Digitale visjoner. En kartlegging

Identitet, tilgjengelighet, og digitalt demokrati

TARAN WOLD & GRO WEEN

Abstract: *As part of a Nordic Council funded collaboration between the Danish Nationalmuseet and the Norwegian Kulturhistorisk museum, a mapping of Nordic museum institutions' approaches to the digital was undertaken. This article presents a section of the report, focusing on the grand ambitions of Nordic digital approaches, the challenges institutions are and have been facing in fulfilling these ambitions and finally, we point to the one part of Nordic digital initiatives that rarely have received attention; that of the audience. In this article we show that the many challenges that Nordic digital ambitions suffer under have had the result that museum audiences have been largely ignored. We present Nordic digital ambitions, emphasising how the audiences in fact are central to these aspirations, and summarise the Nordic research currently available about our digital museum users.*

Keywords: Digital museums, Nordic solutions, audience research, digital policy, the manual digital.

Digitaliseringstrender fra andre samfunnsområder, fremveksten av sosiale medier, delingskultur og endrede digitale vaner har gitt grobunn for nye, storslagne digitale visjoner. I disse visjonene tillegges det enorme tilfanget av kulturhistoriske kilder, foto og objekter som ligger spredt mellom verdens arkiver, biblioteker og museer, både forskningsmessig, utdanningsmessig, kreativt og demokratisk potensiale.

Når man snakker om digitalisering innen museums- og kulturarvssektoren snakker man både om den interne *digitaliseringen* av registre, kataloger og arkiver, og *tilgjengeliggjorin-*

gen av disse for et bredere publikum, eksempelvis i skannet, transkribert eller fotografert form. Digitalisering er først og fremst et middel til å skaffe bedre oversikt over samlinger og effektivisere institusjonenes interne drift, mens tilgjengeliggjøring er til for et ukjent, heterogent, og i mange tilfeller *forestilt* globalt, nasjonalt eller lokalt publikum, av alt fra arktiske urfolk til forskere, skoleelever, kunstnere, utviklere og privatpersoner.

Denne artikkelen er et utdrag av en større rapport finansiert av Nordisk Råd, gjennom et nettverkssamarbeid mellom Nationalmuseet i

Danmark, Kulturhistorisk museum i Oslo, og Nordiska museet i Stockholm. Kartleggingen omfatter primært digitaliseringstrender, praksiser og diskurser knyttet til tilgjengeliggjøringsaspektet av kulturarv, slik disse forestilles i politiske styringsdokumenter og andre digitale visjoner. Artikkelen undersøker hvordan disse forhandles, praktiseres, prioriteres – eller ikke – av museer og andre kulturarvsinstitusjoner i Norge, Sverige og Danmark. Sentralt er også hvordan de ulike digitaliseringsdiskursene og -praksisene påvirkes og formes. Hvordan preges de av fremveksten av transnasjonale fellesportaler og tversektorale samarbeid som EU-prosjektet *Europeana*, som på mange måter har blitt retningsgivende for digitaliseringsarbeid, og det digitaliseringsklimaet som Brown (2012) kaller ”digital democracy”.

Digitalisering av kulturarv er et område der vidløftige visjoner og høye politiske ambisjoner ofte står i skarp kontrast til de mange praktiske, tekniske og økonomiske utfordringene, som sektoren som helhet står overfor. Noen satsinger har vært svært vellykkede og fremgangsrike, andre kortlivede, og noen har til og med blitt skrinlagt før det virkelige arbeidet i det hele tatt var påbegynt. Hindringer er knyttet til en rekke aspekter, fra økonomi og ressursbruk, styring og samarbeid, lagringskapasitet, og strategisk utvikling i et omskiftelig landskap.

Det kan knapt finnes noe annet samfunnsområde i vår tid hvor vidløftige ord som ”visjon” og ”misjon” går igjen med større regelmessighet enn digitaliseringsområdet. Med den globale utbredelsen av internettforbindelser, smarttelefoner og sosiale medier har praktisk talt hele verden blitt det Amira Salmond (2012) kaller ”digitale subjekter”. Buzzwords som ”Web 2.0”, ”crowdsourcing” og ”social networking” er allestedsnærværende, selv i tidligere trauste forvaltningsinstitu-

sjoner. Fremveksten av gratis, åpne og globalt tilgjengelige kunnskaps- og mediakilder som Google, Wikipedia og Wikimedia Commons gjør det enklere enn noen gang å se for seg tjenester som tilbyr sømløst integrert, spesialisert men brukertilpasset kunnskap – tilgjengelig for et globalt publikum. Dette er imidlertid langt fra den virkeligheten digitale museumsatsinger befinner seg i.

I de senere år har det i de nordiske landene også vokst frem en rekke nasjonale og flernasjonale fellesportaler som samler flere museers eller også andre AMB-institusjoners samlinger under en fane: På Island bruker et stort antall museer fellesportalen *Sarpur*.¹ I Finland brukes fellesportalen *FINNA*,² en kryssøkbart, tversektoriell ABM-portal i Europeanastil som er tilgjengelig i finsk, svensk og engelsk versjon. I Danmark skal de gamle fellesløsningene *Museernes Samlinger* og *Kunstindeks Danmark* fases ut når *Prosjekt SARA* er klart til lansering (Slots- og Kulturstyrelsen, 2018). I Norge og Sverige bruker henholdsvis 200 og 63 museer fellesportalene *DigitaltMuseum.no*³ og *DigitaltMuseum.se*⁴ som er tilgjengelige i svensk, norsk, nynorsk og engelsk versjon. Denne artikkelen fokuserer primært på fellesløsningen DigitaltMuseum, som er basert på det digitale samlingsforvaltningssystemet PRIMUS, som leveres av nå svensk-norske KulturIT.

I denne artikkelen er vi opptatt av hva som ønskes med disse digitale satsingene og spesielt hva vi vet om publikum. Vi viser til Brownbill & Peacocks (2007) betimelige spørsmål; *hvordan* og *hvor godt* kjenner vi webmuseumsbrukeren? De eksisterende og ofte trange økonomiske rammene, og digitaliseringsarbeidets endeløshet gjør at publikumsforskning sjeldent blir prioritert. Samtidig er publikums bruk av basene, deres digitale tilstedeværelse og engasjement, en grunnleggende betingelse for basenes eksistens.

Fig. 1. Forside Europeana.

FRA BEVARING TIL DIGITALT DEMOKRATI

I 2018 markerer EU *European Year of Cultural Heritage*. Det offisielle slagordet "Our heritage: Where the past meets the future" og hash-taggen #EuropeForCulture, understreker den identitetsbyggende betydningen av kulturarv på nasjonalt, regionalt og lokalt nivå, og i siste instans betydningen kulturarvens rolle i styrkingen av det felleseuropeiske prosjektet og konstruksjonen av "A sense of belonging to a common European space".⁵ *Digital heritage* defineres som "resources that were created in digital form, or that have been digitalised as a way to preserve them" (EU 2018). Når kulturarv, inkludert den digitale, feires med brask og bram i 2018, skjer det som en del av en større visjon om et kulturelt og digitalt integrert Europa.

Europeana fremhever verdien av åpne data,

kunnskapseling og demokratisk tilgang til kunnskap, samt behovet for å utvikle en ny, kreativ kulturell økonomi basert på åpent tilgjengelige kulturarvdata- og bilder (Europeana 2015). Med Europeana har EU på mange måter satt en gullstandard som andre digitaliseringsprosjekter kan måles etter, men representasjon i Europeana Collections har også blitt et mål i seg selv. Alle de nordiske landene har egne, nasjonale aggregater som høster data fra ulike steder og leverer til Europeana. Slik får selv små, lokale museer muligheten for å nå et globalt publikum.

EU's visjoner om kulturarvens demokratiske og transformative potensial finner også gjenklang i nordiske kulturpolitiske visjoner og målsettinger. I det svenske Kulturdepartementets dokument Digit@lt kulturarv. *Nasjonell strategi för arbetet med att digitalisera, di-*

gitalt bevare og digitalt tilgjengeliggjøre kultur-arvsmaterial og kulturarvsinformasjon 2012–2015 (2011), erklærer det svenske kulturdepartementet:

Det är en av regeringens ambitioner att Sverige ska vara ledande både nationellt och internationellt i fråga om att ta tillvara de möjligheter som digitaliseringen ger. Regeringen har därför i september 2011 fattat beslut om IT i människans 10. Digitalt kulturarv 2011-tjänst – en digital agenda för Sverige. Agendan slår fast regeringens övergripande IT-politiska mål fram till 2015 – Sverige ska vara bäst i världen på att använda digitaliseringens möjligheter – och tydliggör ambitioner i förhållande till 22 områden med strategiska utmaningar (Kulturdepartementet 2011:10).

Sverige skriver også sin digitale visjon inn i den bredere Europeiske strategien. I 2011 ble det statlige samordningsorganet *Digisam* opprettet for å koordinere den opptrappede innsatsen. Samordningsorganets visjon er et ekko av Europeanas: "Kulturarvet är digitaliserat, tillgängligt och användbart för alla" (Digisam 2017).

I Norge mangler det heller ikke på visjoner. I Stortingsmelding nr. 24 (2008–2009), *Nasjonal strategi for digital bevaring og formidling av kulturarv* heter det for eksempel at:

Visjonen for regjeringens IKT-politikk på kulturfeltet er å gjøre mest mulig av samlingene i våre arkiv, bibliotek og museer tilgjengelige for flest mulig ved fremtidsrettet bruk av IK-teknologiske løsninger. Samlingene skal være søkbare og tilgjengelige på tvers av hele ABM-feltet, og innholdet skal formidles på en brukerorientert måte (St.meld. nr. 24, 2009:10).

Den digitale allmenning, slik den blant annet skisseres i norske St.meld. nr. 17 (2006–2007) *Eit informasjonssamfunn for alle* (også kjent

som IKT-meldingen) og *Nasjonal strategi for digital bevaring og formidling av kulturarv*, ses som en parallell til Europeanas kunnskapsvisjon. Her beskrives den digitale allmenningen som "eit bidrag til å føre eit norsk samfunnssyn og fellesskapsforståing inn i ein digital tidsalder" (St.meld. nr. 24, 2008–2009:9).

FORSKNING, UTVIKLING OG DIGITAL KULTURARV

Innledningen til norske St. meld. nr. 24 (2008–2009), *Nasjonal strategi for digital bevaring og formidling av kulturarv* formulerer et annet vanlig argument for kulturarvens og fortidens betydning for samfunnsutviklingen:

Samlingene i landets arkiv, bibliotek og museer (ABM-samlingene) utgjør en vesentlig ressurs for forskning, undervisning og kultur- og samfunnsutvikling. Kultur- og kunnskapskildene i arkiv, bibliotek og museer gir både forankring og muligheter til denne samfunnsutviklingen ved at de representerer vår historie, kultur og identitet som utgangspunkt for kontinuerlig fortolkning og forståelse (St.meld. nr. 24 2009:9).

På liknende vis understreker det danske Digitaliseringsudvalget (2008) potensialet for individuell, så vel som samfunnsmessig berikelse, styrking av internasjonale perspektiver, og utvikling av nye forskningsfelter (Digitaliseringsudvalget, 2008:10–11). Disse perspektivene går også igjen i den svenske nasjonale digitaliseringsstrategien fra 2011, som understreker digital kulturarvs muligheter til å belyse nye sammenhenger i så vel humanistisk som naturvitenskapelig forskning, til å ha nytteverdi i utdanning og undervisning, og representere et grunnlag for samhold og økt forståelse i et samfunn i endring (Kulturdepartementet 2011:183).

94 VISJONER OG VIRKELIGHET

Ambisjonene på digitaliseringsfronten er høye. Særlig i Norge, Finland og Sverige ligger visjonene tett opp til ”digital democracy-idealet”. Målet er hva den danske arbeidsgruppen bak Digitaliseringsutvalget (2008) kaller *massedigitalisering*. Her inkluderer hovedfokuset også digitalisering som middel til *effektivisering* og oversikt over samlingene innad i institusjonene (Digitaliseringsudvalget 2008, 2009). Danske kulturmyndigheter ser ut til å ha en systematisk og langsiktig tilnærming, blant annet basert på obligatoriske digitale fellesregistre for alle statsfinansierte museer, håndheving av felles nasjonale standarder, systematisk sentral planlegging og tilrettelegging for interoperabilitet mellom nåværende og eventuelt fremtidige løsninger, samt høsting til Europeana (Digitaliseringsudvalget 2008, 2009).

Men tross nøye utredninger og realistiske diskusjoner har ikke digitaliseringsarbeidet skutt fart eller blitt igangsatt på en systematisk måte. I 2009, ett år etter at den endelige rapporten fra Digitaliseringsutvalget hadde blitt lagt frem, uttalte Erland Kolding Nilsen, direktør ved Det Kongelige Bibliotek, at en bevilgning på ”mindst 570 millioner kroner over de næste ti år, er nødvendig som et absolut minimum til at oppnå en tilfredsstillende begyndelse på den opfattede digitaliseringsprosess” (Bækholm 2009). Senere meldtes det flere ganger om manglende finansiering og politisk styring, med overskrifter som ”Danske museer famler med de digitale teknologier” (Bech-Danielsen 2014), ”Danmark mister sin hukommelse” og ”Den danske kulturarv er i fare for at forsvinde ud i glemslens tåger” (Faber 2009).

I 2008 konstaterte Kulturministeriet at på tross av en betydelig innsats, måtte effekten på det større digitaliseringsarbeidet regnes som begrenset i forhold til mengden materiale in-

stitusjonene forvalter (Digitaliseringsudvalget 2008:37). Heller ikke i 2015 ser innsatsen ut til å ha blitt oppfattet som tilfredsstillende, og i *Politiken* 30. april 2015 innrømmet kulturminister Marianne Jelved at digitaliseringen ikke holder ønsket tempo (Hjortshøj 2015). Ambisjonen om massedigitalisering blir også i 2009 erstattet med et mål om selektiv digitalisering på grunnlag av en brukerorientert strategi. Med det menes at *brukernes* interesser i større grad skal styre hva som digitaliseres, heller enn at digitalisering bedrives for digitaliseringsens skyld (Digitaliseringsudvalget 2008).

Danmark er ikke alene. Trass honnørord og lovprising av digitaliseringsens transformative muligheter fra politisk hold, holdes realiseringen av de digitale visjonene om en fulldigitalisert, åpent tilgjengelig, samlet og kryss-søkbar kulturarv tilbake i alle de nordiske landene. Problemene er hyppigst av praktisk, strategisk og økonomisk art, men også mangel på utstyr, ekspertise og menneskelige ressurser, vanskeligheter med å skaffe finansiering og utilstrekkelige statlige bevilgninger trekkes også fram som årsaker til manglende satsing. I tillegg kommer begrensningene som ofte ligger i ABM-sektorens samlingers ulike egenskaper, institusjonenes varierende kapasitet og størrelse og ulike muligheter til å håndtere utfordringer knyttet til opphavsrett og metadata.

I Norge og Sverige fremstår fremdeles full digitalisering som et mål i seg selv. Det er lite snakk om prioritering – snarere later det til at et ønske om å digitalisere mest mulig, forttest mulig, og med høyest mulig kvalitet er premisset for diskursen. Men i kontrast til de storslåtte visjonene står en virkelighet der tempoet ofte er for langsomt, kvaliteten for dårlig og prioriteringen for lav – og myndighetene tilsynelatende er uvillige til å bevilge midlene sektoren oppgir at de behøver. Den svenske konklusjonen fra Digit@lt kulturarv

(2011) trekker tilsvarende konklusjoner som i Danmark:

Trots tidligere stora insatser för digitalisering bedömer samordnings Sekretariatet Digisam vid Riksarkivet att endast en mindre del av kulturarvsobjekten i Sverige i dag finns i digital form. Mot denna bakgrund vill regeringen framhålla att det är viktigt att arbetet kan fortsätta i hög takt (Kulturdepartementet 2011:184).

En norsk evaluering av framgangen på digitaliseringsfeltet i ABM-sektoren siden *Nasjonal strategi for digital bevaring og formidling av kulturarv*, konkluderer med at digitaliseringsarbeidet ikke er blitt tilfredsstillende utført, med begrunnelsen at "en stor del av kulturarven fremdeles ikke er digitalisert" (NOU 2016-2017 3/4:8), mye av det eksisterende digitale materialet ikke er tilgjengeliggjort for publikum, og store deler av arkivsektoren og museumssektoren ikke har "prioritert digitaliseringsarbeidet slik det er foresatt" (*Riksrevisjonens undersøkning av digitalisering av kulturarven* 2017). Rapporten avdekker også en rekke bakenforliggende årsaker til den manglende prioriteringen, som i stor grad også deles av museumssektoren både i Sverige, Norge og Danmark.

HVEM ER EGENTLIG PUBLIKUM?

Brukerne av den digitaliserte kulturarven og hva de kan tenkes å bruke den til, er sentrale i alle de retningsgivende digitale visjonene på kulturarvsfeltet. Riksrevisjonen (2016-2017) vurderer for eksempel portalen DigitaltMuseum som "brukarvennleg samanlikna med andre liknande tenester internasjonalt, sjølv om plattformen har potensial til å bli betre" (NOU 2016-2017:3/4, 2017:82). Søkefunksjonaliteten blir trukket fram som et punkt med forbed-

dringspotensial, og ifølge undersøkelsen skal museene oppfatte "manglende oversikt" som det største problemet med tjenestens brukervennlighet:

Dei peikar særleg på at søkjefunksjonen gir for få målretta treff, og at det dermed blir tidkrevjande å finne dei mest interessante treffa. For eksempel vil eit fritekstsøk etter namnet Munch like gjerne gi treff på fyrstikkøskjer med motiv frå måleriet Skrik som på kunstverk av Edvard Munch som er stilte ut ved Nasjonalmuseet (NOU 2016-2017: 3/4, 2017:82).

Riksrevisjonen på sin side er opptatt av *formidling*, definert som "at innhaldet er omarbeidd og tilpassa definerte brukargrupper, og at institusjonen eller ein annan innhaldsleverandør aktivt vender seg til målgruppene tilbodet er tenkt retta mot" (NOU 2016-2017:3/4, 2017:82). "Nokre museum publiserer kataloginformasjon utan at objekta blir sette i nokon kontekst, og det er for stor variasjon i korleis registreringane er gjorde" (NOU 2016-2017:3/4, 2017:82). Hvem disse målgruppene er, og hva slas informasjonstilpasning de har behov for, sier rapporten imidlertid ingen ting om.

Offentlige evalueringer har, som Svenske *Digisam*⁶ (2014) og den norske Riksrevisjonens undersøkelse av digitalisering av kulturarv (2017), en tendens til å evaluere fremgang og utvikling etter kriterier som hvor mye som er digitalisert og hvor mye som er "tilgjengeliggjort", "kvaliteten" på informasjonen og dens "brukervennlighet" (NOU 2016-2017:3/4, 2017). Begreper som "brukertilpasning", "samhold", "større samfunnsforståelse" og "synergi-effekter" peker på publikums eller brukernes sentrale rolle i digitale satsinger.

Samtidig, som påpekt innledningsvis, vet vi lite om hvem publikum er og hvordan de i så fall utøver et digitalt demokrati. Her er også Riksrevisjonens unnlaterse symptomatisk

for et større problem. Gitt at alle aspekter av en suksessfull webløsning – innhold, design, funksjonalitet og så videre er tilpasset brukers behov, er også kjennskap til publikum en viktig forutsetning for å lykkes (Brownbill & Peacock 2007). Det er derfor paradoksalt hvor lite kunnskap om brukerne som ligger til grunn for de politiske visjonene. Ole Marius Hylland ved Telemarksforskning (2017) kommenterte denne problematikken i sitt svarinnlegg til Riksrevisjonens rapport. Rapporten viderefører Regjeringens ønske om formidling tilpasset de ulike brukergruppene (Se NOU 2016–2017:3–4, 2017:96) ved å gjøre det til ett av revisjonskriteriene, men uten å redegjøre for *hvem* disse brukergruppene er. Som Hylland poengterer, er tilpasning svært vanskelig å få til når man hverken har nok kunnskap om de faktiske brukerne, deres faktiske brukermønstre og behov – eller hva slags type informasjon indikatorer som sidevisninger, som ofte brukes som et mål på suksess, egentlig gir oss (Hylland 2017).

Det er heller ikke enighet om hvordan man skal omtale digitale brukere. I konferansepapere *Audiences, Visitors and Users: Reconceptualising users of museum on-line content and service* (2007) stiller Brownbill & Peacock de betimelige spørsmålene hvordan og hvor godt kjenner vi webmuseumsbrukeren? Hvor godt forankret er antakelsene våre, og kan brillene vi ser dem gjennom faktisk hindre eller stå i veien for en reell forståelse av dem? Brownbill & Peacock mener at kategoriene ”bruker”, ”besøkende” og ”publikum” brukes om hverandre, og inneholder skjulte antakelser som representerer metodologiske og epistemologiske forskjeller, fundert i disipliner så forskjellige som økonomi, informatikk, samfunnsfag og *software engineering*. Disse representerer ulike paradigmer i synet på hvem digitale brukere er.

Publikumsbegrepet konstruerer, i følge

Brownbill & Peacock (2007), ”a subject population, waiting, perhaps eagerly, for something which they can attend” (Brownbill & Peacock 2007:3). Det er også forbundet med passivitet og enveis påvirkning. Brownbill & Peacock mener at publikumsbegrepet er anakronistisk i konteksten av moderne internettbruk, og at man i stedet bør bruke begreper og operasjonaliseringer som anerkjenner webbrukeres agens som tar formålene med aktivitetene deres alvorlig: ”In many ’visitor studies’ of museum Web site users, there is too much emphasis on who they are, and too little on what they want and do online, and the context in which they do it” (Brownbill & Peacock 2007:7).

Det kan synes mer passende å erstatte *publikum* med *besøkende*, da det har mere aktive konnotasjoner. En *besøkende* har tatt et aktivt valg om å oppsøke museet, og behandles derfor som ærede gjester selv i sin virtuelle form (Brownbill & Peacock 2007:7). Med en økende markedstenkning har museene også innført ideen om besøkende som *forbrukere* eller *kulturkonsumenter*. Med på lasset følger ofte et behavioristisk menneskesyn. Undersøkelser utformet på dette grunnlag arter seg ofte som andre markedsundersøkelser (Brownbill & Peacock 2007:3). Andre museumsevalueringsspraksiser henter innfallsvinkler fra samfunnsvitenskapelige og pedagogiske evalueringer av læringsutbytte. Her defineres brukeren typisk som *borger* og *mottaker* av ulike intervensjoner (Brownbill & Peacock 2007:3). En tredje variant er å omtale brukeren med utgangspunkt i UCD-paradigmet, eller *user-centered design*. *Brukeren* konseptualiseres her som en aktiv agent, som målrettet forsøker å realisere en oppgave eller et mål. Her er brukeren det endelige mål på programvarens effektivitet og brukervennlighet (Brownbill & Peacock 2007:3).

Disse ulike forståelsene av brukeren kan

både sameksistere og overlappe, men uten en egentlig interesse for hvem brukerne faktisk er. Det er også lite interesse for å lære fra hverandres perspektiver (Brownbill & Peacock 2007:5).

BRUKERUNDERSØKELSER FRA NORDEN

Skandinaviske studier av digitale museumsbrukere er forsvinnende få. Moos & Lundgaards undersøkelse fra 2010 belyser forholdet mellom brukere av både *fysiske* museer og museers webløsninger. Undersøkelsen tar utgangspunkt i et utvalg på 2,121 individer valgt ut med segmenteringsverktøyet GallupKompas. Etter en spørreundersøkelse ble det satt sammen fokusgrupper av utvalgte respondenter, hvor alle ble beskrevet som aktive museumsbrukere. Deltakerne var brukere av både av fysiske museer og museers nettsider, og utvalgene hadde jevn representasjon av kjønn, aldre, utdanningsnivå, bosted og museumspreferanser (kunst, kulturhistorisk, naturhistorisk og så videre) (Moos & Lundgaard 2010:9). Utvalget ble også delt i ni segmenter gruppert etter syn på ulike samfunns- og miljøspørsmål, offentlige tjenester og kulturvaner (Moos & Lundgaard 2010:9).

Den kvantitative undersøkelsen plasserte respondentene i fire ulike kategorier: Andelen *rene web-brukere*, altså borgere som oppsøker fysiske museer mindre enn en gang årlig, men som har brukt en museumsside i løpet av siste år. Denne gruppen var så forsvinnende liten at den ble utelatt fra den videre analysen. De kombinerte *museums- og web-brukere* utgjorde 33 prosent av utvalget. De *rene museumsbrukere* utgjorde hele 39 prosent. En tredjedel av utvalget benyttet verken digitale eller fysiske museer i løpet av siste år (Moos & Lundgaard 2010:8).

Ett av de mest interessante funnene i un-

dersøkelsen er at de som brukte digitale museumstjenester overlappet med de fysiske museumsbrukerne, mens andelen rene web-brukere var ubetydelig. I det danske representative utvalget utgjorde gruppen faktisk bare tre prosent, eller 52 av 2 121 respondenter. Dersom man deler Europeanas eller nordiske kulturmyndigheters visjoner om demokratisk tilgjengelighet av kulturarv, kan det tenkes å være både uventet og nedslående dersom det viser seg at digital kulturarv *ikke* når ut til et bredere publikum enn de fysiske museene allerede gjør. Moos & Lundgaard beskriver den lille gruppen som kun besøker det digitale museum som interessant, og en gruppe som museene må ta i betraktning når de lager kommunikasjonsstrategier (Moos & Lundgaard 2010). Men i deres eget utvalg var den imidlertid så liten at det ikke lot seg forsvare å studere den separat.

Av Moos & Lundgaards utvalg kunne altså 33 prosent karakteriseres som brukere av museenes nettsider. 54 prosent av dem som oppga å bruke museenes hjemmesider var kvinner, mot 46 prosent menn, og som med museumsbruk for øvrig var de yngste i klart mindretall. Bare 17 prosent av web- og museumsbrukerne var mellom 15 og 29 år. Utdanningsnivå spilte ikke overraskende også inn. Blant andelen som brukte museumsnettsider hadde dobbelt så mange høyere utdanning enn blant ikke-brukergruppen. Et annet interessant funn var at den lille gruppen rene web-museumsbrukere var langt mindre tradisjonelle i sitt syn på samfunnsspørsmål enn ikke-brukerne (Moos & Lundgaard 2010:11).

Moos & Lundgaard etablerte også fokusgrupper for å snakke om hva som kjennetegner gode og dårlige museumsnettsider. Undersøkelsen er svært enkel, men vi lærer at en dårlig museumsside ble karakterisert som dårlig oppdatert, med tunge tekstpassasjer og

en belærende tone. En god museumsnettside derimot, ble beskrevet som moderne og godt designet, enkel å navigere, og funksjonell på to nivåer – både med praktiske opplysninger om museet, åpningstider og utstillinger, og muligheter til fordypning i materialet gjennom tekst og bilder (Moos & Lundgaard 2010:15).

Norske KulturIT utførte en brukerundersøkelse på den norske versjonen av DigitaltMuseum i 2014. Denne undersøkelsen forholdt seg utelukkende til digitale brukere av DigitaltMuseum – en konkret, søkbar museumstjeneste i digitalt katalogformat, med store mengder fotografier, og informasjon om konkrete samlinger fra mer enn to hundre norske museer. DigitaltMuseums pop-up-undersøkelse ble besvart av 536 brukere og funnene fra undersøkelsen ble analysert av samfunnsanalysebyråene *Proba Samfunnsanalyse* og *Devoteam*. Resultatene ble publisert som en del av rapporten *Digitalt infrastruktur for museer. En evaluering av kulturrådets satsning* (2014). I følge Proba & Devoteams rapport var brukerundersøkelsen utformet for å besvare hvordan, og i hvilken grad DigitaltMuseum har blitt tatt i bruk av ulike grupper, ”som kultur- og utdanningsinstitusjoner, det allmenne publikum og av tredjepartsutviklere”, hvorvidt og i hvilken grad tjenesten dekker brukernes behov, og i hvilken grad de benytter seg av mulighetene til å forme og utvikle tjenestens innhold (Gleinsvik *et al.* 2014:41–42).⁷

I følge Gleinsvik *et al.* sin analyse, har 27 prosent av respondentene bidratt med informasjon gjennom DigitaltMuseums kommentarfeltfunksjon. Når museer ønsker informasjon om spesielle deler av samlinger, samles disse på hovedsiden sammen med en oppfordring om bidrag fra publikum. Respondentene hadde enten bidratt på denne måten, eller ettersom de tilfeldig kom over gjenstander de kunne noe om. I følge forfatterne var typiske

publikumsbidrag opplysninger om ”navn på avbildede personer, stedsangivelser, utfyllende informasjon om bygninger eller steder som er avbildet, osv. Det er også eksempler på at publikum har bidratt på korrigeringer av informasjon de mener har vært feilaktig. Noen har også lagt ut spørsmål om saker de ”håper andre kan gi dem svar på” (Gleinsvik *et al.* 2014:44).

Spørreskjemaet kartla videre blant annet alder, kjønn og utdanning, og avslørte en overvekt av menn (60 prosent menn mot 40 prosent kvinner) blant brukere som responderte på undersøkelsen. Forfatterne påpeker at funnene avviker fra tidligere undersøkelser av besøkende på kunstgallerier og museer i andre sammenhenger et flertall av 62 prosent av respondentene hadde høyere utdanning. Aldersfordelingen blant respondentene viser også at DigitaltMuseum appellerte sterkest til et eldre publikum, nesten femti prosent av brukerne var mellom 40 og 60 (Gleinsvik *et al.* 2014:42–43).

Brukerne ble også spurt om hvor ofte de besøkte DigitaltMuseum, og her ser man at DigitaltMuseums brukere besøker siden oftere enn respondentene i den danske undersøkelsen. Om lag halvparten besøkte nettsidene ”oftere enn en gang i uken”, en av tre besøkte siden ”ukentlig eller oftere”, og en av fire ”noen få ganger i halvåret eller sjeldnere enn det” (Gleinsvik *et al.* 2014:42). Med andre ord brukte flertallet tjenesten jevnlig og oftere enn en gang i året, og den største gruppen var faktisk den som oppga å bruke tjenesten oftest.

Forfatterne av rapporten deler respondentene inn i tre hovedgrupper, etter hva de oppga som formålet med besøket sitt og hva de lette etter. Rundt 2/3 av respondentene besøkte siden med det forfatterne beskriver som ”private formål”. Denne gruppen ble videre delt inn de som leter etter noe spesifikt, og de som gan-

Fig. 2. DigitaltMuseum webside.

ske enkelt søker underholdning (Gleinsvik *et al.* 2014:42). Tre kvalitative begrunnelser fra gruppen som ikke lette etter noe spesielt gjen-gis, med respondentenes egne ord:

Et vell av spennende og nyttig historisk materiale. Må begrense meg så jeg ikke blir avhengig.

Se på bilder, mimre, se hvordan ting var før i tiden, dyrke min egen interesse for historie og dele på Facebook.

En annen respondent trekker også fram Facebook i sin begrunnelse:

Bare mimre. En Facebook-venn legger ut så mange artige bilder. Trur han finner dem her. Og jeg vil bare se flere

Den tredje respondenten bruker også Digitalt-Museum til å mimre:

Privat bruk. Liker å se igjen gamle bilder av steder som har forandra seg mye. Ser på landskaper og bebyggelse. Mimrer. Ser hva som står igjen, hva som er borte, hvordan noe er bygd om osv. Sammenligner før-nå (Gleinsvik *et al.* 2014:42–43).

For den andre gruppen private brukere, som lette etter noe spesifikt, ble formålet oppgitt til å være slektsforskning, leting etter bilder av avdøde familiemedlemmer, bilder av hvordan egne hjem og gater så ut for 100 år siden, informasjon om antikviteter osv. En bruker oppga at han brukte tjenesten som tidsfordriv. Han lette ikke etter spesielle gjenstander eller fotografier, men feil i kataloginformasjonen, som han forsøkte å rette opp (Gleinsvik *et al.* 2014:43).

Av de to gruppene som besøker Digitalt-Museum i forbindelse med jobb eller studier (til sammen en tredjedel av respondentene) skal jobbrelevante besøk ha vært det vanlig-

ste. Disse drev med forskning av ulike slag, for eksempel til foredrag og bøker. Mange var også selv museumsansatte og besøkte siden i forbindelse med forvaltning av egen samling, sjekket hvordan andre hadde katalogisert lignende gjenstander, innhentet informasjon til forskningsprosjekter eller lignende (Gleinsvik *et al.* 2014:43).

Funnene i den norske undersøkelsen svarer med i noen grad med en undersøkelse foretatt i forbindelse med et digitaliseringsprosjekt ved Birmingham Museum and Art Gallery i 2004 (Nørskov & Larsen 2009:21). Den britiske undersøkelsen hadde større presisjon i sin kategorisering av brukergrupper enn den norske. Brukermønsteret var imidlertid ganske likt. Som i den norske undersøkelsen var såkalte "browsers" en stor gruppe, og utgjorde ca. 50 prosent av de besøkene. Den neste gruppen, kalt "followers", ønsket at *muséet* skulle fremheve visse gjenstander, med fortellinger og forklaringer knyttet til disse. "Followergruppen" har ingen klar parallell i Gleinsvik *et al.* sine (2014) kategorier. Denne gruppen utgjorde ca. 40 prosent av utvalget. Den neste gruppen, "searchers", utgjorde ca. ni prosent, og var kjennetegnet ved at de besøkte museet for å lære om bestemte gjenstander. Det overraskende i den britiske undersøkelsen var at gruppen, "researchers" bare utgjorde ca. en prosent (Nørskov & Larsen 2009:21). Enten formålet var privat eller jobb/studierelatert, var brukergruppens krav de samme som i den norske, og stilte liknende krav til kataloginformasjon, søkbarhet og fotokvalitet.

I forhold til de tidligere nevnte danske undersøkelsene var det norske publikums forslag til forbedringer av DigitaltMuseum langt mer konkrete. Brukerkrav handler her om mer og bedre av det som allerede er – bilder, informasjon og søkbarhet. Blant nøkkeltallene som presenteres, svarte 87 prosent at de syn-

tes informasjonen de fant på DigitaltMuseum var "nyttig". 78 prosent svarte at de fant det de lette etter, og 82 prosent svarte at de syntes DigitaltMuseum var en "god" løsning (Gleinsvik *et al.* 2014:44). Flere etterlyser imidlertid mere og bedre informasjon om objektene. Andre lar seg frustrere av den sprikende kvaliteten i informasjonen som er tilgjengelig. Det påpekes at hvis publikum skal kunne bidra med tilleggsopplysninger, må også grunnopplysningene være bedre. Mange ønsker også bedre bildekvalitet, og opplever at de ikke får studert detaljer på objekter ordentlig fordi oppløsningen er for dårlig til at zoomfunksjonen fungerer (Gleinsvik *et al.* 2014:44).

CROWDSOURCING OG DIALOG I DIGITALTMUSEUM

Digitale museums løsninger blir ansett som en arena for crowdsourcing og dialog med museets publikum eller brukere, og kommentarfelter har etter hvert blitt populære tilskudd til digitale museums løsninger. Både norsk-svenske DigitaltMuseum og KulturIT-portalen *Minner* har åpne kommentarfelter der besøkende kan kommentere enkeltposter. På sine hjemmesider beskriver KulturIT DigitaltMuseum som "et godt eksempel på crowdsourcing, altså at man lar den kollektive kunnskapen komme institusjonene til gode".⁸ Personer og steder skal være spesielt store publikumsfavoritter. Disse publikumsfavorittene er det imidlertid både få av og langt imellom.

På en vanlig objektside gis publikum anledning både til å legge til nøkkelord, og komme med kommentarer eller forslag til endringer både på "historikk" og generell kataloginformasjon. Ettersom museene ofte mangler informasjon om egne objekter, annonser noen, for eksempel Nordiska Museet på DigitaltMuseum spesielt etter publikums hjelp. Forespørsler

Fig. 3. Kommentar fra bildekarusellen «sist kommentert» på norske DigitaltMuseum 27. april 2018.⁹

om publikumsinformasjon er også innebygd i selve plattformen gjennom algoritmer: Etter at Wold gjorde et stedssøk på sine hjemlige trakter, Hamar, ble hun ved neste søk forespurrt å hjelpe til med tilleggsinformasjon om nyopp-lastede fotosamlinger fra Hamar og Løten, samt rundt 4000 andre objekter. Som med alt annet på DigitaltMuseum er det opp til det enkelte museum hvorvidt, hvordan og hvor raskt de svarer på henvendelser, verifiserer, undersøker og inkluderer publikums informasjon.

I forbindelse med Wolds (2018) kartlegging av nordiske museale digitale tilnærminger hentet produktansvarlig for DigitaltMuseum i KulturIT, Espen Nordenhaug, ut en samlet oversikt over antall kommenterte gjenstandsposter i svenske og norske DigitaltMuseum, samt antall kommentarer per gjenstandspost. Tallene gjenspeiler situasjonen per 23. april 2018.

Tallene bekrefter inntrykket som er gitt i det foregående. Av mere enn 4.7 millioner poster totalt fordelt på de to nettportalene er det bare 29 499 poster som er kommentert av publikum. En overveldende majoritet av disse er enkeltstående, hvilket tyder på at ei-

Antall kommentarer pr. Objekt	Objekter med (A) kommentarer	Total
1	29 499	29 499
2	5 311	10 622
3	692	2 076
4	257	1 028
5	67	335
6	32	192
7	17	119
8	8	64
10	7	70
9	6	54
14	6	84
12	4	48
13	4	52
15	4	60
11	2	22
21	2	42
16	1	16
22	1	22
33	1	33
		973467

102 erinstitusjonen ikke har besvart kommentaren. Manglende svar betyr, som tidligere vist, ikke nødvendigvis at informasjonen ikke har funnet veien inn i kataloginformasjonen eller museets interne databaser men det er likevel grunn til at flertallet av kommentarene ikke har blitt fulgt opp av museene i det hele tatt. Videre er det kun 5 311 gjenstander med to kommentarer, og antall gjenstander faller jevnt i takt med antall kommentarer. Noen ytterst få gjenstander ser ut til å faktisk ha blitt steder for diskusjon eller dialog, men det store bildet er likevel at DigitaltMuseums kommentarfelter ikke fungerer etter intensjonen.

Kommentarfeltene fungerer altså til dels til crowdsourcing og kunnskapsutveksling, men hverken publikum eller museene ser ut til å utnytte potensialet fullt ut. Noen besøkende bruker kommentarfeltene til å stille spørsmål, men disse blir ofte stående ubesvart av eierinstitusjonen. De vanligste kommentarene er korreksjoner av gale opplysninger eller ny informasjon om objekter, personer og kjøretøy, og de fleste kommentatorene ser ut til å være privatpersoner. Det virker også nokså tilfeldig om slike opplysninger finner veien inn i kataloginformasjonen eller ikke. Henvendelsene som blir tatt opp i katalogen blir også ofte ikke besvart, noe som undergraver dialogaspektet ved kommentarfelter som crowdsourcing-verktøy. Det er mulig at museene som oppgir epost som alternativ kommunikasjonskanal er flinkere til å svare på henvendelser her, men disse faller naturlig nok utenfor denne undersøkelsen.

Videre ser kommentatorene primært ut til å være eldre privatpersoner, ofte med biografiske, erfaringsmessige eller familiære forbindelser med fotografier og objekter heller enn et ungt, globalt, kreativt eller digitalt født publikum slik EU-satsingen Europeana ser for seg. Heller ikke diskusjoner mellom eksperter ser ut til å finne sted på disse arenaene.

KONKLUSJON

Siden opprettelsen av Europeanasamarbeidet har ideer om digitalisering som middel til å sikre kulturarven for fremtidige generasjoner, dens demokratiske tilgjengelighet og åpenhet og dens uforløste potensiale til å bidra til kunnskapsutvikling, kreativitet, identitet og integrasjon satt sitt preg på kultur- og digitaliseringspolitikk i de nordiske landene. Storsatsinger som *European Year of Cultural Heritage* feirer kulturarvens mangfold og aktualitet, mens alarmistisk varsku om slitasje, forringelse, tap og glemsel – berettiget eller ikke – gir diskursen et skinn av tidspress og skaper forventninger om et tempo institusjonene sjeldent makter å leve opp til. Selv om det oppfordres til galopp fra politisk hold, fortoner det faktiske digitaliseringsarbeidet seg snarere som en langsom, fragmentert prosess som tidvis går raskt, tidvis sakte, tidvis stagnerer og tidvis må begynnes helt eller delvis på nytt. De ulike nordiske kulturmyndighetenes strategier for å styre, styrke og koordinere digitaliseringsinnsatsen varierer, men ingen av dem har i praksis vært villige til å gå langt nok i å bevilge midlene som skal til for å heve innsatsen til et nivå som nærmer seg ambisjonene de selv skissere – og når institusjonene år etter år mislykkes i å leve opp til de høye forventningene, vanker refs i nedslående rapporter og ramaskrik i mediene, krass kritikk rettes nærmest rutinemessig mot myndigheter og institusjoner.

Med unntak av begrensede offentlige støtteordninger (som oftest tidsbegrensede) forventes det likevel at institusjonene skal finansiere digitaliseringsarbeid, enten over ordinære driftsbudsjetter eller gjennom ekstern finansiering. Dermed ender digitalisering ofte med å bli utsatt av økonomiske årsaker eller utført på prosjektbasis uten nødvendigvis å innlede de større, mer permanente endringene i or-

ganisasjonsstrukturen (Riksrevisjonen 2017; Digitaliseringsudvalget 2008; Gleinsvik *et al.* 2015) som har gjort at for eksempel det norske Nasjonalbiblioteket har lyktes i så stor grad med sitt massedigitaliseringsprosjekt (Riksrevisjonen 2017). Slik det fremgår av offentlige utredninger og uttalelser fra institusjonene selv, holdes digitaliseringsarbeidet primært tilbake av økonomiske årsaker, særlig for mindre museer med lave budsjetter og få faste årsverk. Dette har ført til at flere har tatt i bruk diverse lavbudsjettløsninger, hvori frivillige, folk på NAV-tiltak og andre uten museumsfaglig bakgrunn er blitt satt til å utføre flere av de tidkrevende manuelle digitaliseringsoppgavene (Riksrevisjonen 2017).

Mange større museer har trosset ugunstige rammebetingelser og lykkes i å gjennomføre flere vellykkede digitaliseringsprosjekter gjennom egenfinansiering og diverse ekstern finansiering. De fleste av dem har laget egne skreddersydde databaser tilknyttet egne hjemmesider eller allerede eksisterende plattformer, hvor de tilgjengeliggjør samlingene sine for et globalt, digitalt publikum. Noen, som det danske *Nationalmuseet*, norske *Kulturhistorisk museum* og svenske *LSH* har også tatt i bruk innovative nye teknologier i produksjonen av langt mer komplekse og detaljerte digitale objekter enn det tradisjonelle museums katalogformatet tillater med fotogrammetri og 3D-modeller. De fleste museers samlinger ligger imidlertid tett opp til det tradisjonelle katalogformatet med enkle digitalfoto og katalogopplysninger tilknyttet hver gjenstand.

De senere år har det vokst fram en trend hvor kulturmyndighetene utvikler eller støtter oppunder utviklingen av felles digital infrastruktur i form av felles samlingsforvaltningssystemer og digitale kulturarvs- og/eller museumsportaler, som svensk-norske DigitaltMuseum. Disse både forenkler digitalise-

ringsarbeidet ved at enkeltinstitusjoner slipper å utvikle og drifte egne systemer (Digitaliseringsudvalget 2008) og gjør det mulig å forene samlingene til en mengde institusjoner under en felles, ofte nasjonal fane, ikke ulikt Europeanportalen. Både på Island og i Finland, Norge, Danmark og Sverige har slike løsninger kommet på plass. Fellesløsningene regnes som både velkomne og vellykkede, men medfører også en rekke utfordringer, blant annet knyttet til tilpasning av systemene til svært forskjellige institusjoners og samlings ulike behov.

Hvor toppstyrte og fokuserte de digitale fellesløsningene er, varierer også. Lanseringen av det danske samlingsforvaltningssystemet SARA har blitt forsinket flere ganger, men Kulturstyrelsen har som mål å levere en fullstendig ferdigutviklet løsning når systemet endelig lanseres (Slots- og Kulturstyrelsen 2018; Boye 2018). Museene har vært involvert i utformingen, men systemet leveres som et standardssystem, og utviklingen skal være regnet som ferdig innen systemet tas i bruk (Sandal 2015; Boye 2018). Når SARA fases inn, fases også de gamle fellessystemene ut, og de statsstøttede museene vil etter museumsloven ha innrapporteringsplikt i det nye systemet (Gleinsvik *et al.* 2015). I motsetning til den sentraliserte, danske modellen står norsk-svenske DigitaltMuseum, samlingsforvaltningssystemet Primus, og resten av KulturIT's etter hvert omfattende digitale økosystem. Løsningene er i konstant videreutvikling, og utviklingen skal skje i samarbeid med medlemsmuseene og styres av deres ulike behov (KulturIT 2018). Løsningen vurderes i det store og det hele som vellykket, også av den norske Riksrevisjonen (2017), men det er også tydelig at løsningen brukes av mange svært ulike museer med ulik tilgang til utstyr, ressurser og kompetanse. Problemer med søkefunksjonalitet og store variasjoner i registreringspraksiser, fotokvalitet og oppføl-

104 ging fra museenes side synliggjør de kaotiske og uforutsigbare følgene av ukoordinert digitaliseringsinnsats.

Det er den manuelle produksjonen av det digitale materialet som krever den desidert største arbeidsmengden, og selv dette er vanskelig for mange institusjoner innenfor rammene av dagens ressursituasjon. Men digitalisering fører med seg en rekke andre utfordringer som er minst like vanskelige å imøtegå. Spørsmål knyttet til bærekraftig langtidslagring og håndtering av digitalt skapt kulturarv er blant de mest profilerte, men også områder som rettighetsproblematikk, interoperabilitet, datakvalitet og felles standarder inneholder viktige utfordringer som må løses både av den enkelte institusjon og i fellesskap.

Men en av de aller viktigste utfordringene snakkes det lite om, på tross av at det utgjør en viktig kjerne i prosjektet som sådan: Mangelen på kunnskap om publikummet den digitale tilgjengeliggjøringen retter seg mot, gjør det lite meningsfylt å snakke om tilpasning til ulike brukergrupper og deres behov. Heving av foto- og metadatakvalitet krever minst like mye av institusjonene som førstegangsdigitalisering, og uten kunnskap om hvem brukerne er og hva slags informasjon, kontekstualisering og kvaliteter de forventer blir det også en umulig øvelse (Hylland 2017).

Samtidig viser våre undersøkelser av bruken av kommentarfeltene at brukerne i liten grad henvender seg til museene, og når de gjør dette, viser museene relativt sett liten interesse, på tross av henvendelser om å bidra til crowdsourcing-initiativer. Hvis den overveldende andelen tomme kommentarfelter er en indikasjon på noe er det muligens at heller ikke museenes forestillinger om det digitale publikummet verken klarer å gjenspeile eller engasjere gruppen slik den virkelig er.

NOTER

1. <http://sarpur.is/>
2. <https://www.kansallismuseo.fi/en/collections/finna>
3. <https://digitaltmuseum.no/>
4. <https://digitaltmuseum.se/>
5. <https://europa.eu/cultural-heritage/about>
6. <http://ettdigitalarekulturarv.digisam.se/10.shtml?location=28#10.2>
7. Data fra undersøkelsen og Proba & Devoteams analyse brukes også av Riksrevisjonen i Undersøking av digitalisering av kulturarven (NOU 3:4 2017:82).
8. <https://kulturit.org/digitaltmuseum>
9. <https://digitaltmuseum.se/011024608327/postdiligens>

LITTERATUR

- Boye, Magnus 2018. "Fremhævet som eksempel på god offentlig it: Museumssystem ramt af årelang forsinkelse". *Version2*. <https://www.version2.dk/artikel/fremhaevet-eksempel-paa-god-offentlig-it-museumssystem-ramt-aarelang-forsinkelse-1083928>
- Brown, Deidre & Nicholas, George 2012. "Protecting indigenous cultural property in the age of digital democracy: Institutional and communal responses to Canadian First Nations and Māori heritage concerns." *Journal of Material Culture* 17:3, 307–324. <https://doi.org/10.1177/1359183512454065>
- Brownbill, Johnny & Peacock, Darren 2007. "Audiences, Visitors, Users: Reconceptualising Users Of Museum On-line Content and Services." Konferanseinnlegg presentert på *Museum and the web 2007 The international conference for culture and heritage on-line*. San Francisco, California. <https://www.museumsandtheweb.com/mw2007/speakers/index.html>
- Bækholm, Christian 2009. "Kulturel digitalisering

- vil koste minst en halv milliard.” *Politiken*. <https://politiken.dk/kultur/art4959983/Kulturel-digitalisering-vil-koste-mindst-en-halv-milliard>
- Digisam 2014. *Ett digitalare kulturarv*. Digisams verksamhet 2011–2015. 10. Statistik. <http://ettdigitalarekulturarv.digisam.se/10.shtml?location=28#10.2>
- Digitaliseringsudvalget 2008. *Digitalisering af kulturarven*. Midtvejsrapport fra Digitaliseringsudvalget. København: Kulturministeriet. Tilgjengelig fra <https://kum.dk/publikationer/2008/digitalisering-af-kulturarven-midtvejsrapport-fra-digitaliseringsudvalget/>
- Digitaliseringsudvalget 2009. *Digitalisering af kulturarven*. Endelig rapport fra Digitaliseringsudvalget. København: Kulturministeriet. <https://kum.dk/publikationer/2009/digitalisering-af-kulturarven/>
- Europeana 2015. *Europeana Strategy 2015–2020*. https://pro.europeana.eu/files/Europeana_Professional/Publications/Europeana%20Strategy%202020.pdf
- Faber, Kim 2009. ”Danmark mister sin hukommelse”. *Politiken*. <https://politiken.dk/kultur/art5606518/Danmark-mister-sin-hukommelse>
- Glensvik, Audun, Wedde, Elise & Nagell, Bjørn 2014. *Digital infrastruktur for museer. En evaluering av Kulturrådets satsing*. Oslo: Kulturrådet. <http://docplayer.me/36103735-Digital-infrastruktur-for-museer.html>
- Hjortshøj, Morten & Kjær, Birgitte 2015. ”Kulturministeren ”gjenkjenner problemer” med digitaliseringen av kulturarven.” *Politiken*. <https://politiken.dk/kultur/medier/art5573908/Kulturminister-%C2%BBanerker-problematik%C2%AB-med-digitalisering-af-kulturarv>
- Hylland, Ole Marius 2017. *Revisjon, visjon og virkelighet. Kommentar til Riksrevisjonens rapport*. Video. <https://www.kulturradet.no/kalender/hendelse/-/digitaliseringsmeldingen-8-ar-etter-200417>
- Jensen, Jacob Thorek & Lundgaard Ida Brændholt 2015. ”Museum’s users and users’ museums.” I *Museums, Citizens and Sustainable solutions*. København: Kulturstyrelsen, 18–82.
- Kulturdepartementet 2011. *Digit@lt Kulturarv*. *digitlt-kulturarv---nationell-strategi-for-arbetet-med-att-digitalisera-digitalt-bevara-och-digitalt-tillgangliggore-kulturarvsmaterial-och-kulturarvsinformation-ku11.015*. <https://www.regeringen.se/contentassets/8af272b4832140acae16f36fc82c8c6d/digitlt-kulturarv---nationell-strategi-for-arbetet-med-att-digitalisera-digitalt-bevara-och-digitalt-tillgangliggore-kulturarvsmaterial-och-kulturarvsinformation-ku11.015>
- Moos, Thyge & Lundgaard, Ida Brændholm 2010. *The Museum’s Web Users – A user survey of museum websites. English summary*. København: Kulturstyrelsen https://english.slks.dk/fileadmin/publikationer/publikationer_engelske/Reports/The_museum_s_web_users_2010.pdf
- Nørskov, Vinnie & Larsen, Ane Heljskov 2009. ”Samlingen i en teknologisk tidsalder.” I *Digital museumsformidling – i brukersperspektiv*. København: Kulturstyrelsen, 18–24. https://slks.dk/fileadmin/user_upload/kulturarv/publikationer/emneopdelt/digitalisering/digital_museumsformidling.pdf
- Proba Samfunnsanalyse og Devoteam 2014. *Digital infrastruktur for museer. En evaluering av kulturrådets satsning*
- Riksrevisjonen 2017. *Riksrevisjonens undersøkning av digitalisering av kulturarven*. Dokument 3:4 (2016–2017). Bergen: Fagbokforlaget AS.
- Salmond, Amiria 2012. ”Digital Subjects, Cultural Objects: Special Issue introduction”. *Journal of Material Culture* 17:3, 211–228. DOI: <https://doi.org/10.1177/1359183512453531>
- Sandal, Jesper Stein 2015. ”Millioner af danske museumsgenstande samles i nyt it-system –forud for tidsplan og under budget”. *Version2*. <https://www.version2.dk/artikel/millioner-af-danske->

museumsgenstande-samles-i-nyt-it-system-
forud-tidsplan-og-under-budget

St.Meld. Nr. 24, 2008–2009. *Nasjonal strategi for digital
bevaring og formidling av kulturarv*. Oslo: Kultur-
og Kirkedepartementet.

St. Meld. Nr. 17, 2006–2007. *Eit informasjonssamfunn
for alle*. Oslo: Fornyings- og
Admistrasjonsdepartementet.

St. Meld. Nr. 24, 2008–2009. *Nasjonal strategi for
digital bevaring og formidling av kulturarv*. Oslo:
Kultur- og Kirkedepartementet.

*Taran Wold, MA, Seniorkonsulent på
digitaliseringsprosjekt
taran.wold@gmail.com*

*Gro Ween, Pph.d. Seksjonsleder for etnografi,
numismatikk, klassisk arkeologi
og universitetsvitenskap
g.b.ween@khm.uio.no*

*Kulturhistorisk museum
P.O. Box 6762
St. Olavs plass
N-0130 Oslo, Norway
cusers_2010.pdf*