. Det der med at man kan se tilbage på ens tid og relatere det til sange*" (s. 131-132). Der opstår derved både nostalgiske og emotionelle følelser og tanker i og omkring det formidlingsmæssige indhold; "h*vis jeg hørte en Kim Larsen sang eller noget Gnags eller sådan noget. Jeg ved at min mor har hørt dem. Så kommer jeg jo til at tænke på hende, når jeg hørte den sang. Det synes jeg er fedt. At det på den måde kan lege med følelserne og ja.. tiden*" (Anders, s. 132). Desuden påpeger Anders, at "d*et jo bare noget alle kan relatere til. Musik er en ting - altså - det kan du ikke undgå ligemeget hvem du er. Så alle kan faktisk være ret godt med på det her museum*" hvortil Marie uddyber, at "*man ville helt sikkert kunne finde en kunstner, i sin musikgenre, som man selv lytter til, og så mærke noget personligt med den her fortælling*" (s. 131).

"Et socialt museum"

Foruden at de unge brugere kan relatere til emnet musik, både på et nostalgisk og følelsesmæssigt plan, gør det også noget for den sociale kontekst, idet "*de sanselige øjeblikke. Sang. Fællessang og bands*" er noget, informanterne gør i fællesskab (Nanna, s. 133). Anders pointerer tilmed, at "*det er næsten noget man skal lave sammen. Og det er det fede. For ellers ryger oplevelsen med det*" (s. 132). Der ses dermed et generelt billede af, af den sociale kontekst og betydning understøttes i Ragnarocks udstillings- og formidlingspraksis. Særligt synes det interaktive og digitale spil at samle informanterne ved de ti stationer, spredt ud over over hele udstillingen, da "*hvis man bare selv står og laver et band, så er det lidt kedeligt. Så kan man selv stå og fnise over at man hedder Forbidden Dicks.. Haha*" (Nanna, s. 132). Ud fra informanternes perspektiver, må man derfor vurdere, at det sociale nærmest er en præmis for at få hele museumsoplevelsen med. Dog påpeger Marie, at der også er flere steder, hvor informanterne spreder sig og "*oplevede nogle ting hver for sig*" (s. 132). Den socialt understøttede kontekst bevirker derved til, at "*man blev bundet sammen nogen steder. Som bagved det store hjerte, hvor man kunne råbe. Det kunne man godt gøre flere sammen. Vi stod tre i en gruppe der. Det inviterede det lidt til, at man allesammen kunne stå og råbe så højt man kunne. Og så synes jeg også den store pladespiller inviterede til, at man kunne være socialt sammen. [...] Og så skiller vi os lidt op. Og så binde dem sammen igen*" (s. 132-133).

Endvidere påpeger Anders, at også det mere inaktive indhold i Ragnarocks udstillings- og formidlingspraksis indbyder til, at man kan være flere om det, da "*80% af alle sådan stationer med hørebøffer. Jamen der var*

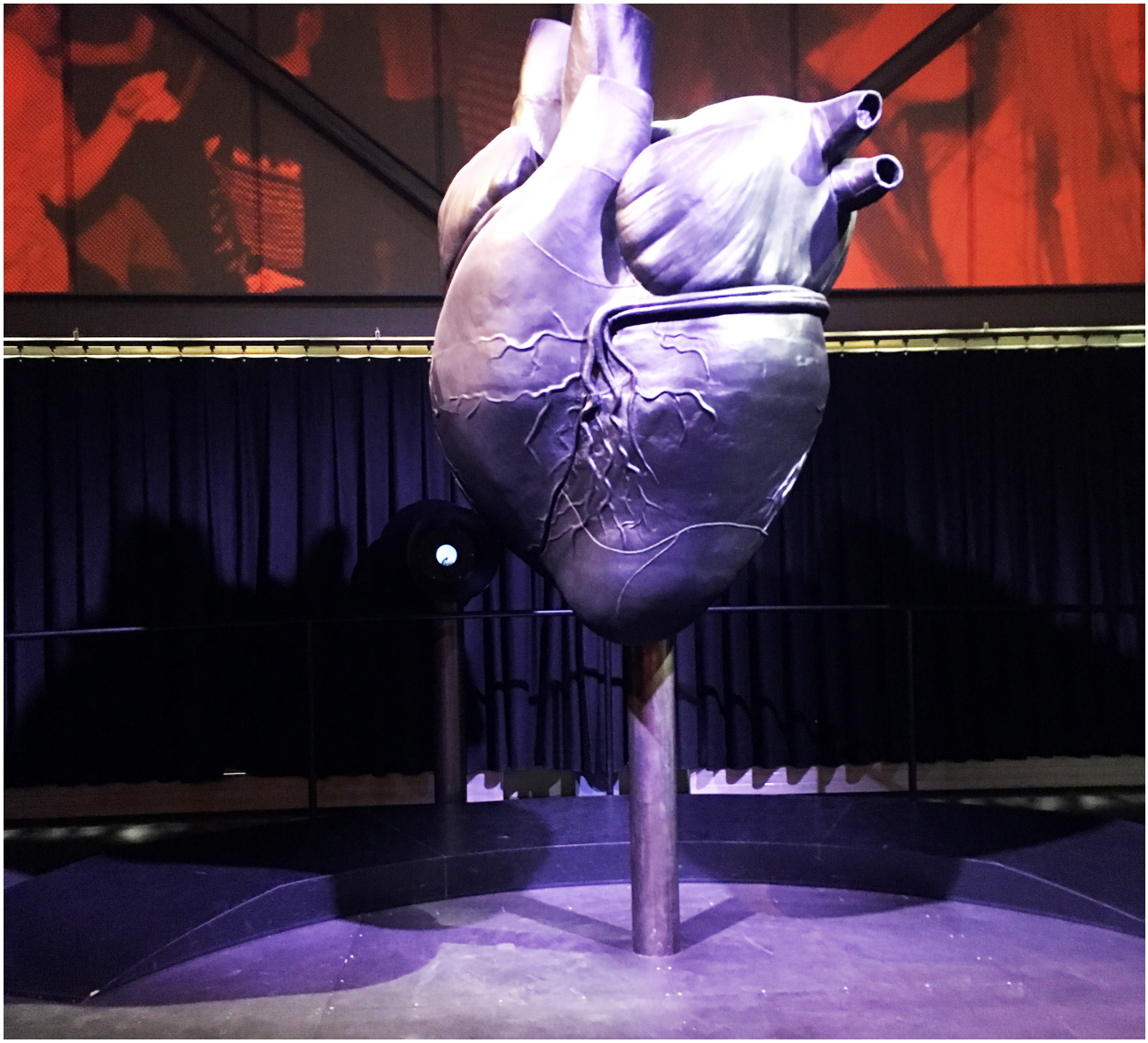
der to til. Så kan høre det sammen som par. [...] så havde i mulighed for at gøre det sammen - og høre det sammen på samme tid. I stedet for man skal vente på at den ene er færdig, for at få den samme information i fire minutter. For så bliver det eddermame en lang tur " (s. 133). Dette giver derfor informanterne en følelse af, at selvom de sidder med hørebøffer, så er det stadig en oplevelse, de har sammen med nogen andre (s. 132).

5.2.2.3 Kontekstuelle aspekter

"WAUW"

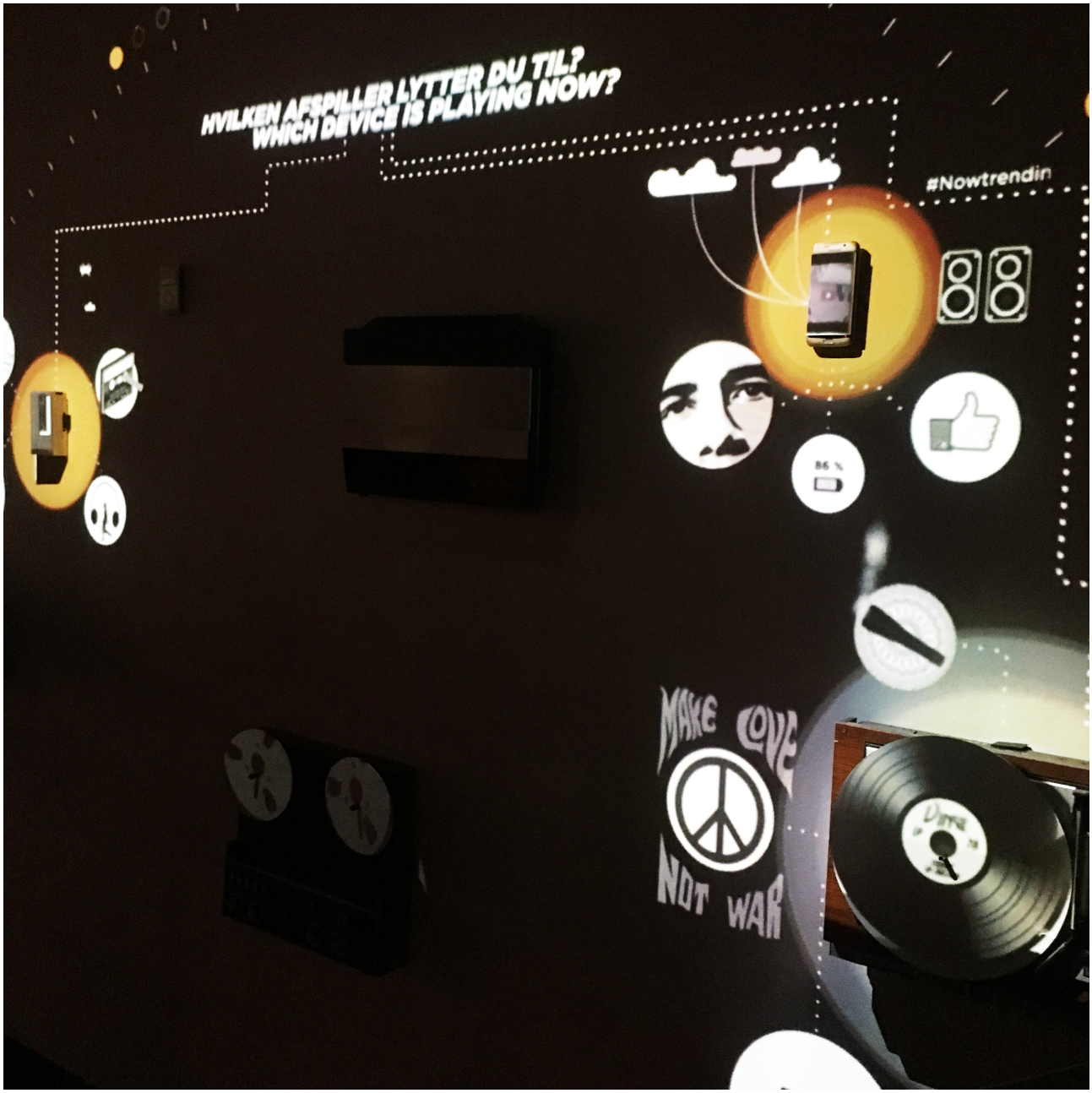
Allerede inden vi træder ind i receptionen hos Ragnarock fornemmer man, at informanterne i høj grad er betagede af selve den bygning, vi skal ind i. Dette afspejles hos Marie, der påpeger, at "*før man overhoved kommer ind, så er der også en wauw effekt. Bygningens farve og facon, den bryder alt*" (s. 134). Anders tilføjer, at "*du har kun lyst til at tage derind. Du har lyst til at komme tættere på, uden at vide hvad der er indeni. [...] det er en vild tiltrækningsmetode synes jeg*" (s. 134-135). Den her wauw-effekt synes desuden at være gennemgående for hele besøget. Alt fra elevatoren, der fører informanterne op til udstillingen, og "*som forresten spiller musik, og får en virkelig meget i stemning*", til "*et helt åbent rum man kom ind i, så man virkelig tænker wauw. Altså man kommer jo ind til det her.. glas og spejle. Og det var virkelig flot*", og "*det her kæmpe lokale, som gik fra tredje sal og ned til anden sal, hvor der var vild akustik og alt.. ja.. alt det visuelle for øjnene var også vildt fedt - at lokalet var så stort*" (Anders). Desuden kan man ud fra dataene fornemme, at informanterne også bliver overraskede over, hvad de ser i rummene; "*hvert rum jeg kom ind i, jamen så stod der et kæmpe hjerte eller der var et stort auditorium på vej ned. Eller så var der den der store vinylplade som drejede rundt midt i lokalet, hvor man bare tænker - altså hvilken bygning er jeg inde i. Den følelse fik jeg i hvert lokale. Og det synes jeg, at det gjorde kun noget positivt*" (Anders, s. 134). Ud fra informanternes perspektiver kan man derved udlede, at det ikke kun er de interaktive og digitale formidlingsløsninger, der har positiv indvirkning på det samlede indtryk af museumsoplevelsen, men at faktisk er hele bygningen, og de rum som informanterne færdes i, der er med til at fuldende oplevelsen; "*det starter et lille barn inden i os alle sammen tror jeg. Og så bliver man bare draget videre ind i den her musikverden, som det her museum ligesom rummer*" (Nanna, s. 134).

Hvis man spørger informanterne dybere ind til, hvad der netop gør, at de drages og begejstres af Ragnarock rum, er det ifølge Marie "*helt klart farverne - stærke farver og indtryk. Det vækkede virkelig min interesse hvert fald. Og gjorde mig mere interesseret i det emne som nu blev vist på væggen eller installation eller den digitale ting de nu havde*" (s. 134). Desuden synes også lyden og lyset, som også er en del af det formidlingsmæssige indhold, at fuldende oplevelsen og ligeledes stimulere en stemning i alle rummene; "*lyden omkring mig, de forskellige steder og ja.. det synes jeg passede rigtig godt i de forskellige rum vi ind kom i. Der var forskelligt lys, der var forskellig stemning - som blev skabt af både lys og lyd*" (Anders, s. 134). Anders påpeger hertil, "*at man ikke kunne høre det forskellige larm fra de forskellige rum. Fordi hvis det var sådan en blanding støj, der bare kørte.. så ville man jo blive sindssyg inden man ligesom kom ud derfra*" (Anders, s.134).



"Man skal turde"

Med henblik på den sociale kontekst bliver informanterne spurgt om hvorvidt de sociale aktiviteter, der er interaktivt og digitalt medieret, indbyder til, at man kan være sammen med andre museumsgæster, som informanterne ikke kender. Hertil vurderer Anders umiddelbart, at han "*synes ikke der var noget derinde, som sådan lagde virkelig meget op til, at man sådan skulle tage den første og den bedste, og lige sige 'hey, skal vi lige gøre det her sammen' til en man ikke kender*" (s. 135). Dog påpeger Marie, er det var en installation, "*hvor man hørte et stykke musik, og så skulle man lytte efter hvilken musikenhed, der spillede det for en. Var det en telefon, eller var det et kassettebånd. Eller en radio. Og det var jo en konkurrence, og det gælder om at få flest point. Der kunne man måske godt have været en gruppe, som ikke kendte hinanden, så man spillede mod nogen man ikke kendte. Hvis man f.eks. manglede en ekstra spiller*" (s. 135). Dette synes Anders at bakke op om, da netop denne installation indbyder til, "*at alle kan være med. Det er ikke fordi man står vildt tæt*" og desuden behøver man ikke "*udveksle så mange ord med den her fremmede - det er vi ikke så glade for i Danmark*" (Anders + Marie, s. 135-136).



Der synes dog stadig at være visse begrænsninger for, at de unge brugere vil interagere socialt med andre museumsgæster. Man kan endvidere vurdere, at antallet af besøgende i udstillingen har indflydelse på informanternes interaktion og udfoldelse i og omkring Ragnarocks udstillings- og formidlingspraksis. Dette kommer til udtryk, idet "*der f.eks. var en digital installation, hvor man skulle råbe som et publikum ville, og så fik man lidt at vide om hvor højt man råbte. Og den ville jeg ikke turde at bruge, hvis der var mange besøgende. Fordi det er jo meget ét stort rum man interagerer i, i den her udstilling*" (Marie, s. 135). Nanna tilføjer, at "*idag var der ikke særlig mange, så derfor kunne jeg godt råbe i den der maskine og jeg kunne godt danse og alt muligt. Og det tror jeg ikke jeg havde gjort på samme måde, hvis der var rigtig mange mennesker - eller det ved jeg - det havde jeg ikke gjort*" (s. 135). Hvis der er mange besøgende i udstillingen på samme tid, så vil det altså begrænse - eller endda hæmme de unge brugeres udfoldelse. Ifølge Anders indbyder museets rum dog til, at man skeje ud; "*og det synes jeg også, at man får lyst til at gøre deroppe.*

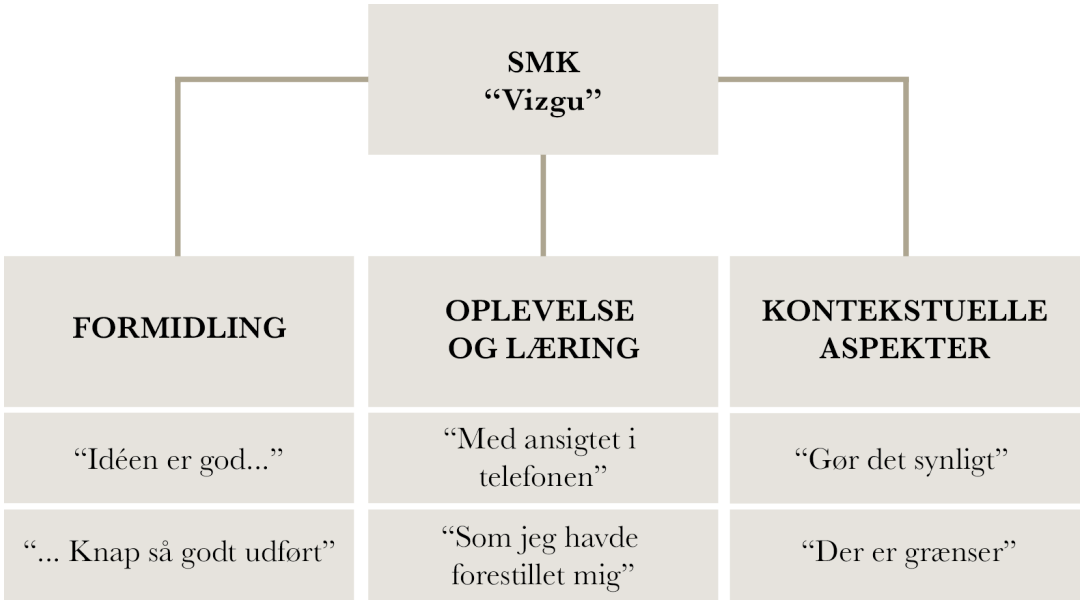
For der er ikke noget, der bare sådan kan gå i stykker - føler man. Jeg kan træde hvor jeg vil. Jeg kan hoppe hvor jeg vil. Eller lave rockstar som jeg vil (s. 135). Dette synes at understrege, hvor stor indvirkning det har, hvis der er mange museumsgæster, idet informanterne giver udtryk for at de har lysten til det, men at de simpelthen vil beherske sig, hvis der er flere museumsgæster til stede.

"Information tak"

Med henblik på det interaktive og digitale spil, der bliver præsenteret allerede nede i receptionen, giver informanterne udtryk for, at de simpelthen mangler mere information. Blandt andet påpeger Marie, at "*først troede man lidt, at det bare var sjov, og at man lige skulle vælge et navn, og at man lige skulle vælge en musikgenre og sådan noget. Men det var faktisk mere komplekst end man lige regnede med*", da "*du skal tage stilling til alle mulige ting, som f.eks. pladeselskabet. Og hvilken af de her… nu overdriver jeg lidt.. men 50 figurer vil du have med i bandet. Der var så mange man kunne vælge imellem. Og forskellige typer, og hvordan de skal fungere dit band*" (s. 136). Informanterne efterspørger således mere information om, hvad det her spil går ud på, hvad man skal tage stilling til og ligeledes hvor de forskellige stationer er placeret; "o*g det var sådan lidt… ja og hvor er det henne? For det var jo en stor del af oplevelsen. Så ja.. kom nu.. de kunne godt lige give os lidt guidance hele vejen igennem. Det manglede lidt*" (Anders, s. 136).

"Vizgu er en app til din smartphone, der genkender værker på museet så snart du scanner dem, og er din personlige kunstguide til dit besøg på museet. Alt du skal gøre, er at scanne maleriet eller skulpturen foran dig, hvorefter Vizgu giver dig information om værket" (SMK, 2019b)

5.2.3 Statens Museum for Kunst: Vizgu



Figur 12: Visualisering af temaer i SMK, egen grafisk fremstilling.

5.2.3.1 Formidling

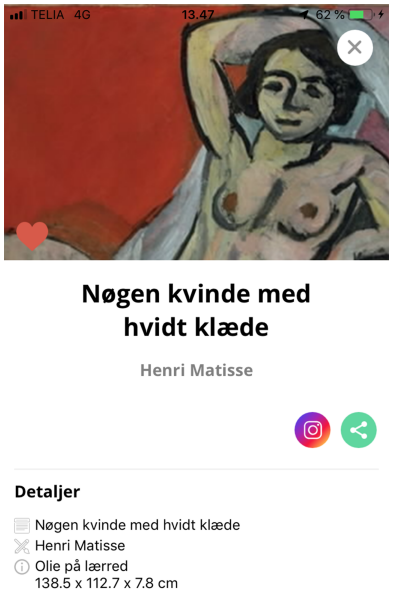
"Idéen er god..."

App'en Vizgu synes at vække informanternes nysgerrighed og interesse, allerede inden vi træder ind på museet. Dette kommer til udtryk, da Rosa tilkendegiver, at hun "*kan godt lide princippet i, at man kan få lidt ekstra information omkring de her kunstværker*" (s. 138). Anders omtaler også dette som et "*ekstra lag*" til det formidlingsmæssige indhold, der umiddelbart kan tilføre mere information om de konkrete værker og genstande, og desuden bidrage til at sætte museets samlinger og genstande ind i en større sammenhæng (s. 138). Tilmed påpeger informanterne, at idéen med det her lydspor, hvor "*man bare kan trykke play, og så er der en fortæller 'prøv at læg mærke til hende der står ved vinduet' eller 'den der mand i hjørnet' - imens man står og kigger på manden i maleriet*", kan give museets udstillings- og formidlingspraksis en ny dimension, hvor informanterne på egen hånd kan blive guidet igennem SMK's x samling (Rosa, s. 138). Ser man på de tekniske og brugervenlige aspekter, kan man ligeledes vurdere, at app'en har et godt udgangspunkt hos de unge brugere; "*de har den klar - og den ser pæn ud, den er nem at bruge*" (Anders, s. 138). Anders påpeger desuden, at app'en er "t*il alle aldre.. Nu siger jeg helt fra fem års alderen, fordi de kan jo godt finde ud af at holde en telefon. Hahah.. Til pensionisten med en iphone. Det tror jeg sagtens - der var ikke noget der, der var forvirrende*" (s. 138). Og hvis man ikke lige har en smartphone, så kan man låne en ipad nede i receptionen (s. 142). Sammenlagt må man altså vurdere, at Vizgu har gode forudsætninger for at skabe nye og levende fortællinger om den fælles kulturarv.

"... Knap så godt udført"

Dog viser det sig, at app'en ikke lever op til de forventninger og potentialer, som informanterne har til den. Derimod omtaler de app'en som et irritationsmoment under besøget, både med hensyn til brugervenligheden

og ikke mindst det formidlingsmæssige indhold. Med henblik på brugervenligheden, påpeger både Rosa og Anders, at "*ved størstedelen af de ting vi så, der fungerede den ikke*" (s. 138). Anders uddyber, at app'en har "*svært ved at indlæse de forskellige malerier, og den havde rigtig svært ved de små skulpturer eller, der var rigtig mange udstillinger af bøger, hvor den havde rigtig svært ved overhoved at scanne den - hvis den overhoved kunne scanne den*" (s. 138-139). Man kan derved påpege, at app'en har nogle tekniske vanskeligheder, hvilket medvirker til, at både Rosa og Anders "*lagde telefonen i tasken sådan halvvejs, fordi jeg var sådan lidt.. Det blev lidt anstrengende*" (Rosa, s. 139).



Med henblik på det formidlingsmæssige indhold, giver informanterne endvidere udtryk for, at de i høj grad mister interessen i at bruge app'en. Blandt andet pointerer begge informanter, at det der kommer frem, når man scanner en genstand, er præcis det samme, som der står på skiltet ved siden af; "*de fleste ting kunne man læse lige ved siden af maleriet, eller se det selv. Eller hvis jeg havde virkelig meget interesse i det, så havde jeg Googlet det, og så havde jeg fået mere information, end hvad jeg kunne få på app'en*" (Anders, s. 139). Dermed kan man fornemme, at det formidlingsmæssige indhold i den grad synes at skuffe informanterne, da det er *"mega overflødigt*" (Anders, s. 139). Også Rosa oplevede, at "*hvis man var i et rum, som kun var dedikeret til én kunstner, så stod der bare det samme, når man scannede et billede. Og det var bare lidt en forhistorie omkring kunstneren. Jo SELVFØLGELIG er det fedt nok at få noget at vide om kunstneren, men altså grunden til at man kan scanne hvert enkelt billede, er vel fordi man ligesom skal få historien om selve dét billede, man scanner. Og den tid det måske er blevet malet i, hvem der er på billedet*" (s. 139).

Man kan ligeledes vurdere, at den visuelle opsætning i app'en ikke tiltaler de unge brugere "*det ligner bare sådan en virkelig kedelig tinder bio. Haha. Det står meget slavisk altså. Nu siger jeg ikke at de skal bruge emojis og sådan noget, men få det til at se lidt godt ud. Fordi det bliver virkelig meget sådan, at du har åbnet en bog, og så er der et billede, og så er der en tekst*" (Anders, s. 139-140). Samlet set synes det

formidlingsmæssige indhold ikke at appellere til de unge brugere, da det "*bare overhoved ikke var særlig spændende*" (Rosa, s. 140).

En anden faktorer, der bevirker som et irritationsmoment hos de unge brugere, er lydsporerne. Her påpeger Anders, at "d*et skulle jeg ikke høre på mere end ti sekunder, før jeg synes det var irriterende. For det første var der rigtig dårlig akustik i de her interview, som det faktisk var. så det lød bare som sådan noget hjemmelavet noget, hvor man kunne ha' gjort det meget bedre i et studie. Ja, og så er det ikke en god formidling for mig, ved at det er et interview. Fordi det er MIG der bliver talt til. Og jeg skal ikke høre på to andre have en samtale. Det bryder hvert fald min koncentration til at høre efter*" (s. 139).

På trods af at app'en lige nu må siges at være et irritationsmoment frem for at være et nytænkende og brugbart formidlingstilbud, giver informanterne dog udtryk for, at hvis "*de har udviklet på den, så vil jeg meget gerne komme igen og prøve at se hvordan app'en nu fungerer, og hvad det så gør for min oplevelse*" (Rosa, s. 138). Desuden påpeger Anders, at "h*vis app'en ligesom fungerede bedre. Så ville jeg helt sikkert få rigtig stor gavn af den*" hvilket synes at understrege Vizgu's potentialer. Med henblik på det formidlingsmæssige indhold der præsenteres i app'en, påpeger Rosa, at det "*et eller andet sted det handler om, for deres vedkommende, at målrette lidt mere mod vores generation måske*", da man "*kan godt føle lidt, at man er lidt utilpasset*" (s. 140).

5.2.3.2 Oplevelse og læring

"Med ansigtet ned i telefonen"

Dataene giver endvidere udtryk for, at de unge brugere ikke synes om den måde, de skal bruge deres telefon på i og omkring museets samlinger og genstande. Rosa påpeger, at "*jeg faktisk godt kunne lide idéen om, at der var en der kunne stå og snakke lidt om billede, mens man så stod og kiggede på det. Jeg kunne ikke lide det der med, at jeg skulle bruge en hel del tid på at kigge ned i min telefon*" (s. 140). Det synes altså at have en negativ effekt, at informanterne oplever museet gennem en skærm, "*fordi det med at være på museet, det er handler lidt om at være i nuet, og se på det der er foran en*" (Anders, s. 140). Tilmed har dette også stor betydning for brugernes interaktion og generelle aktivitet i udstillingerne; "*det her er et meget lavere aktivitetsniveau, fordi det er meget at kigge, det er meget detaljerne i billederne. Så det er hvad øjet ser*" (Anders, s. 140). Dette synes også at afspejles i observationsstudierne, hvor begge informanter går med hovedet ned i telefonen, hvorfor fokus er, på hvad der dukker op på skærmen, og ikke på hvad der sker omkring dem.

Spørger man ind til, hvordan man kunne gøre oplevelsen mere social, medgiver begge informanter, at der skal være en eller anden form for begrænsning for, hvor og hvor meget man skal anvende app'en; "*det skal være sådan en, at det her billede eller den her skulptur - det vil jeg faktisk gerne vide mere om. Det er heller ikke sådan en ting, som man SKAL bruge. Jeg vil blive lidt irriteret, hvis det var at man skulle bruge den, for at få den fulde oplevelse*" (Rosa, s. 138). Desuden påpeger Anders, at "*det sociale man kan have i det, der er, hvis man lige kan sige 'hey, hov - vidste i det her?*". Man må dog vurdere at app'en, som den ser ud lige nu,

ikke indbyder til denne form for social interaktion, idet informationerne er fuldstændig de samme - og ligeledes det samme, som det der står på skiltet.

"Som jeg havde forestillet mig"

Hvis man ser nærmere på den museumsoplevelse som informanterne får gennem Vizgu, kan man udlede, at de hverken får mere eller mindre ud af oplevelsen. Dette afspejles hos Rosa; *"jeg havde da lidt håbet, at det kunne oppe turen, at de ligesom laver noget nyt på den måde, fordi det kan godt blive meget det samme. Og det følte jeg ikke rigtig den gjorde. [...] den her app gjorde bare ikke noget for oplevelsen*" (s. 141). Anders tilkendegiver tilmed, at "*hvis jeg havde nogen form for interesse for at lære mere, så havde jeg Googlet det, og der havde jeg fået mere information end på app'en*", hvilket synes at være et udtryk for, at de unge brugere finder app'en ligegyldig og irrelevant - hvert fald som den fungerer nu (s. 141).

Idet app'en ikke har gjort mere eller mindre for oplevelsen, konstaterer informanterne, at de "*har fået den oplevelse, som jeg forventede ved Statens Museum for Kunst. Og det tror jeg ikke er noget man kan tage fra nogen. For det er jo.. Statens Museum er jo billeder - for det meste. Og skulpturer*" (Anders, s. 140).

5.2.3.3 Kontekstuelle aspekter

"Gør det synligt"

Noget andet, som informanterne bemærker, er, at selve app'en ikke er repræsenteret og synlig i SMK's udstillings- og formidlingspraksis. De eneste steder hvor informanterne bliver eksponeret for, at man kan anvende en digital kunstguide igennem besøget, er nede i entreen, hvor "*der var ligesom en væg, hvor man kunne se, at der er den her app, som du kan bruge*" samt "*henne ved de malerier hvor der var et lydspor til, så man kunne hør om maleriet eller kunstneren eller sådan*" (Anders, s. 142). Observationsstudierne viser tilmed, at der ikke er nogen af de andre museumsgæster der ser ud til at anvende app'en, da ingen andre end informanterne bruger deres telefoner på samme vis. Man kan derved stille spørgsmålet, om app'en er tilgængelig nok for publikum. Anders pointerer; "*hvorfor laver de ikke et klistermærke til en mobiltelefon agtigt? Eller bare app'ens logo? Sådan så man ser - 'hov man kan høre noget her, men der er også noget med en telefon. Hvad kan det være - lad os tjekke det ud?'. Gør os opmærksom på det*" (s. 142).

"Der er grænser"

Observationsstudiet viser endvidere, at der er mange andre - og vidt forskellige - museumsgæster under vores museumsbesøg. Alt fra en dreng, der fordyber sig i kunsten ved at tegne, til flere skoleklasser "*som rendte rundt og virkede ret uinteresserede egentlig*" (Rosa, s. 140). Der er derfor tale om mange forskellige tilgange og oplevelser af museet rum og samlinger. Endvidere påpeger Anders, at der tilmed er store skel i SMK's afdelinger; "*oppe ved malerierne på anden sal, der er, ja, det er lidt sjovt, fordi rummene indbyder en, og man kan sætte sig ned og høre noget klassisk musik nogen steder og sådan noget. Så indbyder det altså til at, man må godt snakke om tingene, meeeen det er ikke fordi du skal grine højlydt*" (s. 144).
I kontrast hertil, synes der ikke at være nogle begrænsninger "*når vi så kom over til det surrealistiske og abstrakte kunst [...] der kunne du jo sagtens tale højt om tingene. Fordi det indbyder kunsten og lokalerne til. Der kan man bare tydelig mærke et skel*" (Anders, s. 144). Der synes altså at være stor forskel på, hvordan informanterne interagerer og generelt opfører sig, idet det synes at afhænge af, hvad rummet indbyder til. Dette leder til et spørgsmål om, hvorvidt informanterne tror, at app'en kan virke forstyrrende i SMK's udstillings og formidlingspraksis - særligt for dem, der bruger museets rum og samlinger til fordybelse.

Ifølge Anders, skal app'en "*som det første bare være en informationskilde*", hvorfor "*man skal passe på - og finde en mellemvej med, hvor meget der kommer til at være inde i den her app*" (s. 144). Dog påpeger Rosa, at der er mange forskellige måder man kan fordybe sig i kunst på; "*jeg kunne godt forestille mig, at hvis jeg kommer som en person, som bliver irriteret over at folk larmer på et museum, så ville jeg da hellere se, at der er nogle, der larmer lidt ekstra på grund af et eller andet sjovt omkring den kunst, der nu er udstillet, end en skoleklasse der går og pjatter og fjoller, og overhoved ikke har fokus på, hvad der er omkring dem. Så ville jeg da nyde mere, hvis jeg ved, at de også får en fed oplevelse ud af det, i stedet for bare være sådan et forstyrrelseselement*" (Rosa, s. 144).

5.2.4 Komparative refleksioner

Nu da det samlede multi casestudie er udfoldet, vil de unge brugeres oplevelser, opfattelser og perspektiver, i tilknytning til hver af de tre interaktive og digitale udstillinger og formidlingstilbud, sammenfattes, med henblik på at skabe en komparativ proces. Informanterne fra det samlede casestudie indgår desuden som en væsentlig del, idet de selv er med til at sammenligne og kontrastere deres anvendelse af nyere interaktive og digitale formidlingsformer. Dog vil der også inddrages teoretiske aspekter for at begrebsliggøre samt skabe forståelse for de unges anvendelse, og endvidere sammenkoble de unges anvendelse med den domænespecifikke viden. Følgende afsnit vil referere til Bilag 16 (s. 172-178), hvor informanternes komparative refleksioner fremgår.

5.2.4.1 Det digitale (Interaktivitet)

Ud fra de tre casestudier må man først påpege, at informanternes oplevelser og erfaringer med den interaktive og digitale museumsformidling er vidt forskellig, hvorfor det selvsagt har forskellig virkning hos de unge brugere. Hvis man ser på Arbejdermuseets udstilling 'Håndens arbejde', oplever informanterne de interaktive og digitale museumsressourcer som en form for "*digital påvirkning, fordi man har brugt nogle virkemidler, som ligesom understøtter, det man ser, og det man gør*" (Daniel, s. 172). Det interaktive og digitale er derfor mere i det skjulte, hvilket for de unge brugere "*fuldender hele oplevelsen derinde*", fordi "*det ligesom er med til at forstærke det hele*" (Marie + Daniel, s. 173). I kontrast hertil er de interaktive og digitale museumsressourcer "*over det hele*" hos Ragnarock, hvorfor informanterne har en oplevelse af, at "*du blev jo hele tiden introduceret for noget nyt. Og det fungerede bare, fordi det alt sammen havde noget med hinanden at gøre*" (Anders, s. 173).

Modsat finder informanterne den digitale kunstguide Vizgu overflødig og irrelevant, da app'ens nuværende funktioner hverken gør mere eller mindre for oplevelsen. Dette afspejles især i det formidlingsmæssige indhold, der er identisk med SMK's klassiske og monologe formidling; "*hvis slutproduktet var i den her app - at den er, som den skal være - så synes jeg at man skulle skrotte den helt, fordi den prøver egentlig bare at erstatte, hvad der står på et skilt. Og det fungerer jo ikke helt*" (Anders, s. 174). Sammenlagt kan man udlede, at der altså er stor forskel på, hvordan de tre museer har integreret og skaleret de interaktive og digitale virkemidler i deres udstillings- og formidlingspraksis. Både 'Håndens arbejde' og 'Ungdomskulturens historieudvikling' medvirker på forskellig vis til, at de unge brugere har en mere

fuldendt og helstøbt oplevelse, forårsaget af direkte integrerede interaktive og digitale museumsressourcer. Herimod virker det som om, at man med Vizgu prøver at proppe bare et eller andet digitalt ned over samlingerne, i ønsket om en nytænkende, inkluderende og relevant formidlingspraksis - hvilket de, ifølge de unge brugere, ikke er lykkedes med; "*det der var udgangspunktet for det digitale på Statens Museum for Kunst forstyrrede måske lidt mere*" (Daniel, s. 174). Dog ser informanterne muligheder og potentialer for et sådant digitalt formidlingstilbud, hvis det i så fald giver den nuværende formidling et ekstra lag, herunder informationer og fortællinger der er divergerende, flerstrengede, og som tilfører museets værker en ny og levende dimension (s. 174).

Ser man nærmere på hvad de interaktive og digitale museumsressourcer gør for de unge brugere i de respektive udstillinger og formidlingstilbud, påpeger Rosa, at det på Arbejdermuseet i høj grad er med til at skabe en form for stemning; "*man blev draget rigtig meget ind i selve den her udstilling, fordi at også de digitale ting, der ligesom var i den udstilling, gjorde bare at man kan ind i den her stemning uanset hvor meget man ligesom lagde mærke til det*" (s. 172). På Ragnarock gjorde de interaktive og digitale museumsressourcer oplevelsen til "*en helhed, med alt det her digitale virkemidler rundt omkring, det passede skide godt, og der var en rød tråd gennem det hele. Der var de her mere afslappende rum, hvor man skulle høre og koncentrere sig lidt mere. Omkring historie fortalt med musik. Og så var der vildere ting, som at skulle råbe ind i en decibel måler, som Nanna gjorde så fint. Haha. Der var en god rød tråd imellem, så det var næsten lige før man helt glemte de her digitale virkemidler, fordi det var bare så inkorporeret så godt*" (Anders, s. 173). I modsætning hertil må man vurdere, at app'en Vizgu nærmere blev et irritationsmoment, da app'en ikke gjorde noget for oplevelsen.

5.2.4.2 Det sociale (Deltagelse)

Ud fra det samlede casestudie kan man konstatere, at den sociale betydning og kontekst har altafgørende indflydelse på de unges oplevelser og erfaringer under de tre museumsbesøg. Det viser sig nemlig, at hvis den sociale praksis understøttes i museets interaktive og digitale museumsressourcer, så opfatter de unge brugere i højere grad museumsbesøget, som en god oplevelse. Daniel giver blandt andet udtryk for, at "*det her med at man kan interagere med hinanden i udstillingen. Det fungerer bare. Og gør det til noget, man kan huske*" (s. 176). Anders påpeger tilmed, at "*de sociale områder, inde på de forskellige museer*", er det han husker særlig godt, og som ligeledes har gjort det største indtryk under de tre museumsbesøg; "*det gør bare et eller andet i mellem - om det så er venner eller familie eller at det var tre forskellige grupper, der havde gjort det sammen, så gør det bare et eller andet positivt. Man føler, når man går videre til den næste rum, så føler man, ej det var en god oplevelse. Det var fedt. At få rusket lidt sammen*" (s. 176; Bilag 15, s. 154). Denne kendsgerning bakker dermed op om Falk og Dierkings forskning, hvorunder den sociale praksis anses som den primære årsag til, at brugerne kan huske, hvad de oplever, og tilmed også hvad brugerne lærer (Dierking, 2013, s. 202). Tilmed kan man konstatere, at idet den sociale praksis understøttes i både i 'Håndens arbejde' og 'Ungdomskulturens historieudvikling', anerkendes interaktivitetens muligheder og muligheder for at skabe social engagement, deltagelse og ligeledes sætte rammer for uformelle læringsmiljøer (Heath & Lehn, s. 87).

Med henblik på den digitale kunstguide Vizgu vurderer de unge brugere, at app'en ikke understøtter den sociale betydning i og omkring museets udstillings- og formidlingspraksis på samme vis som de to andre udstillinger; "*da vi trådte ind på Statens Museum for Kunst i starten, der startede vi med at have næsen op i en skærm*" (Rosa, s. 175). Dette synes at bakke op om Heath og Lehns kritiske studier, der demonstrerer, at en sådan teknologi kun faciliterer mødet med én bruger, hvorfor sociale interaktioner og handlinger undermineres af denne én til én interaktion (Heath & Lehn, s. 88). Dog synes der er være muligheder for, at app'en kan understøtte den sociale dimension, blandt andet hvis informationerne om SMK's værker er forskellige og ligeledes lægger op til aktivitet og leg. Endvidere synes det at have "*næsen op i en skærm*", at drage andre negative følgere med sig. Rosa påpeger nemlig, at hun "*et eller andet sted, så føler jeg mig som en dum teenager, der bare stod med sin telefon fremme, fordi det ikke var interessant*" (s. 175). Også Daniel giver udtryk for "*at det ville opfattes som værende negativt sådan et sted som Statens Museum for Kunst, at man ligesom render rundt med sin telefon. Og det virker sådan lidt uopdragent, på et meget meget opdraget sted, hvor man skal være opdragen, eller hvad man siger, eller hvert fald har man idé om, at man skal være velopdragen. Så virker det meget uforskammet at stå med en telefon sådan et sted. Lidt ligesom at gå i kirke og snakke i telefon*" (s. 176). Netop dette kan kædes sammen med de unge brugeres gennemgående og forudindtagede opfattelser af, hvordan man er museumsgæst, ligeledes den følelse af, at de ikke passer ind - og tilmed føler sig uforbundet - i den sociale praksis. Man kan her konstatere, at det at have næsen op i skærm nærmest er en begrænsning for dem, idet "*jeg tænkte lidt over, hvordan jeg selv ville have tænkt, hvis jeg så nogen rende rundt deres telefon på en måde*" (Rosa, s. 176). Desuden påpeger Daniel, at netop dette "*siger også ret meget om hvordan man egentlig ligesom opfatter Statens Museum for Kunst, eller ja bare den type museum. Fordi man føler sig selv skyldig over at gøre det, så det måske ikke det rigtige de har gjort [...] måske en fejltolkning af det. For så prøver man at presse noget ned over hovedet på et museum, hvor det ikke hænger sammen*" (Daniel, s. 177).

5.2.4.3 Oplevelse er lig med læring

I forbindelse med den læring, viden og refleksioner, som de unge oplever og erfarer under de tre museumsbesøg, kan man konstatere, at netop den sociale kontekst er med til at understøtte rammerne for disse. Denne kendsgerning kommer til udtryk hos Daniel, der påpeger; "*det var også det som Nanna siger [...] - hun kunne rent faktisk bruge noget viden i skolesammenhæng, og det er jo sådan.. Ja, hvor ofte der det egentlig man husker så meget. jamen det er jo fordi, at man har haft en sjov oplevelse. Så jeg tror lige så meget, at det er med til at styrke, både det man lærer, og den viden man får ind, og gør det mere legende*" (s. 176). Der ses altså en generel tendens til, at når de unge brugere refererer til den viden og læring, de tager med fra de tre interaktive og digitale udstillinger og formidlingstilbud, så har det tilknytning til en følelse af, at de har haft en god museumsoplevelse. Dette afspejles særligt hos Nanna under besøget på Ragnarock, hvor hun efterfølgende pointerer, at hun rent faktisk har brugt noget af den viden, hun tilegnede sig under museumsbesøget; "*Det har jeg faktisk. I en historietime. Ja.. Jeg kunne hvert fald huske noget af det. Det kom bare sådan op i mig*" (s. 176). Dette synes at understrege relationen mellem hvad de unge brugere oplever på museet og hvad de unge brugere husker - dermed lærer - i den museale praksis (Falk, 2013, s.

109); "*Nu har jeg som sagt ikke været med på de andre museer, men jeg har da hørt lidt reaktioner på hvordan det har været. Bl.a. Ragnarock, kunne jeg forstå på Anders, var en kæmpe oplevelse. Og det er med, at det rent faktisk er noget man taler om bagefter, fordi den her digitale indvirkning på det hele ligesom var så.. Ja det var jo sjovt. Det er jo ligesom at være på en legeplads-agtigt. Og det er noget, ja nu vil jeg også op og se det*" (s. 173).

5.2.4.4 Opfattelser og opfattelsesændringer

Foruden at de unge brugere reflekterer over deres anvendelse samt oplevelser og erfaringer i de tre forskellige former for interaktive og digitale museumsoplevelser, reflekterer de unge brugere også over, hvordan deres opfattelser af museer faktisk er - og ligeledes om disse tre museumsbesøg har påvirket disse opfattelser. Ser man på informanternes opfattelser inden de tre museumsbesøg, kan man konstatere, at der forefindes en gennemgående opfattelse af museer som støvede og ikke mindst kedelige. Anders giver udtryk for, at "*bare ordet museum, det betyder i princippet støvet altså*" (s. 177). Også hos Rosa gives der udtryk for et generelt negativt billede af museer; "*hvis du tager ind på et museum, så er der én måde at opleve det på, og det er den måde, de ligesom har skabt rammerne for. Eller ja, den måde de har tiltænkt det på*" (s. 177). De unge informanters forudindtagede opfattelser synes derved i høj grad at afspejle karakteristikken af den unge brugergruppe i specialets domænespecifikke viden. Rosa konstaterer endvidere, at der igennem alle tre besøg, "*så har det ikke været folk på vores egen alder, vi så har mødt. Så har vi været lidt sådan.. Uden for billedet, eller hvad man skal sige. Vi har ikke rigtig passet så godt ind som de voksne*" (s. 177). Netop dette synes at understrege det gennemgående billede af den unge underrepræsenterede brugergruppes deltagelse i museets praksisfællesskab, hvor de unge brugere føler en form for uforbundethed og irrelevans i museets praksis.

Ser man på hvordan de tre interaktive og digitale museumsoplevelser har påvirket disse opfattelser, må man konstatere, at det i nogen grad har rykket på de unge brugeres opfattelser. Denne kendsgerning kommer til udtryk hos Anders, da "*det har ændret mit syn rigtig meget faktisk [...] da vi var ude på Ragnarock havde jeg ikke hørt om det før, og der er jeg jo blevet vildt interesseret for at prøve noget lignende. [...] Og der kunne jeg da godt finde på at søge lidt rundt omkring, om der var de her lidt mere specielle og skæve museer, som ikke kun har billeder, og sådan lidt kolde lokaler. Gamle bygninger og sådan*" (s. 177). Også Rosa synes at have fået øjnene op for museer på en anden måde end tidligere; "*det er fedt lige at få øjnene op for, at der faktisk er andre former for, hvordan man kan præsentere et museum på*" (s. 177-178). Dog påpeger hun, at hun stadig oplever, at hun skal følge et sæt uskrevne sociale- og adfærdsmæssige regler for, hvordan man er museumsbruger; ""*jeg skal rette mig ind efter de rammer og regler, der nu engang er. Føler jeg. Og har altid følt. Altså både før og efter de her museumsbesøg*" (s. 177). Man kan derfor vurdere, at de unge informanter har fået øjnene op for, hvad museer *også* er, men at der stadig foreligger visse opfattelser, især når det gælder et museum som SMK; "*det er jo det billede man desværre har af her museer, som Nationalmuseet, Statens Museum for Kunst, Glyptoteket. Fordi de bare - de er ikke rigtig kommet med ind i det nye årtusind. Selvom det nye årtusind er 20 år gammelt*" (Daniel, s. 178).

I forbindelse med de ovennævnte museer, som informanterne stadig opfatter som kedelige og støvede steder, reflekterer de unge informanter over, om man kan ændre disse opfattelser ved brug af interaktive og digitale formidlingsformer, idet det må siges, at have en opfattelsesændrende virkning hos både Arbejdermuseet og Ragnarock. Her konstaterer informanterne, er de klart ser muligheder og potentialer, hvilket også kommer til udtryk i de unges oplevelse af kunstguiden Vizgu. Dog vurderer informanterne, at man "*bliver nødt til at tage det i meget meget små baby steps, fordi der er så mange, der har en holdning til det. Og der er rigtig mange finkulturelle mennesker som har en holdning til, hvordan det her skal være. [...] Man kan ikke bare hive plasteret hårdt af*" (Daniel, s. 178).

Afslutningsvis påpeger de unge brugere, at "*nu har vi snakket om det her med, at det har faktisk været sjovt, og det man har gjort det i en gruppe, og hvorfor stoppe her. Det kunne faktisk være fedt at fortsætte det her med at tage på museer sammen. Fordi man får bare en helt ny oplevelse. Vi var aldrig taget på de museer, hvis ikke det var fordi det var noget, vi er en del af nu. Vi har da snakket om, at det er da en opfordring til alle. At skal vi rent faktisk lave en kulturklub, hvor man går ind og oplever de her ting. Det er en måde at få gjort det på, når man gør det sammen*" (Daniel, s. 178).

5.2.5 Delkonklusion

Den unge underrepræsenterede brugergruppes oplevelser og erfaringer med nyere interaktive digitale udstillings- og formidlingstilbud er nu konkretiseret, til formål for at skabe viden om de unges anvendelse af interaktiv og digital museumsformidling. Ud fra det samlede casestudie kan man konstatere, at de unge brugere oplever og erfarer de tre museumsbesøg vidt forskelligt, hvorfor det tilmed har forskellig virkning. Dog synes der være bred enighed om, at hvis de interaktive og digitale virkemidler er integreret direkte i det formidlingsmæssige indhold, så skaber det en mere fuldendt og helstøbt oplevelse, der er med til at sætte en stemning og skabe en rød tråd i den museale praksis, hvilket må siges at appellere til de unge brugere. Modsat hertil virker det som om, at man med kunstguiden Vizgu har forsøgt at presse en form for digital formidling ned over museets værker, der som udgangspunkt ikke gør noget for oplevelsen, da app'en hverken fungerer hensigtsmæssigt eller bidrager til anderledes og nytænkende formidling, idet det formidlingsmæssige indhold er eksakt det samme som den øvrige skiltning på museet. Man kan derfor konstatere, at en umiddelbar sameksistens, hvor teknologien er integreret direkte i det formidlingsmæssige indhold, tilvejebringer en mere vedkommende og værdifuld museumsoplevelse for de unge brugere.

Med henblik på den sociale betydning og kontekst synes disse at have altafgørende indflydelse på de unges brugeres oplevelser og erfaringer under de tre museumsbesøg. Det samlede casestudie demonstrerer nemlig, at hvis den sociale praksis faciliteres og understøttes i de interaktive og digitale udstillinger og formidlingstilbud, så erfarer og opfatter de museumsbesøget som en god oplevelse. Tilmed synes de sociale aspekter i museumsbesøget, at være det som informanterne husker bedst, og ligeledes tillægger mest værdi. Resultaterne synes dermed at afspejle interaktivitetens muligheder for at skabe social engagement, aktiv deltagelse og ligeledes skabe rum for valgfrie læringsmiljøer. Dog er casestudiet af kunstguiden Vizgu et eksempel på, hvordan interaktiviteten har negativ indflydelse på de unge brugeres sociale interaktion og

aktivitet. Dog ser de unge brugere potentialer i et sådant formidlingstilbud, hvis den sociale kontekst i så fald understøttes, bl.a. ved at facilitere flerstrengede og divergerende informationer om museets værker, og desuden opfordre til en mere legende og aktiv tilgang i og om museets udstillings- og formidlingspraksis.

Ser man på, om hvorvidt den interaktive og digitale museumsformidling har indvirkning på de unge brugeres overliggende og forudindtagede negative opfattelser om museer, som værende støvede, irrelevante og uforanderlige steder, må man konstatere, at de i højere grad har en opfattelsesændrende virkning. Denne kendsgerning afspejles i, at de unge brugere synes at have fået øjnene op for, hvad museer *også* er, og ligeledes at der findes forskellige og mere inddragende og vedkommende repræsentationer af den fælles kulturarv. Dog synes de unge stadig at have en følelse af, at et museum som SMK råder over et sæt uskrevne sociale- og adfærdsmæssige regler for, hvordan man er museumsbruger, hvorfor man må konstatere, at de mere klassiske museer stadig bør arbejde og stræbe efter at gøre op med disse negative opfattelser. Hertil vurderer informanterne, at de interaktive og digitale virkemidler her kan have store potentialer, forudsat af, at det gøres i et sådant tempo, så alle kan være med - både ikke-brugere og storforbrugere af museer.

Ønskede anvendelse

5.3 Ønskede anvendelse

Det samlede casestudie og den komparative proces er nu analyseret og dokumenteret, hvorfor der ud fra det grundlag nu vil identificeres faktorer ved de interaktive og digitale museumsressourcer, der motiverer og engagerer de unge til museumsbesøg. Faktorerne er identificeret ud fra det samlede casestudie samt den handlingsrettede dialog, der fremgår i Bilag 16 (s. 178-184).

For at tydeliggøre og specificere hvad de unge anser som værende motiverende og engagerende ved de interaktive og digitale museumsressourcer, vil disse visualiseres her:

Figur 13: Motiverende og engagerende faktorer, egen grafisk fremstilling.

Den unge brugergruppes ønskede anvendelse af interaktive og digitale museumsressourcer synes at afspejle et generelt ønske og behov for en mere inkluderende, deltagende og social museumspraksis. Dette kommer til udtryk, idet de unge brugere foretrækker en fælles oplevelse, hvor man er "*nødt til at være sociale omkring det*" (Rosa, s. 179). Tilmed vurderes den aktive og deltagende tilgang at bidrage til, at gøre museumsoplevelsen "*mere underholdende og legende. Det kunne jeg virkelig godt li*'" (Rosa, s. 179). Det er altså altafgørende at de interaktive og digitale museumsressourcer understøtter og fremmer social interaktion

og aktivitet, både mellem de unge brugere og andre museumsgæster, men også i og omkring museets udstillings- og formidlingspraksis. Foruden at understøtte den sociale praksis, skal de interaktive og digitale museumsressourcer bidrage til at skabe stemninger, sanselige rum og den røde tråd i museets udstillinger, idet de unge af denne grund erfarer museets udstillings- og formidlingspraksis som en helhedsoplevelse; "*hvis der er den røde tråd igennem det hele. At det fungerer. At man ikke skal tænke over det. At det bare bliver en del af oplevelsen. Så synes jeg det er fedt. Det er positivt*" (Anders, s. 178).

Med henblik på det formidlingsmæssige indhold skal de interaktive og digitale museumsressourcer fremme en underholdende og levende karakter, idet underholdning må siges at gøre museumsoplevelsen mere vedkommende og relevant for de unge brugere; "*museet bliver mere levende. Og det bliver måske også mere spiseligt*" (Daniel, s. 179). Desuden har den underholdende og legende karakter stor indflydelse på, hvad de unge husker - og dermed lærer - i den museale praksis. Dette afspejles i de unges oplevelse af, at den interaktive og digitale formidling "*bidrager helt sikkert med en eller anden form for viden. […] det var lidt mere den underholdende faktor i det. Fordi det var jo lidt sjovt.. det var jo ren underholdning*" (Anders, s. 179). De unge brugere giver desuden udtryk for, at det skal formidles moderne, inspirerende og målrettet mod deres segment, hvorfor selve det formidlingsmæssige indhold også skal omfatte et emne - eller vinkel - af interesse og relevans hos den unge brugergruppe. Der afspejles endvidere et ønske om, at de interaktive og digitale museumsressourcer skal understøtte og fremme flerstrengede fortællinger, hvor "*du kan nemmere navigere rundt på forskellige niveauer, og du kan koble fra i forhold til hvor meget du gerne vil vide. [...] det synes jeg er mega fedt, at man selv kan bestemme, hvor meget man rent faktisk gerne vil tage med dig*" (Daniel, s. 180).

Sidst men ikke mindst konstaterer de unge brugere, at museerne gennem målrettet synliggørelse og generel markedsføring, kan motivere og engagere de unge til museumsbesøg. Dette kommer af, at de unge brugere gennem forløbet faktisk har fået øjnene op for, hvad museer også er, og ligeledes at der faktisk findes andre mere vedkommende og relevante repræsentationsformer, end hvad de hidtil har forbundet museer med. Det handler altså for museerne om, at synliggøre disse aspekter, hvis de skal gøre sig forhåbninger om, at få flere unge på museerne; "*jeg havde aldrig hørt om den udstilling på Arbejdermuseet, hvis den ikke havde været en del af det her. Den havde aldrig ramt mig med de kanaler, som jeg ville have set noget omkring den. Og Ragnarock vidste jeg godt eksisterede, men jeg havde aldrig hørt om, hvad det indebar. Så der tror jeg ikke de har været særlig gode til at ramme sådan en som mig f.eks*" (Daniel, s. 182). Man kan altså konstatere, at der simpelthen mangler synlighed omkring hvad museerne kan og hvilke oplevelser de kan give for de unge brugere; "*hvis man ligesom går ud og siger sån 'det her univers, det vil vi gerne trække jer ind i'. At det ikke bare bliver sådan en 'kom og se', men mere sådan 'kom og vær en del af det - og se hvad vi gerne vil trække jer ind i*" (Rosa, s. 183).

5.3.1 Handlingsrettede idéer

På baggrund af den handlingsrettede dialog italesætter de unge brugere flere idéer og konkrete udviklingstiltag, med udgangspunkt i hvad der motiverer og engagerer dem til museumsbesøg. Disse idéer vil derfor nedfældes i et mindmap, da disse synes at tydeliggøre, hvordan de unges ønskede anvendelse af interaktive og digitale museumsressourcer kan udforme sig, og ligeledes hvordan museerne kan gøre mere vedkommende, relevante og engagerende for det unge segment.

Figur 14: Idéer og udviklingstiltag, egen grafisk fremstilling.

6. Diskussion

I ikke-brugerundersøgelsen står det klart, at det er lettere for museerne at motivere og engagere de brugere, der har besøgt et museum inden for de seneste to år, til museumsbesøg, frem for de unge, der hverken er interesseret i kunst eller museer generelt (Jessen, 2018, s. 10). Tilmed konstaterer Kulturstyrelsen, at det er fem til syv gange dyrere at nå museernes ikke-brugere, frem for de brugere der besøger museer mere regelmæssigt (2015, s. 102). Man kan derved sætte spørgsmålstegn ved, om det at række ud til de unge ikke-brugere er en nyttig og bæredygtig løsning for museerne. Dog må det anses som en demokratisk nødvendighed, da museernes fundament er bygget op omkring den kendsgerning, at de, som dannelses- og læringsinstitutioner, skal formidle og tilgængeliggøre kulturarv for *alle* borgere i samfundet. Museerne er derfor betinget af, at række ud til museernes ikke-brugere. Ud fra analysen er flerstrengede og flerstemmig formidling, der faciliteres gennem interaktive og digitale teknologier, muligvis en måde at gøre dette på, da museerne på denne måde kan imødekomme forskellige ønsker og behov til hvad en museumsinstitution bør omfatte. Dette stiller dog også krav til museernes håndtering og specificering af museernes ikke-brugere segmenter, da man må konstatere, at der er unge som gamle, kvinder som mænd, der ikke besøger landets museer. Museerne bør derfor have endnu større fokus på, at lære deres ikke-bruger segmenter at kende.

I den sammenhæng kan man diskutere, at der er en større del af museets eksisterende brugere, der hverken har ønsket om - eller evnerne til - at anvende nyere former for interaktiv og digital museumsformidling. Dette omfatter både dem, der bruger museerne som refleksive og fordybende rum, med i særdeleshed også den ældre del af befolkningen, da kun 23% af de 60-80 årige føler sig rustet til at anvende it-baserede systemer (Danmarks Statistik, 2018, s. 16). Dette må ses som et større problem, da det er den ældre del af befolkningen, der er overrepræsenterede på museerne. Man kan derfor stille spørgsmålstegn ved, om de ældre kan blive skræmt væk eller føle sig intimideret ved implementering af interaktiv og digital museumsformidling. Netop dette må siges at være en større diskussion hos casestudiets informanter, der konstaterer, at netop teknologi - omend det er med til at gøre museumsoplevelsen mere vedkommende og relevant for netop dem - kan dele vandene i den museale praksis. Blandt andet påpeger de unge informanter, at man skal passe på med implementere it-baserede formidlingsformer på museerne, og at de interaktive og digitale museumsressourcer ligeledes skal passe til de museale rammer. Desuden gør de det klart, at det skal ske i et langsomt tempo, så alle - garvede som ikke garvede museumsbrugere - kan være med. Pointen i at man skal være varsom med at digitalisere museerne, synes at have noget at gøre med de unges opfattelser af, hvad museer er, samt hvordan man opfører som museumsbruger. Tilmed er der en forestilling om, at man på museerne skal rette sig ind efter et sæt uskrevne normer og regler for, hvordan man er en "accepteret" museumsbruger. Ud fra dette grundlag kan man vurdere, at de interaktive og digitale formidlingsformer umiddelbart ikke passer ind i det billede, som de unge har af museer. Dette skyldes, at de nyere formidlingsformer, ud fra casestudiets resultater, skaber aktiv deltagelse samt en underholdende og legende tilgang til kulturarven, hvilket synes at stikke ud fra det uskrevne adfærdskodeks. Man kan konstatere, at det derfor stadig er en udfordring at skabe rammerne for en sameksistens og forening af teknologi og den museale praksis, hvorunder alle brugere kan være med - især når disse opfattelser stadig er gældende.

Med henblik på ovennævnte opfattelser kan man konstatere, at de tre museumsbesøg i en eller anden grad har rykket på de unges informanters forudindtagede syn, holdninger og fordomme om museer. At der er tale om en decideret opfattelsesændring kan man dog diskutere, da de unge stadig synes at have negative opfattelser om de klassiske museer som værende støvede, ekskluderende og uforanderlige steder. De unge informanter synes dog at have fået øjnene op for, hvad museer *også* er, ved at besøge museer der omfatter nye interaktive og digitale repræsentationsformer, hvilket må siges at være et skridt på vejen. Dog har de unge, i forbindelse med dette projekt, været "tvunget" til at besøge museerne, hvorfor man kan stille spørgsmålstegn ved, om det overhoved er muligt at gøre op med de gennemgående negative opfattelser, hvis de unge brugere hverken er tvunget eller selv tager initiativ til at besøge museer? Muligvis ligger svaret i, at museerne i første omgang skal ud, hvor de unge brugere er, for gøre sig forhåbninger om at få dem ind på museerne. Denne kendsgerning kommer til udtryk i casestudiets resultater, der netop vidner om, at de unge brugeres oplevelser og opfattelser først ændres inden for museets fire vægge.

7. Konklusion

Specialet har nu skabt viden og erkendelser om, hvad den unge underrepræsenterede brugergruppe oplever og erfarer i mødet med tre interaktive og digitale udstillinger og formidlingstilbud. Man kan ud fra undersøgelsen konkludere, at den interaktive og digitale formidling til dels lever op til potentialerne for at tilgå en mere relevant, inkluderende og engagerende museumspraksis. At det kun er til dels, skyldes at den unge brugergruppe erfarer, at de tre interaktive og digitale museumsoplevelser er vidt forskellige, hvorfor de selvsagt har forskellig virkning hos de unge brugere. Både Arbejdermuseets udstilling 'Håndens Arbejde' og Ragnaroks udstilling "Ungdomskulturens historieudvikling" er begge eksempler på, hvordan interaktive og digitale museumsressourcer kan skabe relevante, inkluderende, værdifulde og endda underholdende museumsoplevelser for den unge brugergruppe. Dette opbakkes af den kendsgerning, at de netop bidrager til at skabe en helstøbt, sanselig og flerstrenget oplevelse af museernes formidlingsmæssige indhold. Tilmed kan man konkludere, at de interaktive og digitale museumsressourcer, på henholdsvis Arbejdermuseet og Ragnarock, er med til at fremme og understøtte de unges sociale interaktion og aktivitet i og om museernes udstillings- og formidlingspraksis. Dette bevirker, at den unge brugergruppe erfarer legende og underholdende kvaliteter i museumsoplevelsen. Desuden står det klart, at det netop er de sociale aspekter i museumsbesøget, som de unge husker bedst - og at dette ligeledes har betydning for, hvad de unge brugere lærer og tager med fra museumsbesøget. I modsætning hertil, er app'en Vizgu, som er Statens Museum for Kunsts digitale kunstguide, et eksempel på, at interaktive og digitale museumsressourcer ikke altid skaber vedkommende og engagerende museumsoplevelser, idet man må konstatere, at de unge brugere finder app'en overflødig. Dette skyldes, at det formidlingsmæssige indhold er eksakt det samme som museets øvrige klassiske og monologe formidling, hvorfor den ikke tilfører mere eller mindre til den samlede oplevelse. Dog kan man konkludere, at de unge brugere ser mange potentialer i et sådant digitalt formidlingstilbud, hvis det i så fald målrettes og tilpasses til det unge segment,

Med henblik på de unges ønskede anvendelse af de interaktive og digitale museumsressourcer kan man da konkludere, at de skal omfatte otte faktorer, der sammenlagt kan motivere og engagere de unge til museumsbesøg. De interaktive og digitale museumsressourcer skal facilitere og understøtte den sociale betydning og kontekst, og derved fremme aktiv deltagelse i og om museets udstillings- og formidlingspraksis. Desuden skal de bevirke, at det formidlingsmæssige indhold får en underholdende og levende karakter, der ligeledes faciliterer flerstemmig og flerstrenget formidling. Det er endvidere afgørende for de unge, at det formidlingsmæssige indhold er af interesse og relevans for netop dem, hvis de skal motiveres og engageres til museumsbesøg. Foruden de formidlingsmæssige aspekter skal de interaktive og digitale museumsressorucer skabe en stemning og en rød tråd mellem museets udstillede værker. Dog er det vigtigt for de unge, at det interaktive og digitale passer til den pågældende museale praksis og dets klientel. Sidst men ikke mindst konstaterer de unge, at målrettede reklamer og synliggørelse, kan motivere og engagere dem til museumsbesøg. Dette kommer af, at de unge, ved at besøge de tre interaktive og digitale udstillinger og formidlingstilbud, faktisk har fået øjnene op for, hvad museer *også* er, og ligeledes at der findes mere vedkommende og relevante repræsentationsformer. Dog konstaterer de unge brugere, at de ikke

er blevet eksponeret for hvad en sådan interaktiv og digital udstilling rummer og hvad det indebærer - hvert fald ikke på en måde, så det imødekommer den unge brugergruppe.

Netop denne konklusion må anses som særlig iøjnefaldende, idet den unge underrepræsenterede brugergruppe må siges at have nogle grundlæggende negative opfattelser af museer som værende støvede, ekskluderende, irrelevante og uforanderlige steder. Herved viser undersøgelsen, at de tre interaktive og digitale udstillinger og formidlingstilbud faktisk har været med til at rykke de unges opfattelser til det positive. Der er dog ikke tale om en decideret opfattelsesændring, da undersøgelsen konkluderer, at der stadig forefindes visse opfattelser af de klassiske museer, såsom Statens Museum for Kunst, Glyptoteket og Nationalmuseet, hvorfor disse synes sværere at gøre op med. Dog kan dette være et skridt på vejen.

8. Referencer

Anderson, G. (2004). Reinventing the Museum. I: Anderson, G (Red.), *Reinventing the Museum:* Historical and Contemporary Perspectives on the Paradigm Shift (s. 1-7). Oxford: AltaMira Press.

Arbejdermuseet. (2019). *Håndens arbejde*. Lokaliseret d. 6. marts 2019 på: https://www.arbejdermuseet.dk/det-sker/udstillinger/haandens-arbejde/

Brinkmann, S. & Tanggaard, L. (2005). *Kvalitative metoder*: En grundbog (2. udg.). København: Hans Reitzels Forlag.

Christensen, L. H. (2011). Maskespil: Udstillingen som viden og didaktisk eksperiment. I: Nielsen, H. J., Høyrup, H. & Christensen, H. D. (Red.), *Nye vidensmedier: Kultur, læring, kommunikation* (1. udg., s. 279-296.). Frederiksberg: Samfundslitteratur.

Coman, E. G., Rezeanu, C., Nechita, F., & Coman, C. (2018). *Modern Tendencies In Experiential Marketing: Museums Using Augmented Reality (ar) To Convert Young Audiences Into Ambassadors Of Local Culture*. Varazdin: Varazdin Development and Entrepreneurship Agency (VADEA). Lokaliseret d. 18. april 2019 på: https://search-proquest-com.zorac.aub.aau.dk/docview/2058258071?accountid=8144

Danmarks Statistik. (2018). It-anvendelse i befolkningen: 2017. Lokaliseret d. 6. september 2019 på: https://www.dst.dk/Site/Dst/Udgivelser/GetPubFile.aspx?id=20739&sid=itbef2017

Dierking, L. D. (2013). Museums as social learning. I: Lundgaard, I. B. & Jensen, J. T. (red.), *Museums: Social Learning Spaces and Knowledge Producing Processes* (s. 198-219). København: Kulturstyrelsen. Lokaliseret d. 4. april 2019 på: https://slks.dk/dokumenter/KS/institutioner/museer/Museumsdrift/museums.pdf

Dietz, S. (1999). *Cybermuseology*: Taking the museum to the Net/Bringing Digital Media to the Museum. Lokaliseret d. 25. februar 2019 på: http://www.yproductions.com/cybermuseology/

Drotner, K., Weber, C. P., Larsen, B. A. & Løssing, A. S. W. (2011). *Det interaktive museum* (1. udg.). Frederiksberg: Samfundslitteratur.

Drotner, K., Knudsen, L. V. & Mortensen, C. H. (2017). Young people's own museum views. *Museum Management and Curatorship, 32*(5), s. 456-472. Lokaliseret d. 18. april 2019 på:

https://www.tandfonline-com.zorac.aub.aau.dk/doi/citedby/10.1080/09647775.2017.1368032 scroll=top&needAccess=true

Falk, J. H. (2011). Den museumsbesøgendes oplevelse: Hvem kommer, hvorfor og med hvilke følger?. I: Drotner, K., Weber, C. P., Larsen, B. A. & Løssing, A. S. W. (Red.), *Det interaktive museum* (1. udg., s. 25-40). Frederiksberg: Samfundslitteratur.

Falk, J. H. (2013). Understanding museum visitors' motivations and learning. I: Lundgaard, I. B. & Jensen, J. T. (Red.), *Museums: Social Learning Spaces and Knowledge Producing Processes* (s. 106-133). København: Kulturstyrelsen. Lokaliseret d. 4. april 2019 på: https://slks.dk/fileadmin/user_upload/dokumenter/KS/institutioner/museer/Museumsdrift/museums.pdf

Falk, J. H. & Dierking, L. D. (1998). Understanding Free-Choice Learning: A Review of the Research and its Application to Museum Web Sites. I: Bearman, D. and Trant, J. (Red.), *Museums and the Web 1998. Archives and Museum Informatics*. Lokaliseret d. 4. april 2019 på: https://www.museumsandtheweb.com/mw98/papers/dierking/dierking_paper.html

Falk, J. H. & Dierking, L. D. (2018). *Learning from Museums* (2. udg.). Lanham: Rowman & Littlefield.

Flyvbjerg, B. (2006). Five misunderstandings about casestudy research. *Qualitative Inquiry, 12*(2), s. 219-245.

Experimentarium. (2019). Experimentariums udstillinger. Lokaliseret d. 28. august 2019 på: https://www.experimentarium.dk/alleudstillinger/

Gee, J. P. (2004). *Situated Language and Learning*: A critique of traditional schooling. New York: Routledge.

Heath, C. & Lehn, D. V. (2008). *Configuring 'Interactivity':* Enhancing engagement in science centres and museum. *Social Studies of Science, 38*(1), s. 63-91. London: Sage Publications.

Illeris, K. (2007). *Læringsteorier*. Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.

Ingemann, B. & Larsen, A. H. (2005). *Ny dansk museologi*. Århus: Aarhus Universitetsforlag.

Jensen, J. (1997). "Interaktivitet" - på sporet af et nyt begreb i medie- og kommunikationsvidenskaberne. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, *13* (26), s. 40-55. Lokaliseret d. 5. april 2019 på: https://doi.org/10.7146/mediekultur.v13i26.1089

Kristensen, S. (2015). Kvalitative analyseredskaber. I: Brinkmann, S. & Tanggaard, L. (Red.), *Kvalitative metoder: En grundbog* (2. udg., s. 481-496). København: Hans Reitzels Forlag.

Krug, D. & Shaw, A. (2013). Heritage Meets Social Media: Designing A Virtual Museum Space for Young People. *Journal of Museum Education, 38* (2), s. 239-252. Lokaliseret d. 18. april 2019 på: https://www.researchgate.net/publication

Kulturarvsstyrelsen. (2009). *Digital museumsformidling*: I brugerperspektiv. Lokaliseret d. 25. januar 2019 på: http://www.kulturarv.dk/publikationer/emneopdelt/digitalisering/digital_museumsformidling.pdf

Kulturministeriet. (2006). *Udredning om museernes formidling*. Lokaliseret d. 24. juni 2019 på: https://kum.dk/uploads/tx_templavoila/Udredning%20om%20museernes%20formidling.pdf

Kulturministeriet. (2009). *Kultur for alle:* Kultur i hele landet. Lokaliseret d. 24. juni 2019 på: https://kum.dk/uploads/tx_templavoila/Kultur_for_Alle.pdf

Kulturministeriet. (2010). *Midtvejsrapport i udredningsarbejdet om fremtidens museumslandskab*. Lokaliseret d. 25. januar 2019 på: https://kum.dk/uploads/tx_templavoila/Midtvejsrapport_museumsudredning%202010_nyversion.pdf

Kulturstyrelsen. (2012). *Unges museumsbrug*: En målgruppeundersøgelse af museernes unge brugere og ikke-brugere. Lokaliseret d. 8. februar 2019 på: http://www.kulturarv.dk/fileadmin/user_upload/kulturarv/publikationer/emneopdelt/museer/DAMVAD_endelig.pdf

Kulturstyrelsen. (2015). Museer. Borgere og bæredygtige løsninger. Lokaliseret d. 9. februar 2019 på: https://slks.dk/services/publikationer/museer-borgere-og-baeredygtige-loesninger/

Larsen, A. H., Gade, R. & Hansen, A. W. (2015). *Cybermuseologi*: Kunst, museer og formidling i et digitalt perspektiv. Aarhus Universitetsforlag: Aarhus.

Larsen, A. H. & Nørskov, V. (2009). Samlingen i en teknologisk tidsalder. I: Kulturarvsstyrelsen (red.), *Digital museumsformidling: I brugerperspektiv* (s. 19-24). Lokaliseret d. 25. januar 2019 på: http://www.kulturarv.dk/publikationer/emneopdelt/digitalisering/digital_museumsformidling.pdf

Launsø, L., Rieper, O., & Olsen, L. (2017). *Forskning om og med mennesker*: Forskningstyper og forskningsmetoder i samfundsforskning (7. udg.). København: Munksgaard.

Lave, J. & Wenger, E. (2003). *Situeret læring*: Og andre tekster (1. udg.). København: Hans Reitzels Forlag.

Lundgaard, I. B. & Jensen, J. T. (2013). *Museums: Social Learning Spaces and Knowledge Producing Processes*. København: Kulturstyrelsen. Lokaliseret d. 4. april 2019 på: https://slks.dk/fileadmin/_user_upload/dokumenter/KS/institutioner/museer/Museumsdrift/museums.pdf

Lyck, L. (2010). *Museer - hvorfor og hvordan?* (1. udg.). Frederiksberg: Frederiksberg Bogtrykkeri A/S.

Løssing, A. S. W. (2009). Museet i forandring. I: Kulturarvsstyrelsen (red.), *Digital museumsformidling: I brugerperspektiv* (s. 9-17). Lokaliseret d. 25. januar 2019 på: http://www.kulturarv.dk/publikationer/emneopdelt/digitalisering/digital_museumsformidling.pdf

Løssing, A. S. W. (2015). Når publikum bliver en vigtig medspiller. I: Larsen, A. H., Gade, R. & Hansen, A. W. (Red.), *Cybermuseologi*: Kunst, museer og formidling i et digitalt perspektiv (s. 190-217). Aarhus Universitetsforlag: Aarhus.

Manna, R., & Palumbo, R. (2018). What makes a museum attractive to young people? evidence from italy. *The International Journal of Tourism Research, 20*(4), s. 508-517. Lokaliseret d. 18. april 2019 på: https://onlinelibrary-wiley-com.zorac.aub.aau.dk/doi/full/10.1002/jtr.2200

Nielsen, H. J., Høyrup, H. & Christensen, H. D. (2011). *Nye vidensmedier:* Kultur, læring, kommunikation (1. udg.). Frederiksberg: Samfundslitteratur.

Preece, J., Rogers, Y. & Sharp, H. (2015). *Interaction Design*: Beyond human-computer interaction (4. udg.). West Sussex: John Wiley & Sons, inc.

Ragnarock. (2018). *Hovedudstilling.* Lokaliseret d. 6. marts 2019 på: http://museumragnarock.dk/udstilling/

Retsinformation. (2019). Bekendtgørelse af museumsloven. Lokaliseret d. 24. april 2019 på: https://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=162504

Rode, J. & Tækker, K. (2018). *Et inkluderende SMK*. København: ILOO, Aalborg Universitet. Specialiseringsprojekt.

Rudloff, M. (2011). *VÆGGEN:* Digitale, interaktive oplevelser i et byrum. I: Drotner, K., Weber, C. P., Larsen, B. A. & Løssing, A. S. W. (Red.), *Det interaktive museum* (1. udg., s. 79-99). Frederiksberg: Samfundslitteratur.

Rudloff, M. (2013a). Det medialiserede museum: Digitale teknologiers transformation af museernes formidling. *Mediekultur*, *Journal of Media and Communication Research*, *29*(54), s. 65-86.

Rudloff, M. (2013b). *Formidling i forandring*: Et casestudie af VÆGGEN - et dansk eksempel på digital, interaktiv museumsformidling i overgangen fra genstandsrepræsentation til brugergenereret kultur. Institut for kulturvidenskaber, Syddansk Universitet. Ph.d.-afhandling.

Simon, N. (2010). *The Participatory Museum*. California: Santa Cruz.

Simon, N. (2011). Principper for deltagelse. I: Drotner, K., Weber, C. P., Larsen, B. A. & Løssing, A. S. W. (Red.), *Det interaktive museum* (1. udg.). Frederiksberg: Samfundslitteratur.

Skot-Hansen, D. (2008). *Museerne i den danske oplevelsesøkonomi*: Når oplysning bliver til en oplevelse. Frederiksberg: Samfundslitteratur.

Slots- og Kulturstyrelsen. (2018a). *Den nationale brugerundersøgelse*. Lokaliseret d. 25. januar 2019 på: https://slks.dk/museer/statistik-om-museer/den-nationale-brugerundersoegelse/

SMK. (2019a). *SMK Open*. Lokaliseret d. 12. marts 2019 på: https://www.smk.dk/article/smk-open/

SMK. (2019b). *Vizgu*. Lokaliseret d. 12. marts 2019 på: https://www.smk.dk/article/vizgu/

Sutton, R. I. & Staw, B. M. (1995). What Theory is Not. *Administrative Science Quarterly*, *40* (3), s. 371-384. Lokaliseret d. 18. april 2019 på: https://funginstitute.berkeley.edu/wp-content/uploads/2014/01/stawtheory.pdf

Tzibazi, V. (2013) Participatory Action Research with young people in museums. *Museum Management and Curatorship, 28* (2), 153-171. Lokaliseret d. 18. april 2019 på: https://www-tandfonline-com.zorac.aub.aau.dk/doi/abs/10.1080/09647775.2013.776800

Tækker, K. (2018). *Levende kunst til levende mennesker*. København: ILOO, Aalborg Universitet. Modulprojekt, It-integrerende kommunikation og læring i et organisatorisk perspektiv.

Vergo, P. (1989). *The New Museology*. London: Reaktion Books Ltd.

Wenger, E. (2004). *Praksisfællesskaber*: Læring, mening og identitet (1. udg.). København: Hans Reitzels Forlag.

Wenger, E. (2007). Social læringsteori. I: Illeris, K. (Red.), *Læringsteorier*. Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.

Yin, R. K. (2003). *Case Study Research*: Design and Methods. Thousand Oaks, California: Sage Publications.

Zins, C. (2000). Success, a structured search strategy: Rationale, principles, and implications. *Journal of the American Society for Information Science, 51*(13), s. 1232-1247.