

# Förord

Ett museum kan betraktas som en komplex medieform. Museet är i detta synsätt en institution med många medierade kanaler för kommunikation och interaktion med sina publikker. Detta nummer av Nordisk museologi var inte tänkt som ett tematiskt nummer, men har ändå blivit det. Alla artiklarna handlar på olika sätt just om museet som en slags medieform, om de frågor som uppstår kring detta perspektiv och om de utmaningar som kan uppkomma när det tillämpas på museiutveckling.

Museet som medieform är idag ett vanligt sätt att se på museer bland museiprofessionella. Synsättet har att göra med vad många identifierar som ett tydligt skifte under senare år i museernas fokus. Skiftet brukar beskrivas som en rörelse från ”upplysning” mot ”upplevelse”. Från ett fokus på samlande och att förmedla fakta ”inifrån” mot frågor om hur man skapar en attraktiv, pedagogisk besöksupplevelse, om målgrupper och om hur publikmötet ska designas. Museernas ökade arbete med digitalisering och användning av nya sociala medier är pusselbitar i detta skifte.

Upplysning måste såklart inte ställas mot upplevelse. Dessa saker kompletterar varandra i museerna. Upplevelseperspektivet har i vissa aspekter alltid följt med den moderna sortens publikt tillgängliga museer och väldigt få skulle väl hävda att en museiupplevelse utan autenticitet, kunskap och en kärna av ”upplysning” är så intressant för publiken. Men likväl finns en förändring och ett fokusskifte som behöver undersökas, analyseras och diskuteras. Och det är vad läsaren kan förvänta sig i det här numret av Nordisk museologi.

Numrets första artikel av Bjarki Valtýsson, Sanne Lynge Nilsson och Christine Eva Pedersen börjar i synen på museet som en medieform, vad det innebär och hur det tar sig uttryck i museernas samtida ”Zeitgeist” i Danmark. De ger en fin introduktion till den museologiska, teoretiska bakgrunden och även den kulturpolitiska situationen. En studie av ett antal samtida mediala sammanhang på danska museer ger dem också möjlighet att kommentera skillnaderna mellan å ena sidan teori och retorik, å andra sidan hur det publika samspelet i museernas nya mediala landskap faktiskt ser ut. De identifierar intressanta glapp mellan teori och praktik.

En annan central aspekt när det gäller museer som en publikt interagerande medieform är frågan om autenticitet. Hur stor roll spelar det om museerna ställer ut autentiska föremål eller inte? Vilken roll spelar det för publiken, vad är egentligen autentiskt och inte och på vilka sätt kan och bör man exempelvis renovera, gestalta och komplettera historiska miljöer? Anne-Maija Malmisalo-Lensu tar upp den sortens frågor i relation till ett musealiserat besöksmål i Finland: Alvar Aaltos experimenthus. Hon utgår från gängse teorier om autenticitet och prövar dem mot intervjuer med publiken. Autenticitet är en viktig faktor, visar det sig, fast flerdimensionell och mera komplex än vid första ögonkastet.

Jonathan Westin arbetar med en annan helt central faktor i den samtida utvecklingen: digitalisering. Artikeln om digitaliseringen av konstnären och författaren Ivar Arosenius arkiv visar på ett övertygande sätt att digitalisering alltid är en slags översättning av det material som digitaliseras. Den digitala representationen av materialet blir aldrig samma sak som originalet. Det kan tyckas självklart och vanligen betonas de stora fördelarna med digitalisering. Men vilka aspekter av originalmaterialet förloras i processen, vilken slags urval måste man ta ställning till, och hur ska vi med en ökad förståelse av processen egentligen betrakta det digitala materialet i förhållande till originalen?

Jens Jensens artikel "Museumverse" ställer upp en helt ny och mycket intressant typologi över "användarpositioner" för publiken i förhållande till museers olika sätt att kommunicera, eller snarare relatera till sina publik. Artikeln anknyter liksom de andra i hög grad till samtidens stora trender: från upplysning mot upplevelse, användningen av nya mediala teknologier och en ökad användarinteraktion. Men hur kan vi gruppera olika slags museer i förhållande till dessa trender? Vilka uttryck tar de sig inom museerna? Jensen föreslår ett typologiskt schema med åtta olika typiska positioner.

Med skiftet från upplysning mot upplevelse och en ökad uppmärksamhet på museer som besöksmål med en roll i det som ibland kallas "upplevelseekonomin" följer också en ökad professionalisering av museerna i ekonomisk, marknadsmässig mening. Anders Högberg och Marina Jogmark tar i sin artikel upp ett ibland ifrågasatt fenomen: museientreprenörskap. De undersöker och diskuterar attityder bland museichefer och visar på de positiva sidor av entreprenörskap som museer kan ta till sig.

Till sist innehåller det här numret två debattinlägg. Alvhild Dvergsdal svarar på en kritisk artikel av Marianne Egeland i *Nordisk museologi* 2020:1 om Hamsunsenter-planer i Hamarøy og Grimstad i Norge. Egeland får också utrymme att svara Dvergsdal. *Nordisk museologi* vill gärna uppmuntra till debatt i museifrågor och det är något vi hoppas se mer av i tidskriften.

Men allra först har vi glädjen att presentera två nya medlemmar i redaktionen: Arndís Bergsdóttir och Nina Robbins!

*Fredrik Svanberg*