

DIGITALISERAT KULTURARV

Digitaliseringen av museers utbud före och under coronapandemin

Patricia Altsved

Institutionen för kultur och estetik vid Stockholms universitet

VT2021

Institutionen för kultur och estetik, Kulturarvsstudier
106 91 Stockholms universitet
08-16 20 00 vx

Handledare: Anna Källén

Titel och undertitel: Digitaliserat kulturarv – Digitaliseringen av museers utbud före och under coronapandemin

Författare: Patricia Altsved

Kontaktuppgifter till författaren: patricia.altsved@gmail.com

Uppsatsnivå (kandidat-, magister- eller masteruppsats): Masteruppsats

Ventileringsstermin: VT21

ABSTRACT: Uppsatsen undersöker hur coronapandemin påverkat museers digitalisering, och ser främst på det digitala utbudet: programverksamhet och utställningar. Ur ett teoretiskt ramverk som innefattar ett kritiskt kulturarvsperspektiv samt deltagande och mediekonvergens genom kritisk diskursanalys och semistrukturerade intervjuer besvarar uppsatsen frågeställningar om hur digitaliseringsprocesser såg ut vid tiden före coronapandemin, hur processen beskrivits i media och av museianställda, samt vad en digitaliseringsprocess kan innebära för konsumtionen av kulturarv. Undersökningen inleds med en redogörelse för museidefinitioner och bakomliggande politiska direktiv och strategier för digitaliseringen, för att sedan granska tre museers digitaliseringsplaner från år 2016. Vidare undersöks hur pandemin och digitalisering lyfts i media. Slutligen presenteras intervjuer med tre museianställda som delar sin upplevelse av att ha arbetat med av digitaliseringsprocesser under 2020-2021. Undersökningen påvisar att det finns en politisk diskurs som skapar de förutsättningar inom vilka svenska museer kan digitalisera sina verksamheter. Vidare har coronapandemin generellt påskyndat digitaliseringsprocesser och skapat tillfälle att utforska digitaliseringens möjligheter samtidigt som det lyfter en diskussion om materialitetens roll i det digitala formatet. Därtill visar uppsatsen att en ökad digitalisering kan skapa sektorspecifika kompetenshierarkier samt att det finns dominerande röster inom fältet som talar för digitalisering i stort, snarare än mot.

Nyckelord: kulturarv, museer, digitalisering, digital strategi, kritisk diskursanalys, semistrukturerad intervju, pandemi

INNEHÅLL

FÖRORD

DEL I: INLEDNING	1
1. Bakgrund	1
2. Syfte	2
3. Frågeställningar	2
4. Begreppsdefinition: digitalisering	2
5. Teori	3
5.1 <i>Kritiskt kulturarvsperspektiv</i>	4
5.2 <i>Deltagande och mediekonvergens</i>	5
6. Metod	7
6.1 <i>Kritisk diskursanalys</i>	7
6.1.1 <i>Relevans</i>	10
6.2 <i>Semistrukturerade intervjuer</i>	10
6.2.1 <i>Transparens och reflexivitet</i>	11
6.2.2 <i>Material och urval</i>	11
6.2.3 <i>Forskningsetik</i>	13
6.2.4 <i>Intervjuguide</i>	13
6.2.5 <i>Sammanställning och förvaring</i>	14
6.2.6 <i>Resultat</i>	15
7. Forskningsläge	15
8. Källmaterial	17
8.1 <i>Dokument</i>	17
8.2 <i>Medier</i>	18
8.3 <i>Intervjuer</i>	18
9. Disposition	18
DEL II: UNDERSÖKNING	20
10. Museers definitioner, samhällsroll och syfte	20
11. Digitaliseringens politik och strategier	23
12. Analys av digitaliseringsplaner	26
12.1 <i>Textanalys: Nordiska museets digitaliseringsplan, 2016</i>	26
12.2 <i>Textanalys: Tekniska museets digitaliseringsplan, 2016–2018</i>	28
12.3 <i>Textanalys: Statens museer för världskulturs digitaliseringsplan, 2016–2025</i>	30
12.4 <i>Diskursiv praktik och social praktik</i>	32
13. Museer, coronapandemin och digitalisering i media och samtal	36
13.1 <i>Reflektion</i>	42
14. Intervjuer med museianställda	44
14.1 <i>Det praktiska arbetet</i>	44
14.2 <i>Risker och farhågor</i>	47
14.3 <i>Besökare och kommunikation</i>	48
14.4 <i>Materialitet och autenticitet</i>	50
14.5 <i>Lärdomar och framtidens yrkesroller</i>	53
DEL III: AVSLUTANDE DISKUSSION	55
KÄLLFÖRTECKNING	58
BILAGA	

FÖRORD

Inte hade jag vid masterprogrammets början under hösten 2019 kunnat ana att utbildningen skulle ha sitt slut mitt i en pandemi. Jag som trodde att jag skulle skriva min masteruppsats om helt andra kulturarvsfrågor fick tidigt under coronapandemin ett intresse för att förstå hur det verksamhetsområde jag så gärna vill arbeta inom påverkas, vilket också blev mitt uppsatsämne. Jag vill rikta ett tack till utbildningens lärare och mina programkamrater som trots avstånd och webbaserad undervisning kunnat fortsätta hålla föreläsningar och seminarier med givande diskussioner och intressanta perspektiv.

Tack till min praktikplats Stockholms Kvinnohistoriska som gett mig en lärarik inblick i hur museer med digitalt fokus kan arbeta, och för att ni sponsrade min biljett till MuseumNext Digital Summit i februari 2021. På så sätt kunde jag delta i föreläsningar och seminarier om digitalisering för att få fördjupad förståelse för mitt uppsatsämne, men jag fick också en möjlighet att kompetensutvecklas.

Jag vill också tacka de personer som ställde upp på intervjuer i detta uppsatsarbete. Genom era välformulerade svar och medverkan upplever jag att min uppsats har fått ett viktigt och nyanserat perspektiv för att förstå vad museisektorn genomgår just nu.

Slutligen, stort tack till min handledare Anna Källén för otroligt bra stöd och vägledning i detta uppsatsarbete. Genom din skarpa blick och våra givande diskussioner har jag kunnat vässa mitt kritiska kulturarvsperspektiv och växa som akademiker.

Patricia Altsved

Stockholm, juni 2021

DEL I: INLEDNING

1. Bakgrund

Under vintern 2019/2020 drabbades världen av en pandemi i och med den snabba spridningen av viruset SARS-CoV2, också känt som coronaviruset, covid-19. Pandemin slog ut stora delar av samhällen världen över och påverkade infrastruktur och vårdväsende såväl som utbildnings-system och kultursektor. I Sverige tvingades kultursektorn snabbt stänga eller begränsa sina verksamheter på obestämd tid och detta bidrog till stora ekonomiska förluster, inte minst genom den bristande turismen på grund av nationella och internationella reserestriktioner.

För museerna innebar det att man fick förflytta sitt verksamhetsfokus till det digitala och börja erbjuda alternativa tjänster till sitt många gånger lokalt bundna och analoga utbud för att inte tappa relevans, besökare och finansiering. Ett led i detta är att man behövt vara innovativ och använda befintliga tekniska lösningar till nya tjänster och har mer än någonsin fått förlita sig på den digitala kommunikationen, inte sällan via sociala medier. För stora och etablerade aktörer har detta inte varit utforskad mark utan sedan tidigare varit ett led i den befintliga verksamheten, medan det för andra aktörer varit desto mer prövande med nya arbetssätt. Genom denna snabba omställning och anpassning börjar en ny museiidentitet anas, och istället för att gå tillbaka till samma praktik som innan pandemin så kommer något nytt att ha tagit form vid pandemins avtagande – det som nu är under utveckling. Med begrepp och termer som ”soff-turism”, ”virtuell upplevelse” och ”digitala museibesök” så har en digital museipraktik blivit ett faktum och realitet snarare än en tanke om framtiden.

Redan i mitten av mars 2020 kunde man i Expressens bilaga *Allt om Resor* få tips om internationella, världsberömda museer att besöka virtuellt eftersom pandemin då tagit sitt första lamslagande tag om Sverige. Man föreslog att väga upp underhållningen från streamingtjänster som Netflix och HBO med klassisk bildning och kultur, vilket indikerar en gängse uppfattning om museers syfte att vara platser för kunskap och information (Ivarsson, 2020). Sedan artikeln i *Allt om Resor* publicerades har många andra tidningar och sidor följt exemplet och många museer anstränger sig för att kunna erbjuda virtuella tjänster i likhet med stora etablerade, internationella aktörer.

När denna uppsats skrivs under vårterminen 2021 befinner sig världen fortfarande mitt i coronapandemin med ännu stigande dödstal, hårda reserestriktioner och en väntan på massvaccination. Bakom oss har vi ett år av snabba omställningar för både yrkesliv och privatliv där hemmet fått börja agera arbetsplats och studieplats såväl som den plats varifrån vi konsumerar och deltar i kultur på helt andra sätt än tidigare. Var samhället kommer befinna sig när pandemin anses vara över kan vi omöjligt veta. Tonvikten i denna uppsats ligger därför vid att vara samtidsdoku-

menterande och fånga upp nyanser och perspektiv som kan komma att försvinna eller förändras om man i framtiden skulle ta sig an uppsatsens frågor.

2. Syfte

Denna uppsats syftar till att undersöka om och hur coronapandemin har påverkat och påskyndat arbetet med digitalisering bland svenska museer. Jag vill undersöka vad det kan göra med tillgången och tillgängligheten till våra kulturarv, men också vad det kan få för effekter på museernas generella överlevnad när kulturarv kan upplevas bortom en museibygnad. Uppsatsens syfte är sprunget ur min förutfattade mening att digitaliseringen länge har varit en diskussion, men inte alltid en realitet för svenska museer.

Uppsatsen utgår från observationen att coronapandemin och dess efterföljande restriktioner, som begränsar museibesök och därmed fysisk tillgång till kulturarven, har bidragit till att digitala lösningar har tagits fram i högre grad och snabbare takt. En ytterligare del av uppsatsarbetet är att undersöka vilka effekter detta kan få på kulturarvskonsumtion. Det görs genom en granskning av dokument som legat till grund för tidigare digitaliseringsarbeten, men också genom semistrukturerade intervjuer med museipersonal och hur man i media pratat om pandemin och museer. Dels vill jag betrakta processen ur ett historiskt perspektiv för att avgöra var positioneringen för digitala verktyg låg i början av år 2020, och vad som låg till grund för det genom de senaste årens nationella arbete för digitalisering av kulturarv. Vidare vill jag undersöka om, och i sådana fall på vilka sätt, arbetet utvecklades under coronapandemin.

3. Frågeställningar

För att kunna uppfylla syftet att undersöka digitalisering hos museer i samband med coronapandemin kommer uppsatsen utgå från tre frågeställningar:

- 1) Hur såg digitaliseringen av museernas utbud ut vid tiden som coronapandemin utbröt, och vilka idéer och motiv låg bakom?
- 2) Hur beskrivs digitaliseringen av museernas utbud på grund av coronapandemin i media och bland museianställda?
- 3) Vad kan digitaliseringen av museernas utbud innebära för konsumtionen av kulturarv?

4. Begreppsdefinition: digitalisering

I denna uppsats syftar digitalisering främst till den process som ett museum genomgår när man översätter eller omvandlar sitt fysiska utbud till digitalt utbud, från offline till online. Det kan också vara att skapa nytt utbud för det digitala formatet i åtanke från början. Utbud avses med andra ord innefatta programverksamhet och utställningar. Det behöver inte vara att ersätta hela sin lokala verksamhet med en digital sådan, utan arbetet kan vara att framhäva utvalda delar av

verksamheten för att exempelvis betona och lyfta kärnvärden, tillgängliggöra information och kunskap och att samarbeta med andra aktörer. Digitaliseringsarbete kan alltså vara att digitalisera sina arkiv och samlingar, skapa digital programverksamhet samt att ha sin huvudsakliga kommunikation på sociala medier och hemsida. Museernas tidigaste försök till digitalisering kan spåras ända till 1960- och 70-talen.

I regeringens proposition *Kulturarvspolitik 2016/17:116* kallas det informationsdigitalisering när information omvandlas till digital form, och sägs vara en del av det arbetssätt som man dittills fokuserat på för kulturarvssektorn (s. 182). Man betonar effektivitet som ett eftersträvnansvärt resultat för en sådan process och arbetar även efter det höga målet att Sverige ska bli föredömligt och ”bäst i världen” på digitalisering för kulturarvssektorn. Med det i åtanke så står den medskapande aspekten av det gemensamma kulturarvet högt: den medborgerliga rättigheten att delta i förvaltandet av sitt kulturarv underlättas mycket av digital tillgänglighet och, som Riksantikvarieämbetet uttrycker det, ”leder till förändrade perspektiv på museernas roll som förvaltare av samlingar och till en mer utåtriktad roll med förändrad attityd gentemot en bredare publik” (Riksantikvarieämbetet, 2016, s. 44). I fallet med coronapandemin har denna roll blivit ännu tydligare, och uppdateras än, när den digitala kommunikationen blivit det främsta medlet att tala till och attrahera besökare.

Med möjligheten att nå en bredare publik än tidigare får museerna också en chans att granska sitt befintliga material. Det som tidigare samlats till arkiven baserat på traditionella arbetssätt får i digitaliseringsprocessen möjlighet att betraktas med nya perspektiv i en samtida kontext, och kan därmed revideras, berikas eller kompletteras. Det öppnar också upp för möjligheten att upptäcka luckor och ofullständighet i befintliga samlingar. Likaså gäller för de arbetssätt man haft inom programverksamheten där utställningar, vandringar och visningar nu måste omvärderas och anpassas, varpå nya tillvägagångssätt för att belysa ämnen och teman behöver tas fram. Precis som att museiarbetet förändras till följd av digitaliseringen så utvecklas även de tekniska förutsättningarna, och med dem utvecklas också nya kanaler för uttryck av kulturarv (Kvan, 2008, s. 311). Digitalisering innebär således nya möjligheter till att samtidsanpassa museernas utbud, men väcker också nya frågor att arbeta med. Det kan gälla frågor om expertis, autenticitet och passivitet respektive aktivitet i dialogen med publiken, samt ärenden gällande säkerhet och skydd för det material som förvaltas.

5. Teori

Uppsatsens teoretiska ramverk utgår från ett kritiskt kulturarvsperspektiv, som betonar hur makt och kunskap står i relation till förvaltning av kulturarv. Med rötter i mediastudier kommer uppsatsen utöver det kritiska kulturarvsperspektivet granska mötet mellan gamla och nya arbetssätt, och undersöka processen för museernas digitalisering under coronapandemin med analytiska perspektiv som fokuserar på deltagande och mediekonvergens.

5.1 Kritiskt kulturarvsperspektiv

För att kunna besvara uppsatsens frågeställningar kommer den ta avstamp i kritiska kulturarvsstudier, och mer specifikt i Laurajane Smiths kritik mot vad hon kallar *Authorized Heritage Discourse* (AHD) och dess bevarandeideologier. Detta för att kunna upptäcka ramen för vad som konstituerar museibranschen och dess syften, och betrakta det i relation till diskursanalys som metod. Inom ett kritiskt kulturarvsperspektiv ryms ett postmodernistiskt förhållningssätt som är värdefullt att se till för att förstå den utveckling kulturarvssektorn genomgått historiskt, men kan också appliceras på den förändring med digitalisering som man står inför idag. I stora drag är det postmodernismens skepsis mot universell kunskapsordning som är relevant för det kritiska kulturarvsperspektivet. Man vill ifrågasätta eurocentriska hierarkier och tolkningsföreträden av personer med ansedd expertis som i huvudsak dominerat kulturarvsdiskursen. Genom att verka för att fler röster och perspektiv ges utrymme i kulturarvsdiskursen kan man på sikt bryta den etablerade diskursen, genom vad Tim Winter kallar ett post-västerländskt format (2013, s. 542). Vidare använder Eilean Hooper-Greenhill begreppet post-museum, och syftar på museet som inte längre beroende eller definierad av en byggnad utan som ett koncept av process eller upplevelse (2000, s. 151–152). Med det sagt inte att det förlorat sin institutionella roll för kunskapsproduktion, men ett fokus som lämnat vikten av materialitet där Hooper-Greenhills teori menar att post-museet karaktäriseras av att fler röster ska få höras, och föremål bevaras och vårdas snarare än att övervägande endast insamlas (ibid.). Vad gäller en digitaliseringsprocess ökar alltså möjliggörandet för en bredare allmänhet att ta del av museernas utbud i en post-musealt stöpt form. En form som genom teknikens framfart de senaste tjugo åren rymmer fler faktorer än de Hooper-Greenhill presenterade under tidigt 2000-tal, men ett betydelsefullt begrepp som en del av det tidiga kritiska kulturarvsperspektivet.

Smith hävdar att UNESCOs Världsarvskonvention, *Konventionen om skydd för världens kultur- och naturarv*, från 1972 i stort ligger till grund för de idéer och tankar om att det finns universella värdesätt för att bedöma kultur-, natur- och världsarv (2006). Detta befäster däri-genom etablerade arbetssätt inom kulturarvssektorn, som skapat den diskurs som skulle vara i auktoritär maktposition, AHD. Diskursen styr sedermera hur alla inom denna givna ram pratar, tänker och använder kulturarv och således underminerar alternativa synsätt och definitioner av kulturarv (s. 11). Detta skapar i sin tur bevarandeideologier som Smith menar fränkopplar kulturarvet från samtiden, till att bara tillhöra det förflutna. Det förstärks med den hierarki som endast tilldelar ”experter” rätten att tala om kulturarv, vilket således också befäster vilka som *inte* kan uttrycka sig, eller vars röst inte anses giltig nog (s. 12). En annan gemensam nämnare för bevarandeideologier inom AHD är expertisens bedömning att kulturhistoriska värden finns i materialitet, och därmed förespråkar arbetssätt för att konservera och bevara det materiella. När dessa praktiker återfinns i exempelvis Världsarvskonventionen är de framtagna ur västerländskt, eurocentriskt perspektiv vilket många gånger leder till att icke-västerländska kulturarv formateras enligt den eurocentriska blicken. Detta riskerar i sin tur att förvränga synen på kulturarvet till någonting det inte är och riskerar att förlora värde och autenticitet för lokala såväl som internationella besökare. Denna blick och formatering har präglat mycket av 1900-

talets kulturarvsbruk både internationellt och i Sverige och har sina rötter i en kolonial världsordning.

Laurajane Smiths kritik och precisa definition av den dominerande kulturarvsdiskursen AHD presenterades ungefär samtidigt som *Konventionen om trygghet av det immateriella kulturarvet* som antogs av UNESCO under 2003. Detta erkännande och samstämmiga definition av immateriellt kulturarv var betydande för att öppna upp för ytterligare diskussion om kulturarvsdiskursens ramar och begränsningar, och ett led i att omformulera kulturarvsfältet efter påtryckningar i branschen med önskemål om inkludering och representation (s. 1–6). Det här har lett till ett skifte som möjliggjort en bredare kritisk förståelse av AHD, bland annat inom akademiska utbildningar inom det som internationellt kallas *Critical Heritage Studies*. Genom att allt mer frågå praktiker där värdering och definition helt lämnas åt expertis med det materiella i fokus, bjuds allt oftare allmänheten in, marginaliserade grupper lyssnas till, och mindre aktörer erbjuds ta mer plats i ett tillåtande klimat. Med det sagt är det inte ett faktum att det blivit så, men är en målsättning som tydligt präglar det kritiska kulturarvsperspektivet.

I Sverige kan vi se effekter av skiftet från ett av expertis dominerande inflytande på museisektorn, till ett demokratiserat och mer inkluderande fält, genom att studera regeringens kulturarvsproposition från 2017 jämfört med tidigare utgåvor. I 2017 års *Kulturarvspolitik* betonas den identitetsskapande aspekten av kulturarv genom begrepp som gemenskap, demokrati, identitet och nationella minoriteter. Här ser vi en tydlig skillnad gentemot 2009 års *Tid för kultur*, som knappt ens särskiljer kultur från kulturarv och har ett mer traditionellt fokus på hur etablerade aktörer ska hålla öppna dialoger om representation och inkludering. Jag vill mena att en så enkel skillnad som i hur kulturarvspropositionerna de senaste 10–15 åren formulerat om inflytande från allmänheten och inkludering talar för en utveckling i linje med det allt mer etablerade kritiska kulturarvsperspektivet. Hur man på politisk ledningsnivå i Sverige talar om och uppfattar kulturarv påverkar sannolikt de beslut som har tagits och de styrdokument som rör museernas digitalisering, både före och under coronapandemin, eftersom de i mångt och mycket speglar det samtida samhället.

5.2 Deltagande och mediekonvergens

Medieforskaren Henry Jenkins skriver i boken *Konvergenskulturen: Där gamla och nya medier kolliderar* från 2006 om hur tekniska förutsättningar och utvecklingar gör att gamla och nya medier sammansmälter, konvergerar, och skapar nya kreativa funktioner. Alltså står inte teknikens frammarsch som sådan i fokus i Jenkins konvergensteori, utan istället "[...] ett kulturellt skifte där konsumenten uppmuntras att söka ny information och foga samman innehåll från olika medier" (s. 15). Denna sammansmältning skapar inte bara nya funktioner och nya plattformar utan också fler, utforskade och starkare relationer mellan etablerade aktörer och dess betraktare, de civila medborgarna, som skapar utrymme för dialog och utbyte på helt andra sätt än tidigare. Därmed skapar nya medieklimat rent generellt en samexistens av uttryck som gör

att exempelvis ett museum inte kan verka digitalt utan att lyssna på mottagaren eller besökaren, vars röst blivit så viktig också som en del i uppluckringen av *Authorized Heritage Discourse*, AHD. Således är det inte enbart medier som närmar sig varandra utan även de relationer mellan avsändare och mottagare som luckrar upp hegemonier när nya kontaktytor och en deltagarkultur uppstår.

Vid tiden som *Konvergenskulturens* första upplaga kom ut (2006) hade Jenkins ännu inte upplevt format som exempelvis den sociala medie-plattformen och bilddelningsapplikationen Instagram. Men det han talade om går i linje med hur vi kan se formatet användas i samhället idag, där medborgarna har gått från att vara mottagare av budskap till att själva bli producenter vars åsikter är viktiga för företag och myndigheter för att de ska kunna skapa tillfredsställande innehåll och verksamhet. Vidare framhåller Jenkins att samtidigt som den civila samhällsmedborgaren fått ökat inflytande i de nyare medierna så ökar också koncentrationen av budskap i alltmer strida strömmar, vilket ökar konkurrensen mellan etablerade avsändare som alla vill synas mest, höras mest och ha mest kontroll (2006, s. 109–113). Därigenom kan man påstå att det finns konkurrens mellan mediebolag, företag, myndigheter och gräsrotsrörelser, där de senare bevakas av de större aktörerna som sedermera använder gräsrotsrörelsernas trender i kommersiella syften. Utifrån dessa premisser anar Jenkins tendenser som både motsätter och samverkar, där traditionella och etablerade medieformer fortfarande är de som har kontroll över medieformaten, men där upphovsrättsliga frågor har behövts omformuleras då avsändarna inte längre kan kontrollera hur material används. Det kanske mest utmärkande är dock hur det digitala utmanar tidigare gränser för information och kultur samt hur samhället idag förlitar sig på det digitala i termer av bildning. Det vill säga, hur nya medier genererar nya uttryck för kunskap, kultur och som i fallet med den här uppsatsen – kulturarv (s. 209–217).

Precis som att Jenkins menar att terminologin kring deltagarkultur skiljer sig från tidigare föreställningar om vad mediekonsumtion är, kan man också ana detta skifte inom kulturarv. Detta är något som Elisa Giaccaradi framhåller i frågan om deltagande till följd av en digital kultur genom sociala medier och digitalisering. Även hon talar om hur den nya tidens medier karaktäriseras av gräsrotsaktiviteter som styrande i trender, förväntningar och efterfrågan. Hon menar att kulturarvsinstitutioner förväntas använda sig av ny teknik för att kunna möta publiken där de finns, och att uppmuntra sina besökare till att interagera med kulturarvet på detta nya sätt (2012, s. 2). Detta leder till en deltagande kultur och klimat som framhäver ett samhällsengagemang och lämnar därmed det individuella uttryckets fokus, och bidrar till en känsla av kollektiv gemenskap och samhörighet (ibid.). För museernas del har detta deltagande blivit helt centralt under pandemin. Utan att veta vad publiken vill ha och önskar sig blir det svårt att producera innehåll och utbud. Man förlitar sig på den feedback som kommer genom sociala medier, webinarier och livesända vandringar och visningar för att kunna utvärdera och konstant utveckla sitt utbud. Rent kommunikativt har man lämnat de äldre mediernas envägskommunikation och genom en konvergens av medier öppnat upp för en tvåvägskommunikation där båda parter försörjer och är beroende av varandra.

6. Metod

Uppsatsens metod bygger på kritisk diskursanalys och semistrukturerade intervjuer.

En kritisk diskursanalys används i uppsatsen för att undersöka och analysera samtal om digitalisering i museivärlden och försöka ringa in klimatet i den offentliga debatten idag, som en lägesrapport och för att kunna redogöra för hur maktfördelning inom museisektorn traditionellt sett ut och utläsa ”vem som bestämmer”. Genom att granska förändringar i samtalsförande baserat på språkbruk och intertextualitet kan man skapa förståelse för de kontexter som samtalet förs i. De dokument som styr museiverksamheter är en viktig del av detta samtal. Enligt Norman Fairclough är diskursen både konstituerad och konstituerande, vilket betyder att den aktuella diskursen formas av olika sociala strukturer, men bidrar också till att forma och stöpa den sociala strukturer den verkar inom och kan vara baserat på normer eller sociala indelningar inom hierarkier (Fairclough, 1992). Således blir den kritiska diskursanalysen ett passande verktyg för den här studien, i kombination med ett teoretiskt kritiskt kulturarvsperspektiv som också vill granska hierarkier inom yrkesfältet. Därmed har både uppsatsens teori och metod sitt ursprung i den marxistiska tradition som granskar sociala förhållanden och dikotomier, exempelvis mellan klasser (Winther Jørgensen & Philips, 2000, s. 69). I uppsatsens fall handlar det om sociala förhållanden mellan yrkesgrupper och den bredare allmänheten, men också från andra samhällseliga påtryckningar genom exempelvis politisk styrning ner till verksamhetsnivå för museerna.

Det semistrukturerade intervjuformatet ger en möjlighet att undersöka erfarenheter och upplevelser hos anställda i museisektorn, genom deras egna utsagor. Det syftar till att ge analysen ytterligare nyanser och djup som jag menar är unikt för intervjuformatet. I en semistrukturerad intervju kan man utgå från frågeområden snarare än låsta, färdiga frågor och metoden är flexibel samtidigt som den kan möjliggöra en jämförelse mellan olika svar på samma frågor.

6.1 Kritisk diskursanalys

Metoden kritisk diskursanalys förekommer ofta inom både kulturarvsstudier samt mediastudier och har därför valts för denna uppsats som rör sig tvärvetenskapligt genom båda områdena, samtidigt som den vill undersöka frågor som rör makt, kunskapsordning och kommunikativa aspekter.

En diskurs består av fixerade betydelser som tillkommit genom att de *artikulerats*, hur man pratar och kommunicerar om något, och sedan accepterats inom diskursen som sedermera fastställts genom just själva användandet av de artikulerade betydelserna. Vidare har artikulation en betydelse på engelska (articulation) om hur olika språkliga delar sammankopplas sinsemellan. Den begreppsanvändning som står utanför en diskurs kallas för *det diskursiva fältet* och innehåller allt det som den givna diskursen utesluter, eftersom den eftersträvar stabilitet och entydighet (Winther Jørgensen & Philips, 2000, s. 32–34). Således riskerar det diskursiva fältet,

som består av rörliga tecken i alternativa diskurser, att skada entydigheten. Att få övertag och dominans är enligt Winther Jørgensen och Philips något alla diskurser eftersträvar (s. 32), och för kulturarvsfältet kan man se att det som Laurajane Smith kallar *Authorized Heritage Discourse* alltså länge har lyckats dominera. Alltså är kritisk diskursanalys ideologikritisk och ämnar dekonstruera ideologier för att synliggöra maktordningar. Den rör sig därmed i ett post-strukturalistiskt fält när det intresserar sig för det som ligger utanför den diskursiva strukturen och hotar diskursens dominans (s. 69–71).

Den kritiska diskursanalysen, så som den formulerades av Norman Fairclough under 1980-talet, bygger till stor del på intresset för att förstå och granska förändring baserat på språkbruk och dess intertextualitet (Winther Jørgensen & Philips, 2000, s. 13). Intertextualiteten innebär att varje text baseras på redan vedertagna betydelser och på så sätt etablerar varje given diskurs verklighetsuppfattning, och denna bryts först när nya sammansättningar och element förs in (ibid.). Det *kritiska* i diskursanalysen bygger på att blottlägga de praktiker som skapar ojämlikhet inom diskursen vars maktförhållanden man granskar, och vill därmed på sikt skapa långsiktig social förändring som strävar efter jämlikhet (Fairclough 1992, s. 11). Man kan säga att den kritiska diskursanalysens essens består av att reflektera kring huruvida studieobjektet genom det språkligt kommunikativa reproducerar eller bryter ett existerande diskursivt tillstånd samt vilka effekter det får på diskursen men också på samhället i stort.

Faircloughs analytiska modell består av tre områden:

- 1) En textanalys, deskriptiv beskrivning av ett uttalande i text/sammanhang
- 2) En diskursiv praktik, tolkning av hur och varför nämnda text producerats
- 3) En social praktik, analys av det sociala sammanhang som nämnda text är en del av (Winther Jørgensen & Philips, 2000, s. 74; Fairclough, 1992, s. 72)

Fairclough understryker att det är väsentligt att den som utför analysen själv väljer ut en tonvikt ur modellen som passar forskningens syfte, snarare än att använda den som ett statistiskt format för alla typer av kritiska diskursanalyser, så länge den valda varianten kan speglas i analysens slutsatser (1992, s. 235, 238). Med det sagt så ska delarna inte isoleras eller uteslutas från varandra, eftersom alla tre områden kommunicerar sinsemellan och är dimensioner som finns i varje given diskursiv händelse. Med detta i åtanke kommer denna uppsats använda Faircloughs modell anpassat till uppsatsens syfte, i en undersökning av utvalda dokument som producerats för digitaliseringsprocesser, samt utsagor genom medier. I diskursanalysen kommer jag att se till deras innehåll, men också begreppsmässiga tendenser i relation till bakomliggande politiska motiv. Inom detta lyfts alltså rent deskriptiva språkliga aspekter (textanalys) som jag upplever bär på en diskursiv praktik. Här har jag valt att betrakta museisektorn som en genre inom kulturvärlden, med en egen diskursiv praktik. När man arbetar med textens egenskaper ägnar man sig också åt att framhäva produktions- och konsumtionsprocesser som alltså är den diskursiva praktiken (Winther Jørgensen & Philips, 2000, s. 74). Således sammanflätas textanalysen

något med den diskursiva praktiken, eftersom de ligger varandra nära och relaterar till varandra. Samtidigt betonar jag i analysen av digitaliseringsdokument under en egen rubrik när den diskursiva praktiken framkommer i texterna, eftersom Faircloughs ramverk förutsätter det, och inte ska antas enbart implicit. Under samma rubrik ser jag även till den sociala praktiken. Målet är att upptäcka mönster i texterna och utsagorna som är relevanta för uppsatsens frågeställningar (Boréus & Seiler Brylla, 2018, s. 313). Således blir det ett fokus på *vad* som sägs och *vad* som står i texten. Här letar man efter specifika och återkommande begrepp, metaforer, intertextuella kopplingar samt likheter och olikheter texterna emellan.

Den *diskursiva praktiken* undersöks genom att urskilja *hur* man inom dessa ramar talar om och uppfattar verkligheten, och utifrån vilka begrepp och mönster man refererar till den upplevda verklighet och kontext man befinner sig i. Detta avspeglar inom vilka förutsatta ramar (diskursen och dess språkbruk) som texten har producerats.

Vidare undersöks den *sociala praktiken*, det vill säga den produktion och reproduktion av idéer som upprätthålls genom diskursiva praktiker. I uppsatsens fall handlar det om att undersöka hur klimatet i museisektorn ser ut i termer av attityder mot förändring och framtidsankar. Emellertid, för att undersöka den sociala praktiken är inte enbart den kritiska diskursanalysen tillräcklig, eftersom elementen i social praktik innehåller diskursiva såväl som icke-diskursiva delar, och därför måste de kombineras med annan kulturteori (Winther Jørgensen & Philips, 2000, s. 75). I den här uppsatsen alltså med ett kritiskt kulturarvsperspektiv i kombination med konvergens-teori.

I den kritiska diskursanalysen av hur digitaliseringen under coronapandemin framstår i medier och samtal blir upplägget något annorlunda än föregående del. Detta eftersom avsnittet ämnar visa ett händelseförlopp med syfte att skapa ytterligare förståelse för hur eventuell digitaliseringsprocess för har museerna sett ut under pandemin. Detta också med hänvisning till Faircloughs uttalande om att forskaren själv anpassar modellen för att passa det aktuella formatet för studien. Här görs istället analysen löpande, med textanalysen i utvalda citat och sammanhang för att skönja diskursiv praktik och vidare social praktik, samt se hur de svarar gentemot det som de analyserade digitaliseringsplanerna visat. Liknande upplägg finns slutligen i den del där resultaten av intervjuerna sätts i en mer komparativ kontext till varandra men också i relation till analyserade dokument, medier och samtal.

Det finns en rad verktyg att använda för textanalysen, exempelvis intertextualitet, interdiskursivitet, modalitet och transitivitet. Jag har bedömt *intertextualitet* och *modalitet* som mest relevanta för uppsatsens syfte och frågeställningar. Intertextualitet betyder att kommunikativa processer alltid refererar till tidigare skeenden. De är inte egna unika isolerade utsagor, utan är delar av en kedja som uppstår element från tidigare, befintliga texter. På så sätt görs texter förståeliga i relation till en större kontext, och det intertextuella elementet speglar historisk förändring

över tid (Winther Jørgensen & Philips, 2000, s. 77–78). I de utvalda dokumenten genomsyras texten av intertextualitet genom att de är beroende av tidigare policys och dokument av snarlik karaktär, som dels bygger på den egna verksamhetens språk och språkbruk, och dels är baserad på verksamhetens relationer till kulturområdets forskning, utveckling och kravställande aktörer. Det refererar alltså alltid till egen förkunskap och vad som är samhälleligt vedertaget. Vidare är modalitet ett värdefullt analytiskt verktyg då det avser hur avsändaren uttrycker sig om något i ett påstående (s. 87). Enligt uppsatsens frågeställningar är sanning en relevant typ av modalitet, där avsändaren förmedlar sitt påstående och sin kunskap som definitiv med litet eller knappt utrymme för ifrågasättande, beroende på om man använder försiktighetsmarkerande ord som ”eventuellt”, ”kanske” eller ”möjligtvis”. Aspekten av sanningsmodalitet menar jag är extra intressant att granska i analysen om de offentliga samtal som förs om museernas digitalisering under pandemin, eftersom denna typ av utsaga tycks delas i syfte att övertyga.

6.1.1 Relevans

Eftersom förvaltning av kulturarv och museer styrs från politisk nivå genom exempelvis Museilag (2017:563) och förklaras ytterligare i tidigare nämnda kulturarvsproposition så är den kritiska diskursanalysen ett bra verktyg för att förstå hur just språket (det kommunikativa), framläggs inom den större kontexten (det samhälleliga). Med det sagt så etableras inte en diskurs genom juridiska bestämmelser, utan genom det sociala samspel som det juridiska kan ha inflytande över. Det är de som är satta att förvalta kulturarv och museer som tolkar texten i dessa förordningar, och är de som ser till att den diskursiva praktiken underhålls och fortlever. Att genom intervjuer få faktisk vittnesbörd från dem som ingår i den praktiska förvaltningen skapar därför en ytterligare dimension för nyanserad analys och diskussion.

6.2 Semistrukturerade intervjuer

Det semistrukturerade intervjuformatet skiljer sig från en helt strukturerad intervju genom att den istället för att vara manusstyrd lämnar utrymme för viss spontanitet och följdfrågor. Detta skapar och bibehåller en röd tråd i samtalet med informanten samtidigt som denne inte behöver känna sig förhörd eller opersonligt bemött. Dock förutsätter den att man är väl förberedd och vet vilka teman som ska behandlas. Det värnar om intervjuens validitet (att det som ska undersökas verkligen är det som undersöks), sparar tid och minskar risken för ledande frågor och subjektivitet från den som intervjuar (Kvale 2014; Alvesson 2011; Bryman 2018). Däremot kan följdfrågor tillkomma baserat på respondentens svar, exempelvis i samband med det som intervjuaren anser vara viktiga svar (Bryman 2018, s. 260). Formatet passar det komplexa och stundtals känsliga ämnet för den här uppsatsen. Det ger en möjlighet att komma närmare upplevelser och tolkningar hos de som faktiskt arbetar och handskas med dessa frågor just nu.

6.2.1 Transparens och reflexivitet

Alvesson och Sköldberg menar att ”reflektion handlar om att fundera kring förutsättningarna för sin aktivitet, att undersöka hur personlig och intellektuell involvering påverkar interaktionen med vad som beforskas” (1994, s. 321). Som en del av det forskningsfält den här uppsatsen är en del av – kulturarvsstudier – är det viktigt att jag som forskare förstår och här förmedlar att jag inte är en objektiv åskådare, utan att jag faktiskt är den som väljer studieämnet och objekten och att min egen personlighet och tidigare erfarenhet speglas i texten och således den intervju som genomförs. Därmed är strävan efter transparens en konstant process under hela uppsatsen, och inte minst under de semistrukturerade intervjuerna. Kvale förklarar denna process som att man hela tiden ska vara kritisk till och medveten om sina egna fördomar för att motverka en snedvriden forskning (2014, s. 298). Stig Sørensen och Carman uppmanar oss inom fältet för kulturarvsstudier att vara reflexiva, självmedvetna och kritiska samt känsliga och kreativa kring hur vi studerar kulturarv, för att vi än på många sätt är i den formativa fasen för forskningsområdet, inte minst när det gäller intervjuformatet (2009, s. 4, 165).

Boréus och Seiler Brylla framhåller att en diskursanalytiker kan stöta på problem i att positionera sig mot sitt material på grund av att hen kan vara delaktig i de diskurser som undersöks, detsamma gäller i intervjusituationen (2018, s. 402). I uppsatsens fall kommer jag som författare och forskare in i intervjusituationen med viss anknytning till museisektorn genom mina studier, ett livslångt intresse för ämnet och erfarenhet av att ha praktiserat på ett digitalt museum. Vidare har jag en yrkesverksam bakgrund som kommunikatör. Jag är medveten om att dessa aspekter kan påverka utfallet och min analys av resultaten. Å andra sidan så är detta specifika ämne inte något jag tidigare arbetat med, vare sig i yrkesliv eller studier, och således kan jag rimligtvis hålla en viss distans till ämnet, de frågor jag ställer och den kritiska diskursanalys som leder fram till resultaten. Därför har jag ansett det vara extra viktigt med förberedelser genom hela intervjuprocessen, exempelvis genom pilotintervjuer där jag kunnat utvärdera min egen insats och för att säkerställa en nödvändig distans. Det bör också tilläggas att omständigheterna och förutsättningarna för uppsatsämnet är extraordinära i den mening att coronapandemin inte har kunnat förutses, och heller inte kan betraktas ordentligt i retrospektiv i förhållande till uppsatsens syfte och frågeställningar.

6.2.2 Material och urval

Eftersom jag i denna uppsats ämnar förstå hur museers digitaliseringsprocess påverkas av coronapandemin är det lämpligt att närma sig de som praktiskt arbetar med dessa frågor på daglig basis, och som med god inblick i museiverksamheter kan bidra till en nyanserad analys för uppsatsen. Samtidigt ska intervjudelen av analysen inte få alltför stor tyngd, utan istället agera som komplement till annat källmaterial. Intervjuprocesserna bör därför inte vara alltför omfattande och tidskrävande sett till uppsatsens begränsningar, ramar och annat analysmaterial. Därför beslutades att tre informanter skulle delta i de semistrukturerade intervjuerna och dela sina subjektiva upplevelser.

Monica Dalen menar att forskaren bör ha så god insikt som möjligt i ämnet som studeras, så att hen genom att plocka ut relevanta informanter, som kan representera olika dimensioner och teman inom studieobjektet, kan göra ett urval som speglar det fenomen som undersöks (2015, s. 55). I förberedelserna för denna uppsats har jag därför sett till att vara så påläst jag kan om olika yrkeskategorier inom museisektorn för att kunna göra så relevant urval som möjligt. Detta beskriver Dalen som en uppsökande verksamhet hos den mindre erfarna forskaren, exempelvis studenten (s. 60). Genom detta angreppssätt är det tänkt att jag som forskare över tid ska skapa mig en uppfattning om fältets ramar och förutsättningar för att sedan kunna kontakta rätt personer för intervjuer. Därför kontaktades studiens informanter inte förrän en bit in i uppsatsarbetet, när jag kände mig någorlunda trygg i mina förkunskaper och hade, som Dalen kallar det, ”spanat in fältet” (ibid.).

Då urvalet är litet kan deras svar inte anses som representativa för hela museisektorn utan får agera som exempel. För att ändå göra det möjligt att täcka flera aspekter av digitaliseringsprocessen under coronapandemin valdes personer ur tre olika yrkeskategorier, snarare än att bara fokusera på en yrkesgrupp och deras upplevelser:

- 1) En digital producent, någon som kan se trenden för digitalisering mer objektivt.
- 2) En avdelningschef för publik verksamhet, någon som har tagit beslut i skuggan av pandemins påverkan på verksamheten.
- 3) En kommunikatör, någon som har behövt arbeta både operativt och nytänkande med digitala verktyg.

Sedermera blev de utvalda informanterna de personer som först accepterade den intervjufrågan som skickades ut till fem personer ur varje vald yrkeskategori från museer över hela Sverige.

Det återges ingen information om den intervjuade personens arbetsplats eller geografiska plats, utan endast dennes yrkesroll. Detta var en avvägning som gjordes efter att jag under min förundersökning skapat mig uppfattningen att frågor som berör nya arbetssätt och konvergerande medier kan skapa en känsla av konkurrens och en vilja av visst hemlighållande mellan parter inom museisektorn, även om det ibland utåt kan framstå som att man gärna delar med sig av nyförvärvade insikter. Tanken var att alltså att de intervjuade personerna skulle känna att de kunde dela eventuell information de kanske inte annars hade delat.

Mats Alvesson menar att det i valet av intervjuobjekt och deras utsagor finns två huvudprinciper att gå efter: representativitet respektive kvalitet. Med representativitet är tanken att urvalet ska göra att man får bredd och variation för att undvika skevhet genom att få en heltäckande bild och resultat (2011, s. 61). Vidare menar han att kvalitetsprincipen, eller *kvalitetsurval* som han

kallar det, istället fokuserar på att informanterna besitter egenskaper som gör dem relevanta för studien som intervjuobjekt (ibid.). Kvalitetsurval menar Alvesson är tacksamt att arbeta med när antalet respondenter är litet, och att det är klokt att låta olika röster få komma till tals och påverka resultatet. I fallet med denna uppsats styrker det valet av intervjuobjekt som arbetar med digitalisering inom museiväsendet, med ett fokus på kvalitetsurval: respondenterna är relevanta för att kunna besvara studiens frågeställningar och urvalet får viss bredd genom att de representerar olika yrkesgrupper. Hade uppsatsen exempelvis bara haft museichefer som informanter hade risken varit att man fått en selektiv bild av situationen, som färgats av deras intresse att framställa sin verksamhet i viss dager gentemot omvärlden.

6.2.3 Forskningsetik

Vetenskapsrådet utkom 2002 med ett dokument innehållande fyra forskningsetiska principer som humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning förväntas följa, vilken denna uppsats således gjort. Dessa principer är informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet. Informationskravet innebär att forskaren informerar respondenten om forskningens syfte och i stora drag om hur undersökningen ska genomföras, med motiveringar om vad forskningsfältet kan tänkas vinna på att studien genomförs, samt eventuella risker (s. 7). Detta hakar i samtyckeskravet som behandlar huruvida deltagaren har rätt att frivilligt bestämma över sin medverkan. Vidare är konfidentialitetskravet till för att deltagarna ska ges största möjliga konfidentialitet och att uppgifterna om dem förvaras i säkerhet. Detta för att i etiskt känsliga fall skydda deltagaren (s. 12). Dalen betonar att detta krav är speciellt viktigt i kvalitativa intervjuer eftersom forskaren och intervjupersonen möts personligen och den senare ska kunna känna sig säker på att dess lämnade vittnesbörd inte kan spåras till avsändaren (2015, s. 27). I fallet med denna uppsats mötte informanterna mig digitalt vilket skapar en gråzon, och därför togs inga risker, utan konfidentialitetskravet tillgodoses som om mötet skedde fysiskt. Vetenskapsrådets sista forskningsetiska princip är nyttjandekravet, i vilken det formuleras att insamlade uppgifter inte används i annat syfte än i anknytning till studien (2002, s. 14).

Kontakten som skedde med samtliga respondenter via e-post utgick från ovan forskningsetiska principer. Vidare hade varje informant inför intervjutillfället fått information om studiens och intervjuens syfte, sekretess och lagring, uppskattad tidsåtgång samt information om uppsatsförfattaren.

6.2.4 Intervjuguide

En intervjuguide menar Alan Bryman ska bestå av de områden och frågeställningar man har till informanten, med syfte att säkerställa att forskaren får den information hen behöver och genom överblick ge utrymme för flexibilitet i de formulerade frågorna (2018, s. 565). Bryman har skapat tio grundläggande råd för förberedelserna av intervjuguiden och inför intervjun som

sådan. Ur dem valdes fyra stolpar som ansågs applicerbara för att underlätta intervjuprocessen:

- Formulera intervjufrågor eller teman på ett sätt som underlättar svar på undersökningens frågeställningar [...].
- Använd ett begripligt språk som passar intervjupersonerna.
- Kom ihåg att notera eller fråga om bakgrundsfakta, till exempel [...] position i organisationen [...] eftersom detta är viktigt för att man ska kunna sätta in hans eller hennes svar i ett sammanhang.
- Att intervju är ett krävande arbete och de studenter som aldrig har gjort en intervju underskattar ibland de personliga insatser som är av nöden. Det är värt besväret att göra några pilotintervjuer [...]. (s. 565–567)

I förberedelsearbetet genomfördes två pilotintervjuer för att jag som forskare skulle få testa intervjuformatet i en verklig situation. I dessa uppstod prövningar kring att våga fråga den tillfälliga intervjuguidens ordning och addera ytterligare frågor i studien, vilket Bryman menar inte är ovanligt utan talar för formatets flexibilitet (s. 563–564). Erfarenheterna som pilotintervjuerna gav upplevdes som nödvändiga för att kunna skapa den slutgiltiga intervjuguiden.

Således var de frågor som ställdes till informanterna i uppsatsens intervjudel av både specifik och generell karaktär, för att skapa kontext kring och förståelse för varje given persons situation. Frågorna behandlar tankar om besökarupplevelsen och digitaliseringens fördelar och nackdelar i relation till informanternas upplevelser under pandemin. För uppsatsens syfte var det också viktigt att fråga hur de själva i egenskap av museianställda uppfattar att digitalisering påverkar den generella uppfattningen av kulturarv. Jag valde aktivt att styra bort från politiska frågor med risk för att tappa informanternas faktiska och upplevelsebaserade vittnesbörd, och riskera gå mot ett mer abstrakt och kontemplerande håll. Den politiska aspekten finns istället att läsa i andra utsagor som används i uppsatsens analysdel.

Den fullständiga intervjuguiden som använts finns att tillgå i uppsatsens bilaga.

6.2.5 Sammanställning och förvaring

Intervjuerna genomfördes digitalt via videosamtalstjänsten Zoom i april 2021. Det innefattade därför både bild- och ljudupptagning, varpå ljudupptagningen var det material som transkriberades och som resultaten och analysen utgick från.

	Yrkesroll	Intervjutid	Antal ord i transkribering
Informant 1	Digital producent	25:58 minuter	3782
Informant 2	Avdelningchef för publik verksamhet	26:43 minuter	4021
Informant 3	Kommunikatör	27:37 minuter	4275
Totalt		1:23:18	12 078
Genomsnitt		27:45 minuter	4026

Figur 1: sammanställning över insamlat intervjumaterial

Materialet förvaras och finns digitalt tillgängligt hos uppsatsförfattaren, lagrad på separat hårddisk.

6.2.6 Resultat

Resultaten av intervjuerna hittas i undersökningskapitlet, punkt 14.

7. Forskningsläge

Idag lever vi i en digital tidsålder, och även om varje generation och tid gärna vill tro att de ligger i framkant och är progressiva så har de föregående troligen också tänkt så. Gällande frågor om museer, kulturarv och digitalisering så går den akademiska diskussionen långt tillbaka, den har inte bara varit aktuell de senaste 10–15 åren utan kan hittas så långt som 30 år tillbaka. Laurajane Smith och Emma Waterton spårar ursprunget till denna diskussion till början av 1990-talet och menar att det vid denna tid uppkom tendenser till att anpassa sig efter vad som kallats computer-mediated communication (CMC), en typ av virtuell kommunikation och gemenskap som baseras på delade intressen snarare än endast rent lokala och geografiska förutsättningar – som i museirummet (2009, s. 119). Kommunikationen som avses här är den gentemot publiken och samhället med kulturarvsaktören som avsändare, och just kommunikationen mellan publik och avsändare är något de betonar som en grundförutsättning för framtidens kulturarvsförvaltning (s. 120). Vidare gjorde Smith och Waterton en tidig förutsägelse när de 2009 siade om sociala mediars vikt och betydelse för allmänhetens känsla av gemenskap kring ett visst intresse, då det via plattformar som Facebook och YouTube skapades ”communities” för kulturarvsrelaterade ämnen (s. 126). Denna typ av tidig diskussion är nödvändig att förstå ur ett genealogiskt perspektiv för att bättre kunna ta del av och problematisera det utbud som finns idag och se ”hur det blev”. Tolv år senare kan man konstatera att även museerna under 2010-talet hittade till de sociala medierna för att delta i och främja denna gemenskap utanför det traditionella museirummet, och att de under pandemiåren 2020–2021 många gånger använder sociala medier som främsta kanal för att nå sin publik.

Antologin *Museums in a Digital Age* (red. Ross Parry) utkom 2010. Den erbjuder en djupdykning i museernas intåg i den digitala tidsåldern och vad detta ”brott” från det fysiska rummet kan innebära för museiupplevelsen. Flera av författarna belyser just kommunikations och informationsaspekten, liksom Smith och Waterton gjorde något år tidigare. Begreppet ”ett museum utan väggar”, ursprungligen myntat av den franske författaren och kulturpolitikern Andre Malraux på 1960-talet, utgår från en idé om att den kunskap och information som ett museum lagrar ska tillgängliggöras för avlägsna besökare. Genom Internet så materialiseras denna tanke, menar författaren Konstantinos Arvanitis, och betonar vidare att museer utökar och anpassar sitt utbud genom Internet och på så sätt förändrar museets ursprungliga natur, vilket gör att hela byggnaden i princip får plats i en byxficka (s. 170). Vid den tid han skrev sitt bidrag till antologin ansåg han att museer inte utnyttjade detta till sin fulla potential och menade att det i framtiden ligger en stor möjlighet i att skapa en tvåvägskommunikation mellan besökare och avsändare, en inkörsport för publikens egen kunskap att nå museets utbud och på så sätt ytterligare förändra museets natur – något som kan betraktas som en postmodernt progressiv tanke (s. 171). Denna tanke om publikdeltagande kultur är inget nytt, enligt Elisa Giaccardi som 2012 utkom med antologin *Heritage and Social Media: Understanding Heritage in a Participatory Culture*. Hon menar att det rent historiskt går att hitta spår av inom exempelvis den litterära sektorn, men att det vi ser idag är resultat av flera sociokulturella och tekniska förändringar som möjliggjort en bred, kostnadseffektiv distribution av information. Inte minst har Internets tillkomst främjat aktiva samtal i kontrast till den tidigare etablerade envägskommunikationen som ”gamla” media ofta bestod av (s. 3–4). För att museer ska vara förtroendeingivande och behålla sin auktoritära status i samhället måste man förstå hur museer situerat sig själva i det sociala medierummet, menar Angelina Russo (s. 145). Detta kan tolkas som en tanke om att man måste skapa särskilda kommunikativa och digitala strategier och inte agera och navigera som privatperson i dessa digitala rum för att fortfarande befinna sig på en hierarkisk skala i relation till den civila besökaren, samtidigt som man skapar ett tilltalande utbud. Ett samtida exempel på detta är en intervju med överintendent Maria Jansén i tidskriften *Utställningskritik*, i vilken hon menar att ”en viktig pådrivande faktor är att det digitala arbetet och den digitala interaktionen behöver värderas på samma sätt som det fysiska av exempelvis våra huvudmän för att det ska vara attraktivt” (Fessé, 2020).

En viktig aspekt när det gäller digitaliseringen av museum och kulturarv är den om autenticitet i det virtuella rummet, i kontrast till det som manifesteras i det fysiska museerummet – det blir således även en fråga om vikten av materialitet. I antologin *New Heritage: New Media and Cultural Heritage* från 2008 beskrivs autenticitet – dess narrativa och materiella förmåga att vara genuint och äkta – av Maria Roussou som en självklar del av det vi kallar kulturarv (s. 230). Men hon beskriver också den paradox av autenticitet som uppkommer när vi kommer i kontakt med ett kulturarv genom en ”virtuell kopia” när kopian refererar till originalet, vilket kan göra att känslan av autenticitet är större hos kopian än hos förlagan (s. 231). Med detta menar hon, med stöd i Diller och Scofidio samt Bonami, att det är *autentiseringen som process* snarare än *autenticiteten* som sådan som bör undersökas, och att det bör betraktas tillsammans med beg-

reppet autenticitet i digitala sammanhang, rent generellt (ibid.). Även Neil Silberman är inne på samma spår och menar att autenticitet och tolkning omdefinieras genom det digitala formatets blotta existens (s. 89). Han menar att det engagemang och bidrag som finns att hämta hos besökaren och publiken och deras olika ”communities” är viktiga att granska när det gäller uppfattningen av kulturarv och huruvida uppfattningen blir tillgängligt för diskussion (ibid.).

Delar av detta underlag kan upplevas daterade för att förstå förutsättningarna för digitalisering idag, men de fyller en funktion såtillvida att de skrevs i ett skede för ”ny media”, eller i själva vaggan för sociala mediers verkliga genomslag. Det bär vissa likheter med hur denna uppsats författas mitt under en förändring och ett accelererat digitalt skifte under coronapandemin. Denna ram för tidigare forskning bidrar till att förstå den mentalitet och utgångspunkt författarna hade när de stod inför något nytt och hade för avsikt att förstå det i relation till sin samtid, precis som denna uppsats gör.

För närvarande pågår ett omfattande samtal kring den typ av frågor som uppsatsen avser behandla och besvara, om hur coronapandemin just nu påverkar kulturarvs- och museisektorn. Flertalet artiklar och pågående forskning har börjat publiceras genom tidskrifter som *Museum Management and Curatorship* och *The Historic Environment: Policy and Practice*. Än kan inte några slutsatser dras, utan det blir något för framtiden att avgöra, men klart står att forskningsfältet har mycket arbete framför sig att se till när hela kulturarvssektorn står inför ett brott mot tidigare arbetssätt och ett nytt normaltillstånd kan vara att vänta.

8. Källmaterial

Uppsatsens källmaterial består av tre delar och är dokumentbaserat, mediebaserat samt upplevelsebaserat genom intervjuer. Dessa tre materialdelar ska komplettera varandra och skapa en bredare bild av bakgrunden för digitaliseringen av museernas utbud både tidigare och i dagsläget, än vad som är möjligt om man fokuserar på en enskild del. Detta för att kunna förstå och betona den komplexitet som digitalisering kan innebära för verksamheter och sedermera samhället i stort, och uppfattningen av kulturarv hos civilsamhället, genom flera olika typer av underlag. Stig Sørensen och Carman belyser att det inom kulturarvsstudier finns en utmaning i att utveckla en starkare förståelse för den omfattning som fältet består av och att man på sikt behöver utveckla koncisa och utforskande metoder att göra det på (2009, s. 5). För denna uppsats är det mångsidiga urvalet av källmaterial ett steg i den riktningen.

8.1 Dokument

Uppsatsen granskar tre dokument som beskriver hur museer arbetar, ämnar arbeta eller har arbetat med digitalisering, oberoende av pandemin. Detta för att konkret få syn på den diskurs vars innehåll påverkar utfallet, det vill säga den uttalade digitaliseringsstrategi eller digitaliseringsprocess som fanns innan pandemin. Detta utan att gå allt för långt tillbaka i tiden för att

tappa relevans i relation till uppsatsens syfte. Här har jag valt att använda dokument som ligger öppna och lättillgängliga på Internet snarare än att kontakta och efterfråga det hos specifika aktörer. Detta för att det varierar mellan museer och institutioner vad man publicerar officiellt och inte, vilket indikerar på att denna typ av dokument kan vara känsligt material och talar om attityder kring förändring och huruvida man som aktör öppet väljer att dela det. De utvalda dokumenten är:

- 1) Digitaliseringsplan 2016, Nordiska museet
- 2) Digitaliseringsplan 2016–2018, Tekniska museet
- 3) Digitaliseringsplan 2016–2025, Statens museer för världskultur

Vid analys av dessa dokument har fokus alltså legat på *digitaliseringsprocessen* och dess motiv, snarare än att redogöra för vilka särskilda verktyg, instrument och format som används för ändamålet. Detta för att undvika att bli allt för tekniskt inriktad och tappa relevans för uppsatsens syfte och frågeställningar.

8.2 Medier

Uppsatsen har utgått från samtal som förts i museisektorn gällande digitalisering, pandemi och museer. Detta via nätverk för museer internationellt men främst i Sverige, exempelvis genom organisationen Sveriges Museer men också rapportering från både nationell och internationell nyhetsmedia och branschmedia. Urvalet har baserats på aspekter som har bedömts vara relevanta för uppsatsens syfte och som kan illustrera det händelseförlopp som pandemin inneburit för museisektorn.

Under våren 2021 har det funnits fler samtal, rapporteringar och forum om ämnet än de som uppsatsen behandlar, men som på grund av begränsningar i tid och omfattning inte tagits med i analysen.

8.3 Intervjuer

Ytterligare källmaterial har varit den upplevelsebaserade information och vittnesbörd som ges av informanter i tre semistrukturerade intervjuer, om det eventuella skifte som museisektorn i Sverige genomgår.

9. Disposition

Undersökningen inleds med en redogörelse för museers samhällsfunktioner och vilka kriterier museer kan väntas uppfylla från olika instanser, genom exempel från rapporter och politiska direktiv. Sedan följer en beskrivning genom en tidslinje över hur museer internationellt sett har använt digitala verktyg, samt hur strategier och dokument har varit utformade.

Därefter analyseras utvalda dokument enligt den kritiska diskursanalysens modell, följt av ett avsnitt specifikt om rapportering kring coronapandemin och museers digitalisering i media. Här ingår en beskrivning av vad pandemin inneburit för svenska museer och, i den mån information finns att tillgå, även internationellt. Vidare lyfts samtal som förts om digitaliseringsprocessen av personer som är verksamma i kulturarvssektorn.

Uppsatsens undersökning och analys avslutas med en presentation av resultaten från de semi-strukturerade intervjuerna med tre personer som arbetat med och påverkats av digitalisering på svenska museer.

En avslutade diskussion lyfter de aspekter som framkommit ur analysen.

DEL II: UNDERSÖKNING

Undersökningens två första delar ska skapa en bakgrundsförståelse för de kontexter inom vilka digitaliseringsprocesser verkar. Detta relaterar till det Boréus och Seiler Brylla menar konkretiserar det intressanta för den kritiska diskursanalysen, att ett urval måste göras av undersökningsmaterial för att omfattningen inte ska bli för stor i förhållande till den aktuella forskningens givna ramar (2018, s. 313). Därför kontextualiserar undersökningens första delar det som är viktigt för att förstå de sammanhang i vilka dokument producerats, samtal förts och upplevelser erfarits. Med andra ord, hur museidefinitioner och museernas förväntade samhällsroller påverkar institutionerna och deras verksamheter, samt digitaliseringens historiska framväxt, strategier och politiska bakgrund.

10. Museers definitioner, samhällsroll och syfte

I Sveriges Museilag (2017:563) definieras ett museum som:

[E]n institution som är öppen för allmänheten och som förvärvar, bevarar, undersöker, förmedlar och ställer ut materiella och immateriella vittnesbörd om människan och människans omvärld.

Vidare definierar ICOM (International Council of Museums) ett museum som:

[E]n permanent institution utan vinstintresse som främjar samhället och dess utveckling. Museet är öppet för allmänheten och förvärvar, bevarar, utforskar, förmedlar och ställer ut materiella och immateriella vittnesbörd om människan och hennes omvärld i utbildnings-, fördjupnings- och rekreationssyfte. (ICOM Sweden, 2021)

Hos ICOM framhålls bildningssyftet i själva definitionen, med tonvikt vid att ett museum ska verka utan vinstintresse. I Sverige idag finns emellertid icke-statligt ägda museer, det vill säga privata aktörer, vars fortlevnad är beroende av intäkter där man går med vinst, antingen till företaget som verkar som museets huvudman eller om det är en annan typ av organisation, som stiftelser och ideella föreningar. Exempel på detta är större och etablerade aktörer som Skansen, ABBA-museet, Fotografiska och konstmuseet Artipelag men också mindre verksamheter som bygger på privatpersoners intressen och egna samlingar som i olika utsträckning visas upp för allmänheten. Detta diskuterar docent Klas Grinell i tidskriften *Utställningskritik* (#6 2020), i en artikel med namn "Vad är ett museum?". I artikeln utgår han från det brittiska forskningsprojektet Mapping Museums, som syftar till att kartlägga Storbritanniens verksamma museer mellan 1960–2020, och genom dessa söka en museidefinition vilket visat sig vara problematiskt då det kunnat skilja sig åt från fall till fall. Frågorna man stött på berör ämnen som hur många föremål det behövs för att utgöra en samling, om det bör finnas en plan för hur samlingen förvaltas, och om materiell vittnesbörd kan presenteras utan att bli till en utställning. Grinell beto-

nar vikten av hur det för exempelvis marginaliserade grupper är centralt att bedriva vinstdrivande verksamhet för att alls kunna utöva och visa upp sin kultur. Även hur mindre museers generella överlevnad i stor utsträckning baseras på ideellt engagemang och ”eldsjälars” drivkraft, vilket gör att dessa museer bör betraktas som en del av civilsamhället snarare än offentliga institutioner. Projektet Mapping Museums har kommit fram till att verksamheter som på ett eller annat sätt kan upplevas som museer erbjuder en verklighetsflykt och en ceremoniell inramning som inte går att finna någon annanstans. Min vidare tolkning är att man ur denna inramning och tillfälliga flykt får med sig ett kulturellt och/eller bildande värde som återfinns i offentliga museidefinitioner.

Under 2016 lyfte ICOMs Executive Board vid den årliga generalkonferensen behovet av en ny museidefinition för att fylla luckor i tidigare definitioner. Bland dessa luckor fanns kopplingarna mellan museerna och samhället (ICOM, 2019). Vidare menade man att den dåvarande definitionen inte motsvarade dagens utmaningar och man ville generellt skapa ett tydligare ramverk för vad som ska innefattas respektive uteslutas i en museidefinition (ibid.). En omröstning skulle ske under generalkonferensen 2019, men sköts upp efter invändningar och ifrågasättanden och väntas ske under 2021. Parallellt med detta har ICOM påbörjat en revision av sina etiska regler, vilka ska verka för att stötta det dagliga arbetet på museer världen över. I Sverige arrangerar ICOM ihop med Riksantikvarieämbetet under våren 2021 en samtalsserie som bjuder in museianställda att diskutera och reflektera över dessa frågor ihop med den uppdaterade museidefinitionen. Därefter bjuds de medverkande in till att lämna bidrag och åsikter till den uppdaterade museidefinitionen och det reviderade etiska regelverket. I skuggan av pandemin är det inte otänkbart att vänta sig tillägg och input som behandlar just det området, som sedermera kan komma att påverka hela definitionsfrågan.

När Museilag (2017:563) trädde i kraft under 2017 blev det den första svenska lag att juridiskt samla museiområdet. I den betonas bildningsaspekten genom kulturupplevelser och fri åsiktsbildning och hur det är museernas ansvar att aktivt förvalta sina samlingar genom kunskap, allsidighet och öppenhet. Lagen betonar inte specifikt digitalisering, men däremot att alla ska ha rätt att kunna ta del av verksamheten. I förarbetet till lagen, däremot, genom regeringens proposition *Kulturarvspolitik 2016/17:116* uttrycks det att:

För att det gemensamma kulturarvet ska bli angeläget för alla och för att medskapande och engagemang ska främjas, bör de statliga kulturarvsinstitutionerna i ännu högre grad än hittills använda sig av digitaliseringens möjligheter. (s. 182)

Det här antyder att digitalisering inom kulturarvsområdet dittills hade kommit olika långt i sin utveckling, och att en sådan process bör kunna främja det publika deltagandet som en målbild för framtiden. Men därmed är det också värt att notera att begrepp kring digitalisering sedermera inte lyftes in i lagen, vilket kan betraktas som att det finns tolkningsutrymme för hur ”alla” ska ges tillgång till museernas samlade resurser.

Hur tillämpningen av Sveriges första samlande museilag hade sett ut togs upp av Riksantikvarieämbetet 2019, två år efter att den trädde i kraft. Riksantikvarieämbetet är den myndighet som ansvarar för frågor om kulturarv och kulturmiljö och deras uppdrag kommer från politiskt håll via Kulturdepartementet. Således påverkas deras arbete av politiska målsättningar för samhället i stort. De hade i regleringsbrevet för år 2018 fått i uppdrag av regeringen att följa upp och redovisa hur tillämpningen av museilagen sett ut och utförde utifrån givna direktiv enkätundersökningar samt en workshop med avsikt att fånga upp olika perspektiv genom att diskutera eventuella resultat ”i en brett sammansatt grupp deltagare med olika ingångar i museifrågan” (2019, s. 7, 157). I en fråga om kunskapsuppbyggnad och huruvida samlingsförvaltning integreras i den övriga (musei-)verksamheten framhölls digitalisering och den nya teknikens möjligheter som något som bör tillvaratas och betraktas som en styrka, inte något som konkurrerar med det som man vill ha kvar (s. 162). I rapporten i helhet låg dock ingen större vikt vid just digitalisering som huvudsaklig åtgärd för tillgänglighet, utan som en av många. Där emot, i granskningen av museilagens femte paragraf som anger att den publika verksamheten vid ett museum ska vara kunskapsbaserad samt präglas av allsidighet och öppenhet, visade enkätundersökningen en skillnad i kunskap om museernas besökare. Där 42% av tillfrågade museer menade att de ”följer upp om [de fysiska] besökarna upplever verksamheten som allsidig och öppen för olika perspektiv” så framgick att det i stort saknas kunskap om digitala besökare som alltså inte mättes och inte fördes statistik på (s. 28–29). Att mätningar inte gjordes menade man berodde på att det inte finns efterfrågan om detta från de myndigheter eller huvudmän som har till uppgift att följa upp verksamheten (ibid.).

I en rapport från 2016 om kulturarvsarbetet i samhällsutvecklingen menar Riksantikvarieämbetet att digitala arbetssätt ”leder till förändrade perspektiv på museernas roll som förvaltare av samlingar och till en mer utåtriktad roll med förändrad attityd gentemot en bredare publik” (Riksantikvarieämbetet, 2016, s. 44). Detta belyste man i relation till att museer i allt högre grad förväntas bli inkluderande platser för innovation, möten, kunskapsutbyten och debatt om samhällsutvecklingen (ibid.). Att museet som mötesplats spelar en väsentlig roll i samhället tas upp av Bohman och Lindvall i boken *Museer och kulturarv*. Det är en bok som skrevs för närmare 20 år sedan men som kan ses som ett tidigt exempel som erbjuder nyanser till museidefinitionen. Bohman och Lindvall menar att museer har speciella förutsättningar för att vara mötesplatser mellan olika samhällsgrupper, olika ämnen, verksamheter och synsätt genom utvecklandet av mångsidiga arbetssätt som är värdefulla arv att bygga vidare på (2003, s. 89). Detta genom att man ofta har flera olika kunskaps- och upplevelserelaterade verksamheter som enas under samma tak; kunskapsbanker, forskning, rekreation och kunskapsförmedlare. En mångfacetterad roll för möte med andra och med det samlade finns också inom dess breda variation av presentationsformer: dramatiseringar, visningar, filmer och studiecirklar. Det är genom utåtriktade och lyhörda museiarbetare som den tidigare och traditionellt passiva museibesökaren kan bli en aktiv deltagare när hen ges möjlighet att genom det materiella engageras på fler sätt än det visuella betraktandet, menar Bohman och Lindvall (s. 91). Vilka drivkrafterna för detta skifte än må vara, så menar också Henry Jenkins att inbjudan till deltagande från högre instanser

förändrar branschens sätt att fungera och civila människors syn på sina relationer till dem (Jenkins, 2012, s. 252). Det är detta som skapar samhällsförändrande paradigmskiften. Även om digitaliseringen av museer inte var så omfattande vid den tid som *Museer och kulturarv* skrevs, går tanken att applicera på den process som pågått sedan författarnas uttalanden. Denna aspekt togs också upp som framtidsspaning med titeln *Känn dig som hemma med framtidens museum*, som författades av intresseorganisationen Riksförbundet Sveriges Museer under 2016, i vilken man ville inspirera till förändring och sporra till utveckling. Under ett avsnitt som behandlar social inkludering betonas museernas roll i samhällets kulturella infrastruktur för alla samhällsgrupper, och man skriver att museernas uppgift är att ”vara mötesplatser, tillgängliga för alla, med utrymme för olika perspektiv och tolkningar” (s. 18). Inom ramen för deras tillgänglighetsmodell görs ett likamedstecken mellan digitalisering å ena sidan, och tillgänglighet och skapande å den andra. Samtidigt belyser man också att digitalisering kan skapa ökade klyftor mellan dem som får ökad tillgänglighet och dem som hamnar utanför den. Som strategier för framtiden menar Sveriges Museer att de ska bevaka museisektorns intressen för struktur för digitalisering för att just öka kunskapen om digitaliseringens svårigheter (s. 11–12). Med devisen ”känn dig som hemma” kunde de omöjligt veta att man bara några år senare skulle behöva skapa förutsättningar för att bokstavligen arbeta för att museer ska upplevas och fungera som digitala mötesplatser i hemmamiljö. Framtidens museum uppstod kanske snarare än vad någon vid den tiden kunnat tro.

11. Digitaliseringens politik och strategier

Museernas tidigaste försök till digitalisering kan spåras till 1960- och 70-talen. Då gjordes insatser främst i fråga om digital katalogisering i takt med att övriga samhället långsamt började datorisera och organisera informationsflöden (Williams, 2010, s. 15–20). Under dessa decennier var datorer mycket kostsamma och därför också statussymboler, inte minst för de få personer som kunde manövrera dem. Datorer upplevdes på många sätt i västvärlden av museiarbetare som ”elektroniska ymnighetshorn” som skulle leda till rikedom, makt och en lösning på museiorganisationens många potentiella problem (ibid). Med tiden var det också stora och välfinansierade institutioner, exempelvis Smithsonian Institution, som kom att bli grundande och ledande inom skapandet av de digitaliseringsprogram och datorverktyg som finns tillgängliga än idag. På 1980-talet gjorde hemdatorn sitt intåg och användandet av datorer hos myndigheter och företag blev mer allmänt förekommande. Samhällsutvecklingen i västvärlden etablerade under denna tid grunden för effektiviserande dataverktyg och för museerna innebar det en digital utveckling av existerande katalogisering, men nu också dokumentation med fokus på inventering och noggrannare underhåll av samlingarna (Roberts, 2010, s. 24). Parallellt med detta etablerades under slutet av 1980-talet den teoretiska inriktningen ”New Museology”, vilken uppmanade museer att använda sig av ny kommunikation och nya uttryck för att befästa sina sociala och politiska roller i kontrast till de tidigare klassiska, samlingscentrerade museimodellerna (Stam, 1993). Rent praktiskt närmade sig den nya museologin teman gällande aktiva museer och fokus på att stärka gemenskap (Walsh, 1992, s. 161–162). Med tiden förutsatte detta nya kommunikationskanaler där folkkultur och konvergenskultur blev en del av det muse-

ala. Det kom att möjliggöras främst av Internets intåg under 1990-talet, som började synliggöra de emellanåt outtalade strukturer som museerna tidigare verkat inom, genom ökad tillgänglighet av information och nya kontaktytor för både museiprofessionella och civila (Jenkins, 2012, s. 141; Roberts, 2010, s. 26). Från millennieskiftet och framåt började museiverksamheter ha ett mer konstant informations- och tillgänglighetsfokus i jämförelse med hur man arbetade tidigare (Roberts, 2010, s. 27). Inom detta har också utvecklats en tydligare bildningsaspekt där teknologins framfart fått leda vägen för nya, innovativa och pedagogiska medel. Klaus Müller menar i antologin *Museums in a Digital Age* (2010) att museer sedan millennieskiftet har ändrat fokus från objektbaserade till berättelsebaserade utställningar, men att fokus på det ”autentiska” objektet fortfarande har varit bestående. Detta, betonar han, är en av anledningarna till att museer så sällan ställer ut kopior av föremål. Trots omfattande digitala investeringar så kämpar museer fortfarande med utmaningarna kring frågor om autenticitet och verklighet när det handlar om digitala och virtuella representationer (s. 296–297). Digitalisering i linje med dagens fokus på frågor om ”communities” och informationstillgänglighet ställs alltså inför en rad utmaningar som måste bemötas.

Nanna Bonde Thylstrup menar i sin bok *The Politics of Mass Digitization* från 2019 att massdigitaliserande projekt i hög grad är politiska (s. 4). Dock inte nödvändigtvis i den mening att de direkt skulle överföra den politik som analoga institutioner har till den digitala sfären, utan snarare så uppmuntrar massdigitalisering ett paradigmskifte för kulturarvsfrågor (ibid.). Detta skulle kunna vara att vi ser befintlig teknik och samhällsåskådning i kombination med nya kunskapsideal, vilket skapar möjligheter för att lyfta in fler och nya perspektiv i kulturarvsfrågan. Vidare menar Bonde Thylstrup att vi för att kunna förstå den politiska aspekten av digitalisering inte ska betrakta digitaliseringsprocesser som en förlängning av den redan befästa och rådande kulturpolitiken, utan som framväxande sociopolitiska och i viss mån även socio-tekniska fenomen som presenterar nya former för den kulturpolitik vi känner idag (s. 4–6). Bonde Thylstrups bidrag till det akademiska samtalet erbjuder ett mer samtida och kritiskt reflekterande förhållningssätt till digitaliseringens möjligheter och konsekvenser. Det är tydligt att boken är skriven i en tid då hon kunnat följa digitaliseringens förlopp och skriver med ”facit i hand”.

Tidigt under 2011 fick Riksarkivet ett uppdrag av regeringen att inrätta ett samordningssektariat för digitalisering, digital förmedling och digitalt bevarande, vilket blev grunden för verksamheten Digisam. Digisam består idag av 22 kulturarvsaktörer, med ett sekretariat som tillhör Riksantikvarieämbetet, vars mål är:

[A]tt skapa gemensamma digitala lösningar som gör kulturarvet enklare och lättare att ta till sig [...]. Genom att arbeta tillsammans kan de medverkande aktörerna dra nytta av varandras styrkor, dela erfarenheter samt finna skalfördelar och effektiva gemensamma processer. (Digisam, 2021)

Man tog tidigt fram vägledande principer tänkta att vara långsiktiga stöd i digitaliseringsprocesser, utifrån vilka Riksantikvarieämbetet själva reviderade sina riktlinjer för digitalisering av kulturarvsmaterial under 2015 (Riksantikvarieämbetet, 2015). Totalt har Digisam identifierat 14 principer som mest väsentliga för digitaliseringsprocessen, och de presenteras under fyra rubriker: styra, producera, använda och bevara. På sin hemsida skriver de vidare att ”principerna är inga instruktioner eller checklistor, utan beskriver snarare hur du som jobbar med digitalisering bör förhålla dig i just dessa frågor” och finns tillgängliga för alla att ladda ner och ta del av.

Ytterligare en betydande insats var när regeringen under 2011 fastställde en nationell digitaliseringsstrategi för de myndigheter som arbetade med att digitalisera kulturarvet. Vid tiden var det 23 myndigheter varav många var museer, både statliga och stiftelsedrivna. Strategin presenterades i dokumentet *Digit@lt kulturarv: nationell strategi för arbetet med att digitalisera, digitalt bevara och digitalt tillgängliggöra kulturarvsmaterial och kulturarvsinformation 2012–2015* (Ku11.015) med Regeringskansliet som avsändare. Det blev således ett format för dessa 23 myndigheter att formulera sina respektive upplägg efter. Vi ser spåren av det formatet hos de museer vars digitaliseringsplaner den här uppsatsen kommer att analysera.

I Sverige finns även forskningsprogrammet DIGARV som grundar sig på ett regeringsuppdrag från 2016 med syfte att främja digitalisering och tillgängliggörande av kulturarvet, samt att stötta och uppmuntra samverkan mellan kulturarvsinstitutioner och forskare (DIGARV, 2021). Forskningen omfattar ett brett spann av forskningsprojekt och teman, bland annat ett om digital repatriering. Digitaliseringsprocesser rör, som tidigare nämnt, upp frågor som tidigare har varit förankrade i fysiska rum och materiella objekt när de översätts till det digitala formatet. Debatten om repatriering är ett sådant ämne, som kulturarvsområdet tidigare varit bekant med. Digital repatriering är ett relativt nytt sätt inom antropologin att återföra och tillskriva intressegrupper egendomar genom detaljerad fotografisk dokumentation som sedan tillgängliggörs elektroniskt. Denna digitala repatriering av artefakter gör det möjligt för grupper som sedan länge förlorat sina tillgångar genom exempelvis koloniala övergrepp att återfå dem. Men det lyfter också frågor om autenticitet, som så ofta när det handlar om digitalisering inom kulturarv.

I mars 2021 gick Riksantikvarieämbetet ut med att man fördelat 10 miljoner kronor genom ett bidrag från verksamheten Kulturarvs-IT till 22 institutioner för digitalisering av samlingar och arkiv. Man menar här att museers arbeten med exempelvis utställningar underlättas genom att samlingarna finns digitaliserade (Riksantikvarieämbetet, 2021). Vidare uppmuntrar Riksantikvarieämbetet till omvärldsbevakning av museers digitalisering och rekommenderar museiverksamma att följa tidskrifter, sociala medier och trender. På en samlingssida på sin webbplats har de sammanställt listor och hänvisar även till kunskapsutbyte genom nätverk och communities, vilket går i linje med de samverkansaspekter mellan institutioner inom digitaliseringsprocesser som funnits sedan man kollektivt började digitaliseringen av museernas utbud (Riksantikvarieämbetet, 2021).

12. Analys av digitaliseringsplaner

För att förstå hur processen likväl som diskursen kring digitalisering har sett ut, och ser ut, i närliggande tid i Sverige har tre dokument valts ut för kritisk diskursanalys. Dessa är Nordiska museets digitaliseringsplan för 2016, Tekniska museets digitaliseringsplan 2016–2018 samt Statens museer för världskulturs digitaliseringsplan 2016–2025. De analyseras kronologiskt för den period de avser täcka. Vidare är de också av varierande omfattning; Nordiska museets dokument består av 39 sidor, Tekniska museets av 7 sidor, och Statens museer för världskulturs av 12 sidor, vilket i viss mån påverkar omfattningen av respektive analys. Som nämns i avsnittet om metodval så görs först en textanalys med visst utrymme för diskursiv praktik, som även analyseras i en avslutande del ihop med den sociala praktiken.

12.1 Textanalys: Nordiska museets digitaliseringsplan, 2016

Dokumentet inleds med en verksamhetsbeskrivning av Nordiska museet med fokus på deras omfattande samlingar av kulturhistoriska objekt och föremål som vittnar om vardaglighet och traditioner i de nordiska folkens historia. Man beskriver att man verkar enligt regeringens riktlinjer för att förbättra bevarandet av samlingarna, och beskriver sig själva som ”ett av Nordens främsta museer när det gäller digital kommunikation om kulturhistoria och kulturarv. Trots detta återstår mycket att göra som förberedelse för nästa kliv i utvecklingen” (s. 4). På så sätt bedömer och befäster man sitt eget anseende vad gäller digital kompetens men förstår också att ”nästa kliv” behöver tas för att utvecklas ytterligare. Syftet med digitaliseringsplanen beskrivs utifrån en femårsperiod inom vilken museet strävar efter att verksamheten ska präglas och stöttas av digitala verktyg och perspektiv, och där målet är att det digitala ”otvunget” ska ingå i museets strategier. Valet av ordet ”otvunget” kan tolkas som att det vid framställandet av planen var motsatsen – tvunget, påtvingat eller möjligen ett nödvändigt ont för att hålla sig aktuell i samtiden. Den digitala utvecklingen i samhället i stort förklaras som den främsta anledningen till digitaliseringsplanens framställning och detta ligger således till grund för en återkommande aspekt av museiverksamheten, nämligen tillgängligheten av museets samlingar. Vidare beskrivs samlingarna som icke kontrollerbara och inte längre avgränsade, som fysiska ting vilka nu rör sig i vad man kallar en gränslös kontext; en där platsbundenhet inte längre är en förutsättning för interaktion (s. 5). Beskrivningen av kontexten som gränslös hänvisar till autenticitetsfrågan och att den tidigare materiella förutsättningen för att uppleva ett kulturarv står inför en förändring som man uppfattar är möjlig att genomgå. Detta bör enligt dokumentet omsättas i praktisk användbarhet med en strategi där besökarnas behov sätts i främsta rummet, vilket kan uppfattas som att behov som rör föremålet och samlingen sätts i andra hand. Både den egna verksamhetsbeskrivningen och det huvudsakliga syftet med utvecklingen redogör för att man vill hålla sig aktuell som institution och uppfylla regeringens riktlinjer, samtidigt som man vill bevara sitt självidentifierade rykte och samhällsposition. Som helhet syftar dokumentet till att vara vägledande för ett digitaliseringsarbete som utgår från en vision och målbild för år 2025 där man bland annat menar att:

- Nordiska museet har öppnat och tillgängliggjort sina samlingar för nya målgrupper och är en förebild när det gäller digital presentation och kommunikation av kulturhistoria och kulturarv.
- Verksamheten inbjuder till dialog och delaktighet och attraherar en bred publik. Museet är en självklar arena för alla som vill ta del av och dela med sig av kulturhistorisk kunskap och information.
- Den digitaliserade samlingsrelaterade informationen förvaltas i ett öppet, standardiserat och integrerat ekosystem. Informationen publiceras på många arenor.
- Samlingarna är *tillgängliga* (öppna och lätta att nå), *användbara* (väcker nyfikenhet och lockar till användning) och *angelägna* (berör och berikar). (s. 9)

I dokumentets syfte och visionära målbild går alltså digitalisering och tillgänglighet hand i hand som önskad orsak och verkan. Detta förutsätter att man hittar strategier och arbetsätt för tvåvägskommunikation och förståelse gentemot besökaren, en lyhörddhet och möjlighet för besökaren att uttrycka sig. Man skriver att:

Nordiska museet har under flera år arbetat strategiskt med att öka den digitala tillgängligheten till samlingarna och är ledande inom flera områden. [...] Men att bara tillgängliggöra – i meningen publicera – samlingarna är i sig inte nog. Tillgängligheten måste också omsättas i praktisk användbarhet för olika grupper av användare. (s. 5)

Trots tilltänkta strategier för kontakt och kommunikation nämns inte vilka målgrupper man faktiskt vill nå, utöver en önskan att nå ”fler användare och nya målgrupper” (s. 23). Inte heller sägs det *hur* man vill skapa förutsättningar för användbarhet för olika typer av grupper, annat än *att* man vill skapa dem. Detta skulle kunna leda till en icke önskvärd exkludering av grupper som är mindre vana och villiga att hantera digitala plattformar, och som gissningsvis är vana att besöka museibyggnaden, exempelvis personer i de äldre generationerna. Däremot konstaterar man att ”framtidens besökare finns i en digital generation” (s. 11). Alltså positionerar man sig starkt med en framtoning som ledande i samklang med det egna ryktet i framkant vad gäller kompetens och refererar till sin redan existerande digitala närvaro men också sin samhällsbärande funktion som man antar att både samtida, men främst framtida besökare med lätthet ska kunna navigera kring.

I en nulägesanalys av museets digitala insamlingsmetoder uttrycks det att det i huvudsak görs i form av rent informativ envägskommunikation (s. 21). Målsättningen beskrivs som att man vill fortsätta utveckla den nya plattformen Minnen i just detta syfte, och att en sådan plattform i framtiden ska samla in digitala data från exempelvis sociala medier och verka lika samtidsdokumenterande och pålitlig som analog dokumentation för att kunna användas som kvalitetsstarka källor i exempelvis akademisk forskning. En nulägesanalys ger också att ”genom målgruppernas ökade kunskap och kännedom om Nordiska museet – ett resultat av bl.a. kommunikation i sociala medier – lockas fler till att besöka utställningarna, delta i programverksamheter och använda museets digitala kunskapsbank” för att öka en mer dialogstyrd tvåvägskommunikation (s. 23). Sociala medier beskrivs alltså som kraftfulla verktyg med stor potential att ge besökare

kunskap och kännedom om museet. Dessa ska användas med förhoppning om att skapa engagemang och delaktighet hos besökaren, med en ytterligare målsättning att allmänheten ska vilja bidra till museets kunskapsbank med sina egna berättelser och erfarenheter. Några konkretiserade förslag nämns inte, utan ska framställas via temainriktade planer av kunskapsbanken ”där syfte, mål, målgrupp, kanal och effektmål ingår, ska upprättas”, vilket vittnar om att flera kompetensområden och yrkesroller inom enheten behöver samarbeta för att nå dessa mål (s. 24).

Rent språkligt kan man urskilja en stark intention och önskan från Nordiska museet att genomföra en digitaliseringsprocess baserad på återkommande teman om deltagande, engagemang och tillgänglighet. Även om det inte explicit uttrycks så ställs det i kontrast till att man gissningsvis i nuläget inte erbjuder dessa begrepp i önskad utsträckning, och möjligen att man har en historia av att ha förbisett dessa aspekter genom tidigare nämnda envägskommunikation. Intentionerna konkretiseras genomgående genom förslag till att lägga resurser på personal och arbetstitlar som betonar innehållspaketering och praktisk utveckling av befintliga och nya plattformar. Men allra främst är det samverkan med andra institutioner som återkommande betonas i dokumentet. Det framstår som genomtänkt enligt devisen att ”ensam inte är stark” när man framhåller att museets strategi och plan för att digitalisera och tillgängliggöra kulturarvet ”grundas på en bred och framgångsrik samverkan med över 200 kulturarvsinstitutioner från olika delar av Norden och andra delar av världen” vilket också genomgående framställs som en nödvändighet för att nå framgång med digitaliseringsarbetet (s. 11).

I digitaliseringsplanen förklaras att samlingsförvaltningen hittills har varit i stor grad behovsstyrd utan egentlig övergripande målbild, varpå den utsträckning som samlingarna har digitaliserats kan variera stort (s. 19). Därför ska insatser göras, med bland annat framställandet av en modell som ska avgöra den mest effektiva metoden för samlingars digitalisering generellt. Ur detta kan tolkas att den enhet som arbetar med samlingsförvaltning kommer behöva kompetensutvecklas och rent operativt behöva omstruktureras, vilket skulle kunna leda till en uppdaterad definition av just den yrkesgenren.

12.2 Textanalys: Tekniska museets digitaliseringsplan, 2016–2018

I Tekniska museets digitaliseringsplan förklaras inledningsvis att digitaliseringsplanen tagits fram baserat på regeringens strategi *Digit@lt kulturarv – Nationell strategi för arbetet med att digitalisera, digitalt bevara och digitalt tillgängliggöra kulturarvsmaterial och kulturarvsinformation* (Ku11.015) och att man relaterar till Digisams vägledande principer i sin plan (s. 2). Tidigt redogör dokumentet för statistik över museets samlingar, bland annat 60 000 föremål, 40 000 böcker och 400 000 fotografier. I relation till detta beskrivs att det varje år i snitt tillkommer cirka 300 föremål till samlingarna och att man sedan samlandets start på 1920-talet inkonsekvent katalogiserat och dokumenterat dessa. Vidare beskrivs att detta har lett till interna oklarheter i vad som finns digitaliserat och inte, men man framställer i dokumentet en förteck-

ning över vad man vet att man dittills har digitaliserat. Rent strategiskt menar man att målet inte är att digitalisera hela samlingarna, utan man arbetar istället efter tydliga prioriteringar. Detta pekar dels på en resursmedvetenhet men också ett kritiskt reflekterande över det omfattande arbete en digitalisering faktiskt innebär. Prioriteringarna listas som: efterfrågan, nyförvärv, rariteter, bevarande (om ett föremål skulle vara ömtåligt), aktualitet samt samverkan. Vidare organiseras arbetsdokumentet med rubriker som motsvarar de aspekter som Digisam etablerat för en digitaliseringsprocess: styra, producera, använda och bevara (s. 3).

Under kategorin ”styra” betonas prioritering, fokus och samverkan, där man årligen vill skapa handlingsplaner för aktiviteter gällande digitaliseringsprocessen, något som skapar kontinuitet och regelbunden självreflektion med möjlighet till ständig utveckling. Man specificerar inte i någon större utsträckning men menar att dessa typer av aktiviteter ska vara förankrade i övrig verksamhetsplanering, och det kan antas att dessa handlingsplaner är vad som ska precisera just dessa processer. Ur detta kan det antas att det sedermera leder till en stor mängd dokument med intertextuella kedjor som kommer att referera till tidigare arbete vid varje årlig utvärdering. Avsnittet ”producera” motiveras med en tanke om resurseffektiv och långsiktig digital produktion. Här framhålls en strävan efter att dra nytta av existerande resurser och utrusning för digitalisering genom samverkan, genom vilken man vill upprätthålla de befintliga samarbetena för massdigitalisering med exempelvis Stiftelsen Föremålsvård. Eftersom en ”långsiktig digital produktion” rimligtvis innebär ett omfattande arbete för en verksamhet kan det upplevas som en knapp, och i viss mån otillräcklig, beskrivning av strategi. Det förutsätter att läsaren har tillgång till ytterligare dokument eller material som utvecklar hur man menar att man vill vara resurseffektiv och arbeta långsiktigt.

Vid rubriken ”använda” läggs fokus på att tillgängliggöra digitaliserat material och att helt enkelt öka användbarheten av det. Med detta avses att varje digitaliseringsinsats ska läggas ut publikt på de plattformar där museets besökare rör sig. Detta är bland annat den egna hemsidan, sociala medier och informationssidor som Wikipedia. Här betonar man uttryckligen att detta ska göras i samklang med museets separata policy för digital kommunikation, vilket visar på en förståelse för att sådana insatser kräver specifika strategier och yrkeskunniga inom området för kommunikation (s. 6). Återigen hänvisar man alltså till ytterligare information och dokument som inte finns att tillgå i sammanhanget. Dock beskriver man inte vem den tilltänkta användaren är, eller vad hen kan förväntas ha för digital kompetens eller intressen. Det saknas även inblick i kommunikationsvägen mellan museet som avsändare och publiken som mottagare, annat än att ”Tekniska museet ska använda väl etablerade kanaler för kontakt med omvärlden” (s. 6). Vilka dessa väl etablerade kanaler är framgår alltså inte, och inte heller om dessa kanaler har förutsättningar att höja användarupplevelsen av museets utbud eller om dess tekniska premisser möjligen skulle vara begränsande. En del av fokus kring tillgängliggörandet läggs på att ”länka mellan egen och andras information med koppling till auktoriteter” för att ”den information som museet förvaltar ska kopplas till andra källor för att öka spridning och återanvändning av information” (ibid.). Detta talar för att man värnar om vikten av källhänvis-

ning och i sin tur källkritik i syfte att kunna använda informationen i exempelvis akademisk forskning.

Slutligen, vid kategorin ”bevara” är motivet att långsiktigt förvalta det digitala materialet både tekniskt och kvalitativt. I detta ingår att med god omvärldsbevakning följa den samhällsliga utvecklingen genom politiska, ekonomiska och tekniska aspekter som kan komma att ha inverkan på de årligen sammansatta digitaliseringsstrategierna. I denna punkt betonas ännu en gång vikten av samverkan och samordning, där museets insatser kring digitalisering öppet ska framföras på den egna hemsidan. Kategorin upplevs som välarbetad och transparent i termer av att man öppet förklarar att man har förstått att framgång och en lyckad digitalisering internt är beroende av både samverkan och omvärldsbevakning.

12.3 Textanalys: Statens museer för världskulturs digitaliseringsplan, 2016–2025

Dokumentets inledning redogör för bakgrunden till dess uppkomst vilken är förankrad i regeringens nationella strategi *Digit@lt kulturarv* (Ku11.015). Vidare beskriver man hur Statens museer för världskultur (SMVK) redan 2005 hade som mål att museets alla samlingar år 2015 skulle vara digitaliserade. Sedermera reviderades detta med mål som under åren uppfylldes, men planen rörde bara föremålssamlingar och saknade tydlig struktur och definition av vad digitaliserat material faktiskt skulle innebära (s. 2). Alltså förklarar man att man tidigare varit tämligen ostrategiska om än med goda intentioner som tidsmässigt legat i framkant för utvecklingen inom museisektorn i stort. Vidare beskrivs de fyra museernas (Världskulturmuseet, Etnografiska museet, Medelhavsmuseet och Östasiatiska museet) samlingar uppgå till omkring 500 000 föremål och en miljon bilder. I inledningen förklaras också att man utgår från Digisams 14 vägledande principer för digitalisering och i likhet med Tekniska museet har man valt att organisera dokumentet efter Digisams kategorier: styra (här använder man ordet styrning), producera, använda och bevara. I sina målsättningar för planen nämns långsiktigt bevarande, effektiv förvaltning av samlingarna, ökad tillgänglighet och användning, samt ökad kunskap om samlingarnas kulturella och historiska representationer och kontexter. Man förklarar att man är medveten om den investering och långa process en digitalisering innebär och att samhällets snabba tekniska utveckling kommer innebära regelbunden revidering, varpå man tecknar kort-siktiga mål för 2016–2019.

Under kategorin ”styrning” beskrivs hur verksamheten för digitalisering styrs av myndighetens ledning och utgår från dess övergripande styrdokument, exempelvis regleringsbrev och verksamhetsplan. Detta, i sin tur, görs enligt samhällets kontinuerliga utveckling av bland annat Internet och upphovsrättsliga aspekter. I samma kategori förklaras också att information och kunskap om samlingar förvaltas ansvarsfullt med en prioritering på kvalitetshöjning av metadata som en viktig byggsten i att samlingarna ska vara användbara i syfte att bidra med samhällsnytta. Det betonas tydligt att detta bland annat innebär att ”återföra kunskap och information till samlingarnas ursprungsländer.” (s. 4). Detta talar för en medvetenhet om att man i

samlingsförvaltningen arbetar med föremål och artefakter som bär på kunskap som tillhör andra traditioner än den svenska, att man eftersträvar någon form av inkluderande dialog med ursprungsländerna även om det inte uttrycks i form av något konkret tillvägagångssätt. Som konkret åtgärdsplan för styrning framhålls att man utvecklar sin dokumentationspolicy och processbeskrivning, vilka kommer att förankra digitaliseringsåtgärderna i relation till projekt, utställningar och forskning, med mera. Detta talar för att man har förståelse och respekt för de föremål och dess historia man som myndighet besitter och förvaltar, och att det finns en underliggande samhällsdebatt som syns exempelvis i kulturarvspropositionen från 2017, som betonar den globalt identitetspolitiska aspekten hos kulturhistoriskt värdefulla föremål (2017, s. 65–67). Fortsatt under kategorin ”styrning” menar man att all digitaliseringsverksamhet kontinuerligt ska följas upp och utvärderas. Den ska dokumenteras och kunna delas med andra aktörer för att skapa transparens och erfarenhetsutbyte och i förlängningen även undvika misstag som andra gjort, alltså med en förhoppning om generell kompetensutveckling. Under rubriken ”producera” beskriver man att digitaliseringsprocesser ska bedrivas med största möjliga effektivitet samtidigt som samlingar har olika prioritet och att vissa insatser kräver mer resurser. Vad denna effektivitet skulle innebära mer konkret förklaras inte, men man menar att en digitaliseringsanalys ska göras som grundläggande förutsättning för processen, oavsett prioritetsordning. Den ska kunna redovisa ”av vem, var och hur digitaliseringsinsatser kan genomföras på det mest effektiva och ändamålsenliga sättet utifrån fastställd kravspecifikation.” (s. 5). Detta talar dels för resursmedvetenhet men också att man gjort en inbördes prioritetsordning för att kunna upprätthålla kvalitet. Vad som anses vara kvalitet är dock inget som förklaras utan kan förstås som att det är den tilldelade resursen som ska ha tillräcklig uppdaterad, aktuell kompetens för att kunna avgöra den aspekten.

Innehållet under rubriken ”använda” är det mest omfattande och vittnar om en önskan om hög användbarhet av digitaliserat material, både via Internet men också för besökare till museet. Tidigt beskrivs att publikt tillgängliggörande ska vara en del av varje digitaliseringsinsats baserat på det stora värde som digital information har för samhället i stort. Genom att säga ”stort värde” värderar man alltså digital information högre än annan information. Detta motiveras även med att det möjliggör för allmänheten och externa aktörer att ta del av samlingarna oberoende av var de befinner sig och att det i förlängningen minskar slitaget på museernas föremål (s. 7). Under denna kategori medger man också att tidigare samlingsinformation som fanns via K-samsök var bristfällig, och man listar konkreta åtgärder för att öka användbarheten, exempelvis att lägga ut den på fler plattformar och översätta informationen till fler språk. Även om det inte nämns här så talar detta för den inkluderingsaspekt som tidigare kunnat anas i dokumentet. I samma kategori framhålls också att man eftersträvar en länkning mellan sin egen och andras information. Med detta menas att den egna informationen kring samlingarna ska ”kontextualiseras på ett standardiserat sätt” till information som finns utanför dem (s. 9). Det här menar man ska bidra till återanvändning av det egna materialet och nya möjligheter till att bedriva forskning, genom att öka tillgängligheten och påvisa relevanta kopplingar till externa aktörer. Vidare framhålls att SMVK ”vill underlätta för utomstående att använda informationen.

Så många som möjligt ska använda informationen och vi vill uppmuntra andra att bidra till och förbättra informationen” och att ”detta är angeläget för alla kulturarvsinstitutioner, inte minst för institutioner som förvaltar kulturarv från hela världen.” (s. 9). Återigen uppvisar man ett inkluderande perspektiv och visar att man tar ansvar för de möjligen känsliga frågor detta kan väcka i termer om postkoloniala maktperspektiv.

Under kategorin ”bevara” går man in på rent tekniska förvaltningslösningar för det digitala materialet. Här förklarar man att det inte finns en helhetslösning och att man inte har något system som kan meddela om något av det digitaliserade materialets format skulle visa sig vara oläsbar. Istället menar man att en kontinuerlig omvärldsbevakning är det som behövs för att förstå utvecklingen. För att minimera riskerna att förlora det digitaliserade materialet använder man inte äldre format som exempelvis band, utan av hårddiskar som regelbundet kontrolleras manuellt. Här redovisar man inte om man har tillsatt någon särskild resurs för ändamålet, utan endast att detta ska genomföras i viss utsträckning. Avslutningsvis skriver man att alla digitaliseringsinsatser ska redovisas öppet på de egna webbplatserna som uppdateras av en digitaliseringskoordinator. Detta för att många digitaliseringsprojekt och processer sker parallellt, varpå öppenhet underlättar samverkan med andra.

12.4 Diskursiv praktik och social praktik

Norman Fairclough hävdar att den som studerar ett material bör välja det baserat på möjligheten att granska sociala missförhållanden (social wrongs) eller olikheter (2010, s. 235). Med detta menar han att man bör vända sig till ett studiematerial som står i relation till en praktisk verksamhet, som i detta fall med museernas faktiska och praktiska verksamheter, men som också av forskaren kan anses vara mer eller mindre utforskat, för att försäkra sig om att analysen görs i relation till de eventuella problem som förekommer i den samtida som studeras (ibid.). Trots detta explicita råd från Fairclough menar Boréus och Seiler Brylla att bland den kritik som kan riktas mot den kritiska diskursanalysen är att den med få undantag dekonstruerar samtida politiska och sociala strukturer, vilket kan riskera att cementera de analyserade maktstrukturerna (2018, s. 341). Genom att ha gjort den kritiska diskursanalysens primära steg: textanalysen, och att närläsa, tolka och beskriva de texter som valts angående digitalisering hos museer i närliggande tid, har jag kunnat närma mig den diskursiva praktik inom vilka de har producerats och konsumerats i en samtida kontext – av museiprofessionella, för museiprofessionella. Inom museisektorn framhålls motiv för digitalisering och samling och ett språk som antas vara begripligt av de flesta som ingår i den, främst av de som arbetar närmast dessa frågor. Man gör helt enkelt antagandet att den som läser respektive digitaliseringsplan ska bära med sig vissa yrkesspecifika förkunskaper, även om man emellanåt riktar sig mot specifika kompetensområden med kunskap om exempelvis kommunikation och IT. Samtidigt antyds det i viss utsträckning att framtidens museiarbetare generellt ska vara införstådda i denna del av museiverksamheten, antagningsvis i slutet av den period som digitaliseringsplanerna ska omfatta. Detta antyder en handling, en social praktik, vid den tid de skrevs som riskerar att cemen-

tera ojämlika kunskapsförhållanden inom museisektorn. Vidare reproduceras den diskursiva praktiken alltså gång efter annan inom den sociala, men kan också till synes brytas och förändras genom en kollektiv kompetenshöjning hos de museianställda.

Motivet för framställningen av dokumenten tycks vara att tillfredsställa såväl den samtida som den framtida museibesökarens krav och förväntningar som i sin tur går i linje med det generella samhällets. Likväl är de uppkomna ur ett behov av ett krafttag med mer eller mindre noggrann strategi för att hålla sig i linje med övriga samhällets tekniska utveckling, med politiska styrdokument och styrande instansers krav på att museerna ska uppfylla verksamhetskrav och sin samhällsroll. Detta pekar på den arbetskedja, sociala sammanhang och maktstruktur som de framställts ur – med andra ord, den rådande politiken och därmed en politisk diskurs. Det uppstår en tydlig hierarki inom efterfrågan och utbud när politiska styrdokument definierar efterfrågan och museerna måste anpassa sitt utbud därefter, särskilt med så högt ställda målsättningar som i kulturarvspropositionen från 2017 beskrivs med att ”målet för IT-politiken är att Sverige ska vara bäst i världen på att använda digitaliseringens möjligheter.” (s. 182). Hierarkin syns också inom respektive museiverksamheter, inte bara i relationen mellan chefer och anställda utan också mellan kompetensområden. Målet ”att vara bäst i världen” måste därför konkretiseras och förutsätter då noggranna strategier och god kompetens. Skulle målet i förlängningen uppfyllas, även om mätbarheten av ”bäst” inte framgår, kan man förstå det som att det globalt såväl som nationellt skulle stärka den ekonomiska positionen för musei- och kulturarvssektorn. Det skulle också enligt kulturarvspropositionens tycke uppvisa framgång och betona god kompetens om man skulle lyckas massdigitalisera kulturarvs-Sverige.

Följaktligen kan man anta att politiska instanser som Kulturdepartementet vill tillfredsställa efterfrågan på tillgänglighet från samhället i stort, vilket exempelvis syns i kulturarvspropositionens skrivning om att ”frågor om hur tillgängligheten och delaktigheten kan öka inom kulturarvsområdet måste ständigt omprövas i relation till samhällsutvecklingen” och att det ”inom alla kulturarvssektorer finns en förväntan hos användarna om att få snabb och enkel tillgång till all relevant information” (s. 70, 168). Eftersom alla tre digitaliseringsplaner fastslår att de tas fram på grund av politiska direktiv är det tydligt att detta är den sociala praktik de tre texterna främst verkar inom; det samhällseliga och folkbildande uppdraget samt en museilag att rätta sig efter. Texterna har tagits fram i enlighet med uppdraget och ingår i en diskursiv praktik som uppfattar verkligheten enligt vad politiska direktiv manar till och som konstituerar hela museisektorns arbetssätt. Så länge museerna reproducera de politiska diskurserna på ett samlingsförvaltande plan tenderar diskursen att fortsätta påverka den samhällseliga relationen till kulturarven, digitaliserad eller ej. Det uppstår därför också intertextuella kedjor när man arbetar efter samma vägledande principer som alltså blir en politiskt befäst metod att utföra detta på. Dock finns det svängrum för tolkning, och blir mest tydligt i det fall där Nordiska museet i sitt dokument menar att ”dessa principer har anpassats och delvis omdisponerats för att bättre överensstämma med Nordiska museets verksamhet” (s. 6) och därför har en till synes annan struktur än de andra museernas dokument. Även om det inte förklaras ytterligare vad det är mer

specifikt i verksamheten som kräver och påverkar denna anpassning, kan det antas att sambandet ligger i att Nordiska museet är en stiftelse och inte ett statligt museum – dock är också Tekniska museet en stiftelse, och de har till synes valt att inte omtolka principerna i någon större utsträckning. De politiska direktiven och vägledande principerna till trots, så finns det betydande skillnader. En iakttagelse är att digitaliseringsplanerna har olika omfattning. Exempelvis är Tekniska museets dokument förhållandevis kort och av mer sammanfattande karaktär som förutsätter kompletterande av andra dokument. Vidare, i SMVKs exempel så nämner de i förhållande till de andra museerna inte alls mycket om användarna (även om *användbarhet* diskuteras), hur dialogen ska ske och var publiken ska nås. En anledning till de olika museernas val av upplägg och innehåll kan helt enkelt vara att Digisams principer är just *vägledande* och inte direkt föreskrivande.

Gemensamt för de tre dokumenten är att de alla först och främst har utgått från sina respektive samlingar och där har identifierat luckor i utbud och kunskap, samt i viss mån även resursbrist för just digitalisering. Respektive dokument påvisar också återkommande begrepp och nyckelord. Just nyckelord beskrivs av Boréus och Seiler Brylla som kärnan i kommunikationen. Ord som betonar ideal och föreställningar hos gruppen som uttrycker dem, fungerar även som kommunikativa signaler som framhäver vad man tycker är särskilt viktiga aspekter (2018, s. 322–323). Nyckelord ska däremot inte förväxlas med eller helt karaktäriseras av hög användningsfrekvens, men fungerar alltså kontextberoende signaler i kommunikationen som betonar hela, eller delar av, kärnbudskapet som avsändaren vill få fram (*ibid.*). I och med att de framhävs eller tematiseras i texten så har de en metaspråklig karaktär och därför kan dess betydelser finnas inbäddade i närliggande begrepp som alltså utgör narrativet i texten (s. 245). Dessa aspekter indikerar i sin tur både den diskursiva och sociala praktik inom vilken diskursen verkar, det vill säga, varför man säger som man gör och det sociala sammanhang som utsagan är en del av. Emellertid framhåller Boréus och Seiler Brylla att Fairclough inte har utvecklat något omfattande system för att studera denna tredje, och mer samhällsfokuserade nivå (2018, s. 378–379). Därför kan dessa nyckelord vara en tacksam analytisk ingång till ytterligare förståelse av den sociala praktiken. Eftersom det enskilt viktigaste i museernas digitaliseringsplaner är organisationen kring digitalisering av föremål och samlingar, och i viss utsträckning även digital kommunikation, så är det intressant att betrakta nyckelbegreppens innebörder för respektive museum. Nedan illustreras vad nyckelorden framstår som i respektive dokument:

Museum	Nyckelord
Nordiska Museet	Deltagande, engagemang, tillgänglighet
Tekniska museet	Samverkan, långsiktighet, tillgänglighet
Statens museer för världskultur	Samverkan, användning

Figur 2: sammanställning över nyckelord

Nordiska museets nyckelord vittnar om en vilja att behovsanpassa verksamheten med besökaren i centrum. Man vill att de ska delta, engageras och enkelt kunna digitalt navigera bland museets samlingar. Detta ska också explicit återfinnas i sociala medier, vilket de i stort sett är ensamma om att betona i sin digitaliseringsplan. De framhåller och eftersträvar alltså det publika inflytandet och den deltagarkultur som Giaccardi har påvisat som en del av den nya tidens kulturarvsinstitutioners sätt att möta publiken där publiken finns (Giaccardi, 2012). Idag är den plattformen i huvudsak sociala medier, som i vissa definitioner också kan innefatta en hemsida/webbplats. Vidare skapar sociala medier kontaktytor för dialog och utbyte som även Jenkins framhåller som viktiga i ett framväxande medielandskap (2012). Något man dock ska ha i åtanke, menar Henry Jenkins, är hur stort allvar man kan ta denna typ av uttryck eller målsättningar på – huruvida att ge konsumenterna makt bara är ”prat” för att framstå som progressiva och lyhörda eller en faktisk önskan från verksamheten (2012 s. 176).

Tekniska museets tonvikt på samverkan, långsiktighet och tillgänglighet pekar mot museets intresse av att ha en digitalt uppdaterad museiverksamhet. Även i deras dokument förklaras att man utför parallellt arbete för att möta besökaren i den digitala kommunikationen, men den totala innebörden lutar ändå mot ett övergripande krafttag för att skapa kontinuitet i det dagliga arbetet med samlingarna och att skapa struktur där oordning tidigare funnits, helst i armkrok med andra aktörer.

Begreppet kring användning hos Statens museer för världskultur vittnar i sin tur om att man är mån om att materialet ska brukas – ett steg längre från att endast finnas *tillgängligt* för bruk, utan i stället ska det faktiskt nyttjas. I samklang med att man framhåller att det ska länkas till andra aktörer skapas en önskan och möjlighet till att bedriva forskning, vilket i det långa loppet genererar ny kunskap och samhällsnyttig information. Kanske särskilt eftersom man i absolut huvudsak förvaltar andra kulturers kulturarv och till synes vill manifesteras ett inkluderande perspektiv som ska demontera den tidigare befästa *Authorized Heritage Discourse*, AHD, som var sprungen ur en kolonial tradition. Med detta i åtanke blir de också mer tekniska i sin redogörelse för hur detta arbete ska gå till, snarare än förklarande i hur användarna ska nås och ges tillgång till utbudet.

Alla dessa begrepp påverkar i sin tur den publika verksamheten och dess syften hos respektive museiinstitution, vare sig det är en allmänbildningsaspekt eller ett fokus på kommunikation med grund- och gymnasieskolor. Samtidigt verkar också dessa tre museer parallellt med varandra. Fokus på hur de framhåller det önskade resultatet av sina digitaliseringsprocesser talar i hög grad om den egna självuppfattningen, men också de syften som stipuleras av deras respektive verksamhetsplaner. Tydligt framgår i alla fall att de digitaliseringsplaner som respektive museum tagit fram alla utgår från språket i en politisk diskurs som styr dem efter samtida ideal och idéer om identitet och digital användbarhet, som ingår i en alltmer kontaktsökande och inkluderande social praktik.

13. Museer, coronapandemin och digitalisering i media och samtal

När länder runtom i Europa förstod allvaret av coronavirusets snabba spridning stängdes samhällsverksamheter ner i olika stor utsträckning från mitten av mars 2020. För de svenska museernas del kan man datera de tidigaste nyhetsrapporteringarna om nedstängningar till strax innan det på allvar slog till. *Kulturnytt i P1* kunde redan den 4 mars 2020 rapportera att flera museer stod i beredskap med en handlingsplan för ett eventuellt större utbrott av coronaviruset i Sverige (Krantz, 2020). Vasamuseet, Nationalmuseum och Göteborgs Naturhistoriska museum intervjuades och Vasamuseets chef Lisa Månsson kommenterade att man vid en eventuell stängning skulle behöva använda sin personal på ett sätt som kanske inte motsvarade deras ordinarie yrkesroll (ibid.). Denna typ av uttalanden ger en tydlig indikation om att museianställda kunde vänta sig, och eventuellt förberedde sig på, förändringar i både arbetsuppgifter och publik verksamhet. Sedan dess har man genom nyhetsrapporteringar, sociala medier och via branschsamtal världen över kunnat följa hur museer har lagt om strategier, omfördelat resurser, aktiverat en tidigare passiv digitaliseringsprocess och fört samtal om värdet av kultur och kulturarv för samhällets medborgare.

Stockholms Stad gick den 23 mars 2020 ut med ett pressmeddelande om att man beslutat att tillfälligt stänga Stadsmuseet, Medeltidsmuseet och Liljevalchs Konsthall till följd av coronavirusets spridning i Sverige. Trots att de fysiska museilokalerna skulle hållas stängda och visningar, föredrag och vandringar blivit inställda kommunicerade man att museernas verksamheter skulle fortsätta bedrivas i andra former och hänvisade till att en viss del av utbudet fanns att tillgå digitalt (Stockholms Stad, 2020). Fredrik Linder, chef för avdelningen Museer och konst vid Stadsmuseet och Medeltidsmuseet, kommenterade i pressmeddelandet att tillgänglig personal behövdes nyttjas för andra arbetsuppgifter än de ordinarie och uttryckte sin förhoppning om att deras besökare skulle vara fortsatt lojala genom att besöka deras sociala medier (ibid.). Detta uttalande förutsätter att man genom sin traditionella verksamhet dittills lyckats skapa ett engagerande utbud, väcka intresse och ha starka relationer med sina besökare för att de skulle fortsätta ta del av verksamheternas utbud. Några dagar tidigare hade även Statens historiska museer gått ut med liknande information gällande sina verksamheter. Överintendent Maria Jansén betonade verksamheternas stora digitala utbud och att man via dem kunde ta del av föremål, podcasts och intressanta föreläsningar (Historiska museet, 2020). Tidigt kan man alltså se att flera av Sveriges större museer trots stängning fortsatte att bedriva verksamhet, om än med fokus på det digitala snarare än det fysiska. Utifrån dessa och andra exempel kan man granska hur företrädare för museiinstitutioner talar om sitt digitala utbud. Där Stockholm Stad rapporterade att man ”till viss del” kan nå de berörda museernas utbud, menade Statens historiska museer att man har ett ”stort” digitalt utbud. Detta talar för den individuellt verksamhetsanpassade digitalisering som museerna dittills gjort, och att den har varit skiftande verksamheterna emellan. Vad det beror på framgår inte i uttalandena, men kan antas ha att göra med inbördes prioriteringar vad gäller samling, utbud och värdet av digital tillgänglighet, samt prioriteringen av dessa. Liksom i de tidigare analyserade digitaliseringsplanerna hänvisar prioriteringarna i hög grad till resurser och kompetens gällande digitalisering.

När det under våren 2020 var fortsatt oklart huruvida kulturinstitutioner skulle kunna börja öppna upp sina verksamheter eller inte, kunde man ana en trend med ökad rapportering kring digitala aktiviteter. Sveriges Museer gick den 1 maj ut med artikeln ”Tips om digitala besök på museerna”, med just tips för hur man hemifrån kunde uppleva Sveriges museers digitala program. Artikeln uppdaterades kontinuerligt efter inkommande tips från läsarna, och det blir tydligt att många besökare men också museer själva ville bidra till listan för att visa upp sina digitala utbud. Sammantaget blev det en lista som i skrivande stund (april 2021) uppgår till tips från 141 museer i varierande storlek över hela Sverige. Den 12 maj 2020 gick det att läsa i *Allt om Stockholm* att det för flera av de aktörer som valt att satsa på digitala museibesök hade visat sig vara lyckosamt. Tekniska museet menade att man hade nått en publiksuccé med fler besökare än någonsin när besöken på den egna webbplatsen hade ökat med 30 procent, och museet hade en stor ökning i räckvidd via sociala medier (Wallén, 2020). Detta skulle till viss del kunna innefatta man har gjort aktiva insatser för att uppnå en ökning, exempelvis via annonsering eller en uppdaterad strategi för att presentera sitt digitala utbud. Samma dag rapporterade även Sveriges Museer om hur de kunnat se hur svenska museer satsade på att öka de fysiska besöken inför sommaren. Genom att öppna upp ett nytt, rikare utbud via sina digitala kanaler syftade man till att stärka sin närvaro i det offentliga rummet. De menade att man satsade på att nå ut till allmänheten och pekade på hur de arbetat för att plocka fram ”dolda skatter” från samlingarna. De menade vidare att besökarna digitalt skulle få tillgång till de forskare, specialister och pedagoger som vanligtvis skulle finnas oåtkomliga inne i mer slutna rum i de fysiska museibygnaderna (Wallgren, 2020). Detta talar för att museerna i artikeln aktivt försökt skapa strategier för att försöka engagera sin publik, och erbjuda ett utbud som skulle kunna upplevas som exklusivt för det digitala formatet och därmed ha nyhetsvärde. Exempelvis rapporterade Lunds universitet hur Skissernas museum tidigare inte haft tiden till att ta fram ett stärkt digitalt program, men att det länge funnits idéer kring det och att man under våren 2020 kunnat investera tid i sådana satsningar. Man menade att situationen gett dem möjlighet att experimentera och testa nya koncept, och lyfta konst från arkiv och magasin som vanligtvis inte varit tillgängliga (Loftrup, 2020).

En debatt uppstod tidigt kring huruvida restriktionerna som följd av pandemin skulle påverka kultursektorn. Runt tiden för den generella massnedstängningen av svenska museer i mars 2020, kommenterade marknadskoordinatören vid Riksantikvarieämbetet Larissa Borck tillvaron i ett blogginlägg på Sveriges Museers hemsida. Borck skriver där att det inte finns några tydliga svar på hur krisen kan hanteras, men att man som institution kan behöva ställa sig ett antal frågor och överblicka hur andra verksamheter arbetar när de digitala verktygens betydelse blir allt tydligare (Borck, 2020). Hon menar att det gäller att se till vilka aktiviteter som kan prioriteras framför andra för att hålla takten med de snabba förändringarna inom verksamhetsplaneringen. Vidare konstaterar hon att det troligtvis viktigaste under krisläget är att stötta sina målgrupper och fokusera på publikens behov, samt att se över vilka digitala verktyg som behövs för att upprätthålla verksamheten. Avslutningsvis uppmanar hon till att ställa sig frågan om hur man som museum kan samverka med andra i branschen. Hennes inlägg fångar en anda av att

försöka skapa kontroll över situationen, mitt i all oro inför framtiden. Det vittnar om en känsla av att det är viktigt att hålla sig uppdaterad och tillfredsställa besökarnas nuvarande behov för den kortsiktiga överlevnaden hos museerna i tider av osäkerhet, och att det i nuet bör prioriteras framför en mer långsiktig strategi. Detta är ett bland flera inlägg av liknande karaktär som Sveriges Museer publicerade kring denna tid.

I ett annat, ett öppet brev ”till Kulturministern och dig som sitter i kulturutskottet” från generalsekreteraren Jeanette Gustafsdotter, riktas skarp kritik mot ministrarnas och kulturutskottets agerande i pandemin. Detta i relation till att Sveriges Museer strax innan pandemin slagit larm om museernas ekonomiska situation, som hon menar hade gått från ”bekymmersamt till katastrofalt läge”. Gustafsdotter redogör för de många varsel om uppsägning som svenska museer behövt göra till följd av ekonomisk utsatthet som inte direkt hjälpts av pandemins intåg. Hon menar att museerna har drabbas olika hårt beroende på vem som är huvudman, men att den gemensamma nämnaren är att alla drabbas (Gustafsdotter, 2020). Vidare menar hon att den ekonomiska förlust som museer sedan tidigare redan varit drabbade av har blivit allt påtagligare och att ”ett beslut om vem som kan söka ekonomiskt stöd blir avgörande för många museers överlevnad”. Fortsatt menar hon att ”under tiden blir kulturarvet i Sverige fattigare, skolor blir utan undervisningsmaterial, expertkunskap försvinner, värdefulla samlingar riskeras [och] samtidsdokumentation förminskas”. Med detta kräver hon ordentliga insatser och att museerna ska hjälpas genom att få en del av ett ekonomiskt nödpaket. Detta som ett led i att museerna långsiktigt ska kunna uppfylla sina verksamhetskrav och ansvar att förvalta samlingar och kulturarv trots att pandemin drabbar alla instanser. Gustafssons uttalande lyfter en ytterligare viktig aspekt i samtalet om coronapandemins påverkan på museerna – den ekonomiska och resursmässiga, då svenska museer i allt högre grad är beroende av besökarintäkter eller andra aktiviteter som förutsätter fysisk närvaro så blir de således sårbara när de behöver stänga sina byggnader. Det är ett uttalande som kom under den tid då många rapporterat ställa om till digitala satsningar, men inte ens de kan bedrivas om museerna inte får ekonomisk hjälp och i värsta fall måste säga upp sin personal, eftersom digitalt utbud inte har samma tendens att generera intäkter på samma sätt som de fysiska.

Under pandemin menar flera röster att kulturen är bland det viktigaste människan har i en kris, en möjlighet till tillfällig flykt och något som kan verka identitetsstärkande. Detta tycks också gå hand i hand med dess digitala tillgänglighet. Konst- och museijournalisten Rebecca Carlsson skriver för det internationella branschnätverket MuseumNext att det under pandemin är viktigare än någonsin att fokusera på hur museet kan fungera som ett ankare i stormen, och talar implicit om behovet av museernas överlevnad i relation till den ekonomiska problematiken runt dem. Hon menar att museernas roll idag är att adressera samhällsproblem, att påverka hur vi betraktar samtiden i relation till vår historia och listar fem punkter om varför vi behöver museer mer än någonsin. Utöver att vara en plats för att lära sig genom det förgångna, sammanföra och skapa plattformar för communities att mötas och verka historiskt bildande för yngre generationer, så menar hon att senaste års samhälleliga digitalisering starkt påverkar vad det är att vara

ett museum (Carlsson, 2021). Ur detta kan tolkas att hon försvarar museernas traditionella roll men att ett digitalt utbud är viktigt för att förankra sin samhällsaktuella position, utveckla sitt syfte och en möjlighet att omdefiniera just denna. Den accelererande digitaliseringen i pandemin kölvatten öppnar upp nya dörrar som står redo att klivas igenom, nu mer än någonsin i tät dialog med besökarna, vilket skulle kunna vara ett framgångsrecept. Carlsson avslutar med att konstatera att vi behöver museerna just för att deras framtid är så full av potential att belysa både vår samtid och framtid på ett sätt som är svårt att finna på andra håll, men att vi också därför måste tillåta dem uppfylla den potentialen i den digitala samtiden. I liknande anda publicerade *Svenska Dagbladet* i juli 2020 en artikel om en forskargrupp vid Karolinska Institutet som bedriver ett forskningsprojekt om hur begränsningar i möjligheter till att delta i kultur- och fritidsaktiviteter påverkar vår psykiska hälsa. Man påbörjade en datainsamling om hur kulturkonsumtionen i samhället förändrats på grund av pandemin och vilka olika effekter det kan få (Henriksson, 2020). På studiens egen landningssida på Karolinska Institutets webbplats finns ännu inga färdiga resultat att utläsa, men hypotesen om att människors ”nedsatta förmåga att delta i kultur, så som de brukar, upplevs som en förlust, men också att man hittar nya sätt att utöva kultur, till exempel via internet” står stark (Region Stockholm, 2021).

Några som lyfte att det digitala utbudet blivit tydligare under pandemin var ICOM när de den 26 maj 2020 utkom med en rapport med titeln *Museums, museum professionals and COVID-19*. Där hävdar de att trots en generell iakttagelse att det genomsnittliga museet har kunnat anpassa sig till pandemin förhållandevis väl, så har det också framkommit strukturella svagheter som länge påverkat kulturinstitutioner världen över, sett till de resurser som funnits tillgängliga för digitala aktiviteter och digital kommunikation. Att de använder just ordet *svagheter* (weaknesses) talar för att de upplever övergripande brister i museers digitala strategier, och att dessa skulle tjäna på att uppdateras. De siar vidare om långsiktiga effekter på kontakten med publiken när de skriver att “it is certain that this crisis will have a lasting impact on the way cultural institutions communicate with their audiences”, (ICOM, 2020). Eftersom ICOM är en tung röst i den internationella museivärlden är det intressant att de uttrycker sig på just det viset. Det måste tolkas som att de alltså tycker att digitalisering är viktigt. I maj 2020 utkom också UNESCO med en rapport, *Museums Around the World in the Face of COVID-19*. I sina slutsatser konstaterar de att motståndskraft är en av de grundläggande egenskaperna hos museer och att detta har blivit ännu tydligare sedan början av pandemin: att museerna står kvar, trots allt som går emot dem. Vidare menar de att museer alltid kunnat återuppfinna sig själva och anpassa sig till förändringar i samhället och att det inte finns ett enda svar; varje museum måste göra sin egen bedömning och identifiera det som gör det möjligt att anpassa sig till en ny verklighet och nya utmaningar. Uttrycket ”ny verklighet” sätter de i relation till att digitalisering blivit det nya normala, när de säger att rapporten visar att museer redan är inne i en omprövning av sin verksamhet och sina relationer till allmänheten för att gå vidare och överleva även efter pandemin. Detta kan upplevas som ännu ett erkännande av att det digitala kommer bli mer normaliserat. Det som dock fattas i dessa dokument, vilket hade kunnat verka kompletterande och reflekterande, är aspekter om hur de digitala respektive analoga formaten kan kombineras, samt

röster som *inte* håller med om att digitaliseringen bör betraktas som det viktigaste i den ”nya verkligheten” för världens museer.

Sommaren 2020 kunde man se en viss ökning i fysisk öppningsfrekvens hos svenska museer, men till hösten 2020 var restriktionerna för folksamlingar ännu begränsade och fortsatta digitala aktiviteter kunde betraktas hos många museer med stängda museibygnader. Efter det halvår som hade gått sedan de första museistängningarna kunde man på flera håll uppfatta att det fanns bristande kompetens och kunskap kring digitaliseringens verktyg och möjligheter. Från flera aktörer skapades sektorspecifika utbildningstillfällen för dem som upplevde att de behövde stärka sin kompetens i digital kommunikation och att ta fram digitala programpunkter, samt utrymme för debatt och samtal. IdeK, en intresseförening för kulturarv och digital kommunikation med syfte att inspirera, stötta och erbjuda nätverkande, erbjöd tidigt webinarier under rubriken ”Framtidens museum – hur vi skapar en engagerande digital närvaro”. Detta med motiveringen att trots all den tid vi tillbringar framför våra skärmar så ”har många organisationer inte riktigt kommit på vad man ska använda den digitala världen till. Corona har gjort att frågan plötsligt hamnat högst på dagordningen: hur ska vi som organisation skapa en engagerande digital närvaro?” (Hartig, 2020). Så som denna utsaga är formulerad framstår ”framtiden är digital” som en befast och konstaterad sanning, men som inte alla ännu ”hänger med” i. Den formuleringen när sig på att den som läser börjar reflektera över sin egen verksamhet och sätter den i relation till detta konstaterande ”faktum”, vilket medför en risk för att motivet för att lära sig om digital närvaro kommer att bygga på en känsla av osäkerhet och otillräcklighet. Även om intentionen säkerligen var god kan utsagan skapa en grupptrucksliknande situation där de som inte upplever det digitala formatet som lika självklart, lättnavigerat eller viktigt utsätts för press.

I en artikel i tidskriften *Utställningskritik* återger arkivarie och doktorand Eva Joelsson vad som diskuterades under Digitalt Museum, en konferens arrangerad av Sveriges Museer, Gotlands Museum och Riksantikvarieämbetet i september 2020. Fokus låg på de ”erfarenheter och utmaningar som en påskyndad digital omställning har inneburit för museerna i coronapandemins efterföljd”. Även här ses alltså ett uttalande om digitaliseringen som påskyndad i relation till pandemin. Joelsson skriver att det blev tydligt bland de deltagande museirepresentanterna att man i olika stor utsträckning haft tillgång till tekniska resurser, vissa med betydligt mer avancerad teknik än de som ”enbart” utgått från sina mobiltelefoner. I artikeln delar hon med sig av råd om ”framgångsrik digitalisering” från Livrustkammarens chef Malin Grundberg, att se coronapandemin som en chans att ta tillvara på personalens nyfikenhet och intresse till att testa nya saker. Vidare berättar hon om hur mindre aktörer upplevt att deras digitala aktiviteter haft mycket större räckvidd än de tidigare fysiska motsvarigheterna. Ytterligare punkter som diskuterades på konferensen var ekonomisk lönsamhet kring digitalt utbud, som i regel varit kostnadsfri men att olika betalningslösningar för ändamålen finns att tillgå, men att detta är relativt outforskat i dagsläget. Avslutningsvis lyfter Joelsson i sin artikel det som hon upplever som det mest uppmärksammade framträdandet gällande museers digitalisering under coronapandemin,

av Karin Nilsson, vid den tiden avdelningschef för kommunikation och digitalisering vid Statens historiska museer:

Hon ifrågasatte hela mötets egentliga syfte då hon ställde frågan om det finns någon annan än museisektorn som behandlar det digitala som en särart. ”Det är dags för ett stort språng”, menade hon, och hävdade att det digitala måste införlivas i gängse museiverksamhet. ”Vi har redan provat alla former av stöpning av stearinljus, det ger oss ingen glödlampa”, förklarade hon i ett åskådliggörande av sitt resonemang. Hon avslutade med att slå fast att det inte är andra som behöver övertygas om hur viktigt det digitala kulturarvet är, utan vi själva.

Denna typ av forum, som drivs av personer med särskilt intresse för digitalisering, utgår alltså från att coronapandemin har påskyndat den digitala omställningen. Diskussionerna förs nästan uteslutande av deltagare med digitalisering som specialområde och utgår rimligen därför från digitala processer som väsentliga aspekter för ett museum. Detta typ av forum fyller en funktion att vara samhällsaktuell och kompetenshöjande. Men ett skarpt uttalande som Nilssons skulle kunna riskera att stjälpa lusten att utvecklas och lära sig något nytt för de mindre insatta, när hon talar om vad hon uppfattar som hela museisektorns inställning och drar alla i den över kam. Likaså skulle denna typ av uttalande från högt uppsatta personer i sektorn vittna om en tydlig maktposition de besitter. Frågan blir då om det skapas tillfällen för diskussion på de respektive arbetsplatserna för andra anställda att dela sin syn på saken när de i maktposition talar för digitalisering. Finns det tillfällen som möjliggör input som ifrågasätter digitaliseringsprocesser snarare än att se digitaliserande insatser som ”den enda vägen” att gå framåt?

I linje med de samtal som fördes under Digitalt Museum arbetade svenska museer vidare enligt sina, många gånger uppdaterade, verksamhetsmodeller under hösten 2020. I oktober rapporterade Sveriges Museer att Kulturrådet skulle fördela 371 miljoner kronor som stimulans till återhämtning för verksamheter inom kultursektorn, om än inte helt konkretiserat i frågan om vem som skulle tilldelas vilka medel. Generalsekreterare Jeanette Gustafsson kommenterade: ”[Kulturminister] Amanda Lind påtalade dock att det är aktuellt för verksamheter som är i behov av extra stöd på grund av pandemin, vilket måste innefatta museerna”, med en förhoppning om att ha blivit bönhörd om det ekonomiska stöd som hon några månader tidigare hade efterfrågat (Sveriges Museer, 2020).

Liknande ämnen som hos Digitalt Museum togs även upp på ett internationellt plan under branschnätverket MuseumNexts webbkonferens Digital Summit i februari 2021. Där bjöds över 60 talare från musei- och kulturarvssektorn in för att dela med sig av de erfarenheter som de fått under det senare året – allt från intendent, kommunikatörer och museichefer. Även om ett särskilt fokus låg på praktiska kunskaper och tillvägagångssätt för yrkeskunniga inom digitaliseringsområdet, kunde det göras generella samtidsspaningar för museibranschen baserat på att det fanns många likheter i deras upplevelser. Bland de inbjudna talarna fanns personer som arbetade med digitaliseringsfrågor vid internationellt erkända och stora institutioner som Victoria

and Albert Museum, National Museum of Australia och Metropolitan Museum of Art, men också aktörer från mindre museer från exempelvis Kanada, Qatar och Nederländerna, samt konsultföretag som alla dragit lärdomar av pandemiåret. Återkommande problematiserades tanken om att fokus på det digitala skulle konkurrera ut det fysiska, vilket kunde upplevas bland institutioner som ansågs mer anrika och med en traditionell verksamhetsmodell. Dock framgick det flera gånger att det egentligen inte finns några belägg eller bevis för att det behöver vara så. Det som däremot kunde konstateras genom återkommande undersökningar var att det digitala innehållet inspirerar folk att besöka det fysiska museet när tillfälle ges, vilket är en viktig poäng. Jag vill mena att en potentiell effekt av pandemins praktiska förhindrande av fysiska museibesök skulle kunna vara att folk istället närmar sig analoga upplevelser efter att endast ha haft digitala evenemang tillgängliga. Men precis som att det alltid kommer finnas besökare som föredrar det fysiska museirummet, så finns det också många som vill, eller fostras till, att besöka museet på distans. Dessa, menades det under konferensen, bör också betraktas som en giltig och viktig målgrupp. Likväl ska man inte bara anta att man kan översätta det som finns i en museibyggnad till ett digitalt format, och att det ska fungera lika bra. Snarare konstaterades det att digitala medier och strategier verkar fungera bäst när det framställer saker som inte kan göras i fysiska rum, en exklusivitet som svenska museer hintade om i början av pandemin. Bland några av de tydligaste budskapen som framgick under MuseumNexts Digital Summit var att coronapandemin har visat att det mest radikala digitala skiftet har inneburit ett blottläggande av själva syftet med digitalt innehåll – under 2020 har det gått från att generellt vara till för att stötta museets utställningar och generera fysiska besök, till att mer än tidigare behöva stå på egna ben och ”göra jobbet”. Till syvende och sist handlar det om att koka ner museets uppdrag till dess kärna. Att gå tillbaka till verksamhetens löften till publiken, tillbaka till sin verksamhetsplan, det egna syftet och ambitionen att folkbilda.

Vintern 2021 kunde statistik visa att man även i Sverige kommit till liknande insikter under pandemin. Åtminstone gav arbetet kring digitalisering vad man betraktade som goda resultat. I Sveriges Museers rapport över besöksstatistiken 2020 kunde man se hur de fysiska besöken var mer än halverade, en kanske inte helt oväntad siffra. Däremot kunde man se ett stort uppsving i de digitala besöken, siffror som nu för första gången sammanställdes i den årliga rapporten. De uppgick till över 216 miljoner hos de 124 museer som bidragit till rapporten och betraktades som en lyckosam siffra. Jeanette Gustafsson kommenterade: ”Det här visar på museernas dragningskraft och behovet av museernas utbud även digitalt. Vi visste att museerna förstärkt utbudet på nätet, men nu vet vi också att publiken hittat dit” (Sveriges Museer, 2021).

13.1 Reflektion

Under den tid som denna uppsats skrevs var coronapandemin ännu inte över. För många har det som först kändes tillfälligt blivit ett nytt normaltillstånd där allt är föränderligt med kort varsel. Vad medie- och samtalsrapporteringen från svenska museer, och i viss utsträckning även internationella, talar om är en enad museibransch som vädjar till sina huvudmän och regeringar

att prioritera dem. Det förefaller finnas en viss desperation från museisektorn som greppar efter halmstrån för sin ekonomiska överlevnad, samtidigt som det hastigt påkomna digitala formatet upplevs ha en många gånger utforskad potential med möjlighet till utveckling. En möjlighet som kanske inte funnits om pandemin uppstått 30 år tidigare med begränsad tillgång till Internet. Den tillgänglighet som tidigare analyserade digitaliseringsplaner talar om blir desto viktigare att beakta när den fysiska tillgängligheten inte längre är möjlig och det digitala blir det bästa alternativet. Frågan är hur de två formaten ska samspela när pandemin kan anses som över, om digitaliseringen har medfört genomgripande förändringar som kommer att kvarstå i liknande form, och om det i så fall bidrar till en generellt ökad digitalisering.

Sett till ovan granskade samtal så är det ett perspektiv som lyser med sin frånvaro – den om digitalisering som icke självklar. Läser man i nyhetsrapportering och rapporter samt granskar samtal så upptäcks snabbt att digitalisering förespråkas som en nästintill frälsande kraft i motsats till den många gånger allmänna uppfattningen att museer är och ska vara konservativa i sin utformning. Detta cementeras i granskningen av medier när digitalisering mäts genom framgång, huruvida det digitala utbudet är stort eller inte och om man har resurser tilldelade för ändamålet. Vidare, att presentera det som att vara en del av en progressiv rörelse, detta inte minst när vissa museer får priser för sina insatser. Exempelvis är Livrustkammaren ett museum som länge hyllats för sin digitala närvaro. De har berömts för att vara ”roliga” i sin kommunikation, något som deras webbstrateg och projektledare Emma Reimfelt i en intervju från 2017 menade skulle ”bryta med bilden av att vara ett mossigt museum och istället visa att historia är kul och relevant” (Åkerman, 2017). Under 2020 tilldelades Livrustkammaren Kulturarvspriset för sina insatser under pandemin, med motiveringen att de var ”ett av dem som lyckats bäst i sin digitala utveckling” (Svenskt kulturarv, 2020). Begreppet ”bäst” skapar här en måttstock för andra institutioner att jämföra sig med, som kan skapa en känsla av otillräcklighet hos dem som därmed *inte* är ”bäst”. Vidare kan måttet ”bäst” också resultera i uppfattningar om att det innefattar arbetssätt som är ”rätt” och skulle kunna leda till att det skapar trender i att presentera sitt digitala utbud som annars inte skulle uppstå på samma sätt. Däremot behöver motsättningar eller viss skepsis mot digitaliseringens framfart inte betyda att man saknar vilja eller ambitioner att utvecklas. Istället skulle det kunna handla om ett värnande och förståelse för museernas många olika funktioner och värden som man vill säkerställa får finnas kvar i ”det nya normala”.

Samverkansaspekten som lyftes som viktig i uppsatsens analyserade digitaliseringsplaner nämns mer sällan i den medierapportering som har granskats här. Med utnämningar av vilka som är ”bäst” på digitalisering får man istället ett narrativ där museer ställs emot varandra som i en tävling. En annan vinkling hade kunnat vara önskvärd för att få museibranschen att framstå som mer enad, vilket jag med min förförståelse ändå uppfattar att den är. Aspekten av sanningsmodalitet i granskade sammanhang är därför intressant att betrakta. Winther Jørgensen & Philips menar att olika diskurser använder olika former av modalitet, där exempelvis massmedier framhåller tolkningar som om de vore rena objektiva fakta, och speglar och främjar därför deras auktoritet (2000, s. 88). Detta vill jag också applicera på de andra utsagor som framhålls i detta

avsnitt: att det finns ett flöde av källor och samtal som framhåller digitaliseringen som bättre än ett analogt alternativ och konstaterar det som faktum och sanning. Att hitta röster som inte håller med har visat sig vara svårt, åtminstone inom ramarna för denna uppsats. Samtidigt som uppluckrandet av *Authorized Heritage Discourse*, AHD, pågått i åtminstone femton års tid och kulturarvsfältet öppnats upp för att demokratiseras genom politiska reformer för att verka mer inkluderande för allmänheten, går här en ny expertis att ana – den digitala. Idag finns redan en viss expertis med kompetens för ändamålet, som bevisligen också gärna uttrycker och uppmanar till vidare digitalisering. Samtidigt uttrycks också att en generell kompetenshöjning bör göras hos mer eller mindre all personal. Vad skulle det innebära för maktpositioner inom museisektorn och mellan de museianställda?

14. Intervjuer med museianställda

Som ett komplement till dokument- och medieanalysen gjordes bedömningen att semistrukturerade intervjuer med museianställda skulle bidra med ett mer nyanserat och verklighetsbaserat perspektiv, som kunde betraktas i relation till uppsatsens teoretiska ramverk. Som nämns under uppsatsens metoddel kan inte utsagor i tre intervjuer ses som representativa för en hel sektor eller yrkesgrupp. Däremot kan de ge värdefulla inblickar i hur det dagliga arbetet kring ett digitaliserat utbud ser ut under pågående pandemi. Intervjuerna har även bedömts vara värdefulla i det här sammanhanget för att de är samtidsdokumenterande. De personer som intervjuats är anställda vid olika museer i Sverige (en digital producent, en avdelningschef för publik verksamhet och en kommunikatör) och har därför svarat på frågorna utifrån den situerade position som gavs av respektive yrkesroll och arbetsplats.

14.1 Det praktiska arbetet

Inledningsvis ställdes frågan om informanterna upplevde att coronapandemin påverkat digitaliseringen av deras verksamhet i stort. Samtliga konstaterade snabbt att den hade det, men tog sig sedan an frågan på olika sätt. Frågan ställdes med ett motiv att försöka fånga upp känslan av att drabbas av något oförutsett och behöva vända sig till sina befintliga strategier och utvärdera huruvida de var användbara eller inte, samt hur de tidigaste handlingarna såg ut för att försöka få grepp om situationen. Den digitala producenten kunde se att hans museum påverkats tydligt på två olika sätt. Det ena var framförallt under våren 2020 då de ”och många andra museer” gjorde fler digitala experiment än tidigare och provade nya sätt att nå ut digitalt genom att flytta verksamheten från fysiska till digitala rum. Det var en effekt hen menade klingade av under sommaren 2020 på grund av semestrar, men som ändå blev ”en digital puls för museisektorn” i början av pandemin. Det andra sättet hans museum påverkades var det desto mer påtagligt: att det varit många permitteringar som lett till tunga upplevelser för alla inblandade. Detta var något som också påverkade lusten och orken att vilja fortsätta experimentera och utforska, vilket gjorde att hela pandemitiden kunnat sammanfattas som en explosion av digital experimentlusta som sedan blev ”en lång baksmälla som kanske fortfarande pågår just nu”.

Avdelningschefen uttryckte att man direkt upplevde ett behov av att ställa om till digital verksamhet för att kunna fortsätta utföra sitt uppdrag och sina mål. De valde att inte ställa in allt och ta fram nytt material, utan försöka omformulera det utbud de redan hade. De stötte då på en utmaning i att inte bara översätta ett fysiskt programutbud till ett digitalt, åt vilket man ägnade relativt mycket tid, resurser och energi. Detta resulterade i att man hade hittat en hållbar form för ett digitalt programutbud under hösten. En konsekvens av att hans museum behövde stänga var att man hade många medarbetare som inte längre kunde utföra sina vanliga arbetsuppgifter, så man instiftade formellt tillfälliga uppgifter för flera olika funktioner inom verksamheten. De kunde istället involveras i att ta fram ett digitalt utbud.

Ur kommunikatorens perspektiv upplevdes det som att man i början av pandemin behövde ta ett nytt grepp på kommunikationen eftersom man ”märkte att alla inte riktigt hängde med”. Det fanns delade uppfattningar inom verksamheten om hur man skulle använda kommunikationskanaler för vilka strategin inte riktigt var satt, och något som har behövs tas fram. Därför har just kommunikationsavdelningen på hans museum kompetensutvecklat för den digitala verksamheten men också interna kommunikationen för att så smidigt som möjligt kunna utföra det dagliga arbetet, och upplevt det som gynnsamt. Kompetenshöjningen var något som även den digitala producenten hade upplevt:

[En] kompetenshöjning kring att sända digitalt, göra livevisningar, ha mer interaktion i sociala medier, liksom, allt det där var ett jättestort kunskapslyft under våren 2020. Många fler i museipersonalen blev involverade i olika typer av digitala aktiviteter än vad de hade varit innan.

Alltså hade samtliga intervjupersoner haft tudelade upplevelser av pandemins intåg; en viss lamslagning som fick dem att tänka om, tänka nytt och bli handlingskraftiga trots permitteringar och omfördelning av resurser och fått, som avdelningschefen sa, ”ett internt lärande”.

Något som samtliga verksamheter tampats med har alltså varit *hur* det befintliga utbudet skulle presenteras digitalt, och där har man haft olika ingångar eller ändrat taktik längs vägen. Som avdelningschefen för publik verksamhet delade med sig av ovan, ville man inte bara översätta sitt utbud utan hitta former för att digitalt utbud skulle kunna leda till hållbara arbetssätt och innehåll på sikt. Vidare förklarade hen att de med tiden kunnat se att de digitala programpunkterna ”verkligen når fler än [platsen] där vi har verksamhet, det är ju ett otroligt uppsving”. Hen menade att man både tack vare pandemin, och på grund av, tog ett stort kliv framåt och att man utan pandemin troligen inte hade gjort det så snabbt. Vägen dit upplevdes dock inte spikrak utan kantades av vissa tveksamheter:

Framgång var att [en livesändning] sågs, men kvaliteten och verkshöjden kanske inte var så bra alla gånger, men det var ändå väldigt nyttigt och bra för oss att vi gjorde det för att vi kom över en tröskel i det digitala...man var osäker. [Men] vi testade och vi körde.

Den digitala producenten menade att man först tog den vanliga verksamheten och letade efter hur man kunde transformera den till ett digitalt format, snarare än att ta något som enbart går att producera i digitala kanaler som ”lever digitalt och expanderar där”. Sina sociala medier tog man till, vilka pågick ungefär som tidigare, men med ett större inslag av livesändningar där det var det fysiska museibesöket som man försökte återskapa digitalt.

Kommunikatören förklarade att man började med att se till en av sina viktigaste målgrupper, skolklasser. Därmed tog ett tillvägagångssätt form för att tillgodose skolklassernas behov:

Vi är väldigt måna om att nå ut till elever och då har man paketerat om [befintligt utbud] med hjälp av våra pedagoger, projektledare och kommunikationsavdelningen. Det är också en grej som har ändrats, att man har utgått från ett underlag och har behövt digitalisera det, helt enkelt.

Vidare förklarade hen att man även försökt bygga utbud och kunskap kring pandemin som sådan, vilken man sedan förmedlar med de yngre målgrupperna i åtanke.

Skillnaderna i informanternas utsagor är intressanta vittnesmål om hur man betraktat den egna verksamhetens syften och olikheter i de prioriteringar man haft, och tyder på att samtliga arbetsplatser valt att förlägga sin verksamhet i digital form. Gemensamt är också att man trots pandemins intåg fått övervägande positiva tillfällen för att utforska, expandera, hitta nya interna samarbetsformer och i någon utsträckning också ett påskyndande av verksamhetens digitalisering. Yehuda E. Kalay, en av redaktörerna till antologin *New Heritage: New Media and Cultural Heritage* (2008), menar att tillämpning av digitala verktyg på existerande analoga arbetssätt tenderar att skapa ett dysfunktionellt förhållande mellan verktyg och den arbetsuppgift man tar sig an (s. 8). Därför kräver en digitaliseringsprocess en tydlig identifiering av vilka åtgärder som uppgiften kräver, exempelvis kunnig personal som behärskar de digitala verktygen. Han använder en metafor, att man inom verksamheten hittar sätt att skapa runda hörn till en kvadratisk kloss som vill in i ett runt hål. I museers fall idag skulle detta kräva samarbeten mellan de med digital kompetens och de med samlingsförvaltande kunskaper, vilket informanternas svar också vittnar om har ökat under pandemin. För omstruktureringen att gå till ett, om än tillfälligt, övervägande digitalt fokus bör förvalta denna kombination av ansvarsområden för att fortsätta upprätthålla verksamhetens mål och syften. Som Kalay hävdar, inom både samlingsförvaltande yrkesroller och de mer digitala så består de av egna metoder, vanor och kunskaper (s. 9). Man vet hur något utförs, men är ofta mindre medveten om att det ingår i en yrkesspecifik praxis. Har de olika yrkesgrupperna inflytande över varandra och samarbetar med god dialog har digitaliseringsprocessen potential att fungera smidigare (ibid.).

14.2 Risker och farhågor

Föregående frågor har alltså gett svaren att man *har* upplevt en förändring i verksamheten genom coronapandemins intåg, likaså en ökad digitalisering. Därmed ställdes en fråga om huruvida det kan finnas några upplevda risker eller farhågor med att genomgå en sådan process. Den digitala producenten inledde med att svara att ”det folk är rädda för på mitt museum, det är ju att vi vill ha en hög grad av finansiering genom fysiska besök” och menade att man först inte tog betalt för sina digitala aktiviteter:

Jag tror det är en mix av att man inte har orkat, inte har kunnat och inte har vågat testa betalmodeller på nätet. Det är lite oklart varför, måste jag erkänna. Men jag tror att det är, liksom, en osäkerhet och en rädsla kombinerat med att det då har varit hård belastning på den personal som inte har varit permitterad.

Under året som gått har hen dock kunnat se rädslan omvandlas till handlingskraft:

På hösten tror jag att [besökare] var mycket mer vana vid att [generellt] börja betala för digitalt innehåll. Det har ju snabbats på av att många har behövt konsumera kultur och upplevelser hemifrån för att alla konserter och allting har varit inställt. [...] Men museerna har inte riktigt haft...det är något som har saknats där, som gjort att vi inte riktigt vågat ta det klivet till att testa att ta betalt, det tog liksom ett helt år att landa i det.

Avdelningschefen menade att hen personligen inte riktigt upplevde några risker, men att det upplevdes bland andra i organisationen vilket skulle kunna bero på olika yrkesroller. Hen menade att det digitala utbudet är här för att stanna och att man inte kommer gå tillbaka till att bara ha fysiskt utbud. Dock skulle det inte betyda att det fysiska och digitala är samma sak, utan att de kan bestå av olika teman och typer av program just för att de inte visat sig vara helt översättningsbara sinsemellan. Vidare förklarades:

Men då kommer farhågan, upplever jag finnas i organisationen hos vissa, att man kanske känner att vi blir...att det digitala får ta överhanden så att vi tappar fysiska besökare. Vi tappar, liksom, våra fysiska platser, det inte blir de här ”destinationerna” som de kanske har varit förut. Den farhågan skulle jag säga har lyfts i organisationen. Jag ser mer att vi har mer att vinna, det är min roll. Ja, jag tänker och vill att vi ska nå fler.

Oro över att de fysiska besöken ska utebli fanns även hos kommunikätörens museum, vars första svar var ”det stora är ju kanske det om besökare” på frågan om risker eller farhågor och menade att ”man vill ju sälja mycket [genom fysiska besök]. Så är det, tyvärr. Även om man vill erbjuda bra grejer så vill vi också tjäna pengar”. I relation till att man under pandemin hade behövt permittera personal upplevde hen att det satte mer press på kommunikätörsrollen:

Det skapar ju en speciell känsla av tryck och engagemang. [...] Det är fortfarande samma mängd jobb, om inte mer, eftersom det är stressen att du behöver lära dig nya verktyg, för nu ska vi alla kunna kriskommunikation, som vi exempelvis fått utbildning i. Att veta vad vi bör tänka på om vi kommer ut i nyheterna, hur kommunicerar vi då? Stressen att behöva sig lära sig något nytt men också att kanske inte behålla sitt jobb.

Ur svaren framkommer två intressanta aspekter – en finansiell samt uttryck om rädsla och oro. Den finansiella aspekten har främst att göra med uteblivande fysiska besökare som i huvudsak varit den mest inkomstbringande faktorn för flera museer, antingen genom inträden eller till exempel särskilda utställningar. Därför går det att se museer också som företag, ett perspektiv som inte alltid lyfts i offentliga samtal eller dokument som betonar museer som kunskapsinstitutioner med en folkbildande roll. Oavsett om museernas intäkter går till att utveckla den egna verksamheten eller om det finns privata intressen bakom dem är det alltså något som blivit en märkbar skillnad, som det digitala formatet till synes inte kunnat råda bot på. De blir sårbara i en situation av nedstängning som blottlägger den ekonomiska utsattheten som i grunden länge funnits, likt det som Sveriges Museers generalsekreterare Jeanette Gustafsson talade om. Detta har, enligt informanterna, sedermera lett till oro för respektive museums fortlevnad eftersom det digitala formatet och utbudet inte kunnat säkerställa samma typ av inkomst, och om man skulle börja ta betalt för dem är man kanske inte lika säker på att de har samma genomslagskraft som det fysiska. Med andra ord framträder oro och rädsla, begrepp som alltså explicit uttrycks, i en tid av förändring. Det verkar vara svårt också för informanterna att konkretisera vad oron mer kan basera sig på, och talar för att det kan vara en generell stämning på arbetsplatserna som kan ha förstärkts av distansarbete, vilket samtliga informanter behövt utföra. Genom att ha fråntagits möjligheten till delvis formella men också informella samtal, på lunchrasten eller i fikarummet, har man inte längre möjlighet till att på samma sätt som tidigare ta del av sammanhang där man mer eller mindre förutsättningslöst kan spåna och samtala med sina kollegor. Om detta sade den digitala producenten:

Det är tydligt att samvaron mellan personalen, liksom, de spontana konversationerna och allt det där, har blivit väldigt svårt för oss att återskapa eller svårt för oss att genomföra digitalt. Det har varit svårt att fånga upp, liksom, de här idéerna eller tankarna som alla har, fast alla har dem separat utspridda.

14.3 Besökare och kommunikation

Eftersom fysiska besökarsiffror är bärande för många museiverksamheter ställdes en fråga om huruvida besökare har något inflytande över det digitala utbudet, om och hur de uttrycker förfrågningar och hur den dialogen kan se ut. Frågan ställdes också för att sätta svaren i relation till Henry Jenkins konvergensteori med fokus på deltagarkultur. Jenkins menar att mediekonvergens inte enbart är ett tekniskt skifte från en medial form till en annan, exempelvis från analogt till digitalt, utan att det representerar ett paradigmskifte i kulturella och sociala aspekter där konsumenter får verktyg att söka information och göra kopplingar mellan spritt medieinnehåll (2012). Vidare bygger hans tankar om deltagarkultur på att detta paradigmskifte inne-

bär att allmänheten inte bara är mediekonsumenter utan också medproducenter som med sitt aktiva deltagande är väsentliga för spridning av kunskap och budskap. Bland de svar informanterna lämnade kan man ana en bekräftelse av Jenkins idéer: man har tillämpat besökarens inflytande på olika sätt, men att inflytandet generellt *finns* och att besökarna har förstått att de kan använda olika kanaler till just detta.

Den digitala producenten menade att det skiljer sig i hur olika museer arbetar, om man driver sin egen linje eller låter sig påverkas av andra institutioner. Vidare menade hen att hens arbetsplats styrs genom att de prioriterar innehåll som får bred spridning med motiveringen att ”det är de siffrorna vi tycker är kul och mäter oss själva på”. Spridningen menas i det här fallet vara sådant som får engagemang i sociala medier: kommentarer, gilla-markeringar och delningar som talar för hur mottagarna upplever innehållet. Hen fortsatte:

Genom att publiken reagerar på det vi publicerar så förstärker det tendenserna i det vi lägger ut. Så skulle jag säga att det påverkar, snarare än att man skriver till oss och säger ”lägg ut mer bilder på [innehåll]” så blir det genom reaktionerna vi får. Det blir en tydligare och tydligare linje i det vi lägger ut. [Sociala medier] förstärker ju ett konsekvent innehåll där det är mycket av samma sort. Så den algoritmen förstärker, liksom, att man gör mer av samma. Inte för spretigt och varierat. Då fattar inte algoritmen vad man håller på med och då blir det mindre ”reach”.

På kommunikatorens avdelning framgår än en gång att det är målgrupperna man i första hand har i åtanke. Hen förklarade att man nyligen gjort en analys för sin målgrupp gällande vad de tycker är intressant och var deras värderingar ligger, i vilka det framgick att hållbarhetsfrågan var viktig. Detta har sedermera lett till att man försökt ta fram ett utbud som matchar det besökarna vill se mer av. Vidare förklarades det att målgruppen alltså har en uppenbar påverkan, men att det är en lång process att till exempel ta fram en utställning som går efter deras önskemål. Hen tillade att man emellanåt också använder sina sociala medier för att se vad besökare uttrycker för konkreta frågor eller önskemål.

För avdelningschefens del har man kunnat få feedback och kontakt direkt kopplat till att man besökt museibygnaden eller workshops och uttryckt konkreta önskemål på att vilja få lära sig mer om något ämnesspecifikt. Under pandemin har man till och från haft småskaliga aktiviteter i just museibygnaden och vidare förklarar avdelningschefen att:

Det var ju synd att det inte var sjösnatt än [när pandemin slog till], för vi var precis på väg att följa upp våra digitala programpunkter och skicka och ta in enkäter, helt enkelt, på de som har deltagit för att få mer data kring det för att utveckla verksamheten. Den dialogen har vi ju fört i fysisk form förut men vi har inte systematiserat den än för det digitala.

I relation till att hens arbetsplats vanligtvis inte har ”jättehöga besökssiffror fysiskt” så menar hen också att de just nu inte får någon större mängd feedback på vad folk vill se eller upplever

som bra utbud med anledning av att museet eventuellt är något okänt. ”Det tänker jag också kommer i takt med tiden ju mer etablerade vi blir, liksom, flera geografiska områden i landet. Det ser jag fram emot, måste jag säga”, och hänvisar således också till den upplevda räckvidd över hela Sverige som det digitala utbudet fått under pandemin genom bland annat sociala medier.

Ur dessa svar framträder sociala medier som en viktig faktor för kontakt och inflytande, och att det *finns* ett inflytande från besökarna, men också andra insatser som är kopplade till specifika målgrupper eller en särskild programpunkt. Användandet av sociala plattformar är inget nytt för något av informanternas respektive museum, men den digitala producentens tankar om algoritmer och räckvidd (reach) bär på ett intressant perspektiv och berättar någonting om villkoren för hens yrkesroll som kan ändra museernas digitala närvaro och utbud. Till skillnad från att besökarna träder in i ett fysiskt museirum där innehållet kan presenteras tämligen mer spretigt och omfattande där rummet i sig är det som håller ihop konceptet, så kan det digitala få effekten att man kurerar innehållet på andra sätt kring det egna varumärket. Alltså blir algoritmer hos sociala medier viktiga i ett digitalt utbud just för att man behöver hålla sig närmare sitt varumärke och sin ”linje” för att öka räckvidden för innehållet. Det blir över tid något som publiken vänjer sig vid och fortsatt förväntar sig att få, och då kan man möjligen se en effekt som kan få mer bestående förändring på grundsynen av museiinstitutionen. I och med det mer digitalt kurerade innehållet som enligt nuvarande algoritmer alltså inte kan vara lika spretiga som i museirummet så kan de också anpassas efter olika sociala kanaler, exempelvis bildbaserat på bilddelningsapplikationen Instagram och mer textbaserat på Facebook. På så sätt skapas en vana hos museibesökaren som vet var hen kan hämta olika typer av information och göra kopplingar mellan spritt medieinnehåll, precis som Jeknins menar. Vidare menar Giaccardi, med stöd i Jenkins, att digital deltagarkultur inte bara ska vara *att* man vet att man kan påverka en kulturinstitutionens utbud utan också att man, när man väl gör det, *vet* att det är värdefullt för mottagaren, exempelvis museet (2012, s. 3, 7). Detta förutsätter då att museerna bjuder in till åsikter, vilket informanternas museer bevisligen gör genom exempelvis enkäter, målgruppsanalyser och kommentarsfält som i förlängningen styr vilket utbud som tas fram.

14.4 Materialitet och autenticitet

Nezar Alasyad skriver i *New Heritage: New Media and Cultural Heritage* att traditionell syn på autenticitet inom kulturarvssektorn bör upphöra eftersom ursprunget fråntagits vad som betraktas som autentiskt sedan länge, och syftar på de bevarandeideologier som finns inom AHD (2008, s. 166). I museers fall är de föremål och berättelser som presenteras inte rent autentiska eftersom de redan förts från sitt ursprung till en ny kontext, och således refererar de endast till sitt ursprung ur en formaterad blick på det sätt, och av vem, de presenteras. Således bör det digitala formatet göra en liknande sak med autenticitetsfrågan, med samma formaterande blick om museet är avsändare. Vad man ifrågasätter inom museisektorn verkar istället vara frånvaron av den fysiska aspekten. I samma antologi argumenterar Fiona Cameron för ett nytt sätt att betrakta museala föremål i digitala format, för att lätta på spänningarna i samtalen om när utbud

sätts i digitalt sammanhang. Hon menar att Andre Malrauxs idéer om ”museum utan väggar” och museernas karaktäristiska sätt att citera och hänvisa till föremålets historier är väsentliga för att betrakta objekten som bärare av större sociala och kulturella system (s. 182). Vidare menar hon, och hänvisar till Alexandria Bournia, att det således finns ett behov av att sluta se fysisk materialitet som signifikant, just för att kulturarv inte måste vara fysiska föremål utan att se att de i digital form kan få nytt liv, och väcka nya sociala värden för att förstå kulturarv som fält och sedermera också oss själva (ibid.). Med detta i åtanke ställdes en fråga om vikten av materialitet och autenticitet till informanterna, huruvida man i respektive verksamhet funderat kring det i relation till det digitala formatet.

För kommunikatörens del var svaret att man börjat lyfta denna fråga internt men inte landat i något konkret svar än. Som exempel lyftes en av deras fysiska utställningar där man innan pandemin hade byggt upp en miljö som skulle stimulera alla sinnen vilket var ett projekt man upplevde tappade en viktig aspekt: ”där behövde man ju göra om på den fysiska platsen och istället beskriva hur det ska kännas”. Hen förklarade att om platsen visades upp digitalt så skulle det gå att kompensera genom att en guide ”ger dig känslan på ett annat sätt, liksom, som använder sina armar, kroppsspråk och kanske beskriver det på ett djupare sätt” än bara i textform på webben. På webben skulle det alltså också vara görbart men upplevs inte helt oproblematiskt och kommunikatören menade vidare att man inte vill göra en sådan typ av text för lång med risk att tappa läsarens intresse eller inte stimulera fantasin tillräckligt mycket.

Den digitala producenten menade att föremålsmaterialitet snarare är ett medel för upplevelse än för kunskapsuppbyggnad, samtidigt som exempelvis intendenterna vid hans museum ”älskar föremålen just som sätt att utvinna kunskap om livet förr i tiden”. Hen förklarade sitt förhållningssätt:

Jag tycker ofta att det hittas på andra sätt och så är föremålen där för att väcka associationer, minnen, känslor. Det är den funktion de fyller för mig. Men för många andra så fyller de också den här kunskapsaspekten. Det tycker jag generellt, att museiupplevelsen är det som är svårt att flytta ut på nätet.

Däremot menade hen att rollen som kunskapsinstitution ofta gör sig bäst digital, att det är lättare att ta del av deras kunskapsinnehåll ”hemma från soffan” istället för att behöva anpassa sig till eventuella öppettider eller geografisk plats. Hen förklarade att det kan upplevas som en krock mellan museets dubbla uppdrag som ”nöjespark” och som arkiv eller bibliotek:

Arkiv och bibliotek skulle vara mycket lättare om vi hade allt digitalt och bara gjorde digitalt, medan upplevelsen bygger på en social, fysisk upplevelse och plats där man träffas och gör en utflykt och sätter av tid för sina kompisar och sin familj.

Hen menade också att VR (virtual reality) är vad ”alla drömmer om”, men innan det finns lätt-tillgängligt är den delen av museiverksamhet svår att återskapa eller transformera digitalt. Snarare, menade hen, att man kan jobba med mer kunskap och inspiration och nyfikenhet, snarare än med känslor och upplevelser.

Ett liknande spår var avdelningschefen inne på, som menade att problematiken kring materialitet och autenticitet finns, men att det beroende på typ av digitalt utbud man erbjuder kan hanteras på olika sätt och handlar delvis om inställning. Hen menade att ”det kanske faktiskt ändå är nyttan med att få ta del av någonting digitalt som är större än att inte få ta del utav det alls” och att det är det kunskapsstärkande man kan rikta blicken mot:

Plötsligt så når vi någon uppe i Kiruna som inte skulle vara med annars, och det är ju en jättevinst. Och det märker vi också i feedbacken som vi får från våra kursdeltagare, eller våra programdeltagare, att ”vad kul, jag kan vara med på det här”, och det är ju en vinst i sig.

Samtidigt var hen medveten om att det finns besökare som har en egen uppfattning av vad man får när man besöker museet. Till dessa skulle det kunna bli svårare att sälja in det digitala utbudet, eftersom de en gång haft upplevelse av det fysiska, men menar att det inte behöver betyda att någonting är sämre eller bättre. Internt och inom museisektorn menade hen:

Vi blir ju, liksom, nördiga, att ha upplevt det på en plats eller i en kontext. Men där tror jag faktiskt att vi får sluta med att överföra det på andra, utan mer hitta paketeringar för ett digitalt erbjudande som funkar. Och inte låta våra egna känslor stå i vägen för det.

Det här var en fråga som alltså ställdes för att försöka få inblick i hur diskussionerna på ett museum kan se ut när det bekanta, analoga formatet otillgängliggörs och måste omprövas i relation till det digitala. Det framgår från informanternas svar att det är en fråga vars lock man lyft på, men talar också för att det finns skiftande uppfattning om detta inom de egna verksamheterna, vilket skulle kunna bero på hur man personligen och internt värderar autenticitet baserat på en traditionell uppfattning om vad ett museum är. Avdelningschefen för publik verksamhet uppmanar, enligt sina svar i intervjun, till en ändrad syn för hur man värderar det – att inte ställa fysiskt och digitalt i motsats till varandra och heller inte att förkasta det digitala formatet. Jeff Malpas menar i *New Heritage: New Media and Cultural Heritage* att det inte råder några tvivel om att kulturarvets betydelse ligger i det sätt det berättar något om oss själva, vår kultur och omvärld men att digitaliserat kulturarv ger oss större förmågor att komma till dessa insikter genom dess förmåga att tillgängliggöras, spridas och användas (2008, s. 20). Han talar alltså om, likt det avdelningschefen menade, att uppleva någonting digitalt än inte alls ändå är att konsumera kulturarv och nå dessa insikter utan att behöva tänka på geografiska förutsättningar. Detta skulle befästa museets roll för kunskapsuppbyggnad via bredare tillgänglighet, något även den digitala producenten antydde.

14.5 Lärdomar och framtidens yrkesroller

Som sista aspekt i intervjuerna lyftes frågor om man dragit några lärdomar under pandemin och hur man tänker sig att det digitala formatet kan påverka museer och yrkesroller efter dess slut. Där menade avdelningschefen att roller som sin egen alltid kommer att finnas men att de färdigheter som kommer krävas av den kan komma att ändras:

Man får ju inte leva i en tillvaro där man tror att allting alltid är som det är, utan det är ju på något vis förändring som är lite mer det naturliga i universum. [...] Men det ser vi ju redan nu att vi behöver [generellt]. Vi har redan identifierat att vi har lite för lite digital kompetens men vi lägger in stora kompetensutvecklingsinsatser hos befintlig personal som kopplar det till nya medier och digitala frågor.

Dessa insatser menade hen handlar om allt som har med producerandet kopplat till förmedlandet att göra, och att det i utställningsmediet kommer komma mycket mer digitala lösningar. Detta som ett led i att museisektorn redan är väldigt interaktivt driven och har varit det i flera decennier.

Kommunikatören anar att pandemin kommer lämna efter sig ett behov av att en kommunikatör behöver kunna vara skribent och parallellt kunna klippa film och behärska exempelvis SEO (sökmotoroptimering), och menar att de specialistroller inom yrkeskåren som finns idag kommer att försvinna, åtminstone till en början:

Jag tror att som ingång behöver du ha en generell kunskap. Sen, med åren kommer kanske specialistrollen tillbaka, med jag tror att man nu vill ha så få anställda som möjligt som kan så mycket som möjligt. Och vi behöver alla ha grundkunskaperna på en ännu högre nivå framöver.

Den digitala producenten använde frågan till att ta ett helhetsgrepp och sa:

Jag lite tror, och lite hoppas, att det blir ett sätt att uppfylla vår roll som kunskapsinstitution där vi är kompisar med arkiven, biblioteken och public service. Där tror jag och hoppas att vi förstått att vi kan effektivisera digitalt för det går att nå ut mycket bredare med den kunskap som vi sitter på.

Som framtidsspaning hoppades hen att museiupplevelsen kan kännas mer ”exklusiv och häftig” och likställde det med behovet och viljan att gå på bio trots att det finns streamingtjänster. Den potentialen menar hen att arbetsplatsen ”kanske inte riktigt förstått innan eftersom nättillvaron växt fram parallellt med att museer betett sig ungefär som tidigare” och att det framöver då kan bli mer fokus på känslorna i museibesöket.

Inom kritiskt kulturarvsperspektiv intresserar man sig för *hur kulturarv görs*, snarare än att det *är* ett ting. Sedermera är det därför också intressant att förstå av vem kulturarvs görs, och en viktig faktor är här de som arbetar med kulturarvsförvaltning varpå frågan om framtidens yrkesroll ställdes. Detta i relation till att man inom forskningsfältet vill dekonstruera det format som *Authorized Heritage Discourse* står för, det vill säga länge dominerande maktstrukturer och framhållandet av expertis i en hegemonisk struktur med bevarandeideologier. Som Witcomb och Buckley förklarar: "the future development of heritage studies will require both provocation and engagement with professional practice" (2013, s. 574). Svaren som informanterna gav tyder på att man kommit till insikt att det krävs en ny typ av kompetens i och med det accelererade behovet av ett digitalt utbud. Så som det framgår i vittnesmålen är det inte rent digitala strategier med bakgrund inom IT-fältet som behöver tillsättas, utan en kompetens kombinerad med förståelse och kunskap om kulturarvsfältet. Även om dessa inte tillhör, eller kommer tillhöra, den diskurs som är AHD så är det ändå en viktig fråga att ställa sig vad det gör med museisektorn och kulturarvsfältet när det kommer finnas drivande krafter som utför arbetet med att digitalt tillgängliggöra kulturarv. Kommer det skapa ojämlika maktstrukturer mellan dem som behärskar tekniken och dem som arbetar mer analogt och därmed skapa nya klyftor inom fältet? Eller kommer det, baserat på informanternas indikationer på insatser för generell kompetenshöjning av museianställdas digitala kunskaper, skapas en mer jämlik plattform av kunskap och därmed minska interna maktförhållanden?

DEL III: AVSLUTANDE DISKUSSION

Denna uppsats har syftat till att undersöka hur coronapandemin påverkat, och ännu påverkar, svenska museers digitaliseringsprocesser i att erbjuda ett digitalt utbud när de fysiska musei-byggnaderna till stor del har fått stänga. Detta genom ett teoretiskt ramverk som omfattar kritiskt kulturarvsperspektiv och frågor om deltagande och mediekonvergens. Valda metoder har varit kritisk diskursanalys och semistrukturerade intervjuer. Uppsatsen har utgått från frågeställningar om hur digitaliseringen uppträtt tidigare och hur det såg ut vid tiden före coronapandemin, hur processen har beskrivits i media och av museianställda, samt vad en digitaliseringsprocess kan innebära för konsumtionen av kulturarv.

Pandemiåren 2020–2021 har visat att museisektorn haft mer eller mindre digitala strategier sedan tidigare, men att omställningen krävt nya kreativa lösningar. Sett till de analyserade digitaliseringsplanerna från tre museer så påvisas strategier för, medvetenhet kring, och ambitioner med en digitaliseringsprocess sedan åtminstone fem år tillbaka, men uttrycker också att det funnits tidigare än så. Tillgänglighöret för allmänheten går som en röd tråd genom ambitionerna för dessa, och påträffas även i samtalen som pågått i medier under coronapandemin. Där analyserade digitaliseringsplaner tagits fram parallellt med en fysisk verksamhet är det emellertid svårare att urskilja hur de menar att dessa strategier skulle fungera *utan* en fysisk verksamhet, men det var säkerligen inte heller deras intentioner. Där digitaliseringsplanerna nästan uteslutande talar om särskild utvald resurs för digitaliseringsarbete innan pandemin vittnar intervjuerna, och även delar av analyserad media, om omstruktureringar som inneburit att ytterligare personal på museerna fått ta sig an digitaliserande arbetsuppgifter. Där det tidigare fanns en tanke med enbart specialistroller framkommer nu parallellt en generell kompetenshöjning. Men återkommande i undersökningen har det också gått att lyfta frågan om den digitala kompetensen som en maktfaktor i relation till ”de andra” som inte har den. Det som uppsatsens undersökning visat är att pandemins digitala påverkan antyder ett framväxande av ett nytt expertisområde. I tider av bristande digital källkritik och ”fake news” blir sakkunskap och expertis av stor betydelse och kan komma att bli en fråga som museisektorn behöver lyfta; inte minst i relation till det framhävande av expertis och bevarandeideologier som finns inom det Laurajane Smith kallar för *Authorized Heritage Discourse*. Där AHD är orienterat mot materialitet så är det materiella fortfarande centralt för många museer. Där behöver man istället undersöka huruvida de digitala arbetssätten kan kombinera detta med att stärka även de immateriella kulturarven.

Museiväsendet med det fysiska utställningsmediet har länge varit ohotat, bortsett från rent ekonomiska aspekter, och där museernas digitala plattformar verkat för att guida och hänvisa till den fysiska upplevelsen – inte alltid varit en upplevelse på egen hand. Nu har man istället behövt ställa om hela upplevelsekedjan och skapa attraktivt utbud online för att behålla sitt rykte och både sin lojala, men också förhoppningsvis nya, publik. En stor fördel med att inte

haft fullskalig digital närvaro hittills är däremot att det finns mycket att utforska och en möjlighet till att simultant i armkrok med andra verksamheter skapa en ny standard. Vidare vittnar delar av medierna och intervjuerna också om hur det under pandemin, trots press och permitteringar, frigjorts tid för att utforska det digitalas möjligheter. Därtill har man försökt skapa nyhetsvärde och exklusivitet genom att ta fram tidigare otillgängligt material ("dolda skatter") men också försökt arbeta i medvind med pandemin: folkbilda och erbjuda utbud om pandemin som sådan som samtidsdokumenterande faktor. Men experimentlustan har också påvisats leda till en känsla av "baksmälla", som den intervjuade digitala producenten menade hade att göra med sin arbetsplats permitteringar. Trots olika yrkesroller bekräftar många gånger informant-erna varandras erfarenheter som verkar ha varit av liknande karaktär, och det har också framkommit att det finns ekonomiska aspekter av museerna som kan likställas vid att de bedrivs som företag där främst de fysiska besökarna är den högsta inkomstkällan. Därmed uppstår en intern konflikt om huruvida man ska värdera och ta betalt för digitalt utbud för att fortsatt bedriva verksamhet.

Medan man gång efter annan i digitaliseringsplanerna betonar vikten av samarbete mellan institutioner, vilket också Riksantikvarieämbetet uppmanar till på sin samlingssida om digitalisering, finns också ett inbäddat belöningsystem i museisektorn som mäter framgång museerna sinsemellan vilket lyftes under analysen om medier. Det finns ekonomiska medel att söka, priser att vinna och medial uppmärksamhet vilket museerna rimligtvis är angelägna om att få. Därför kan det uppstå situationer eller sektorspecifika hierarkier som använder dessa faktorer som måttstock för hur väl utformade digitaliseringsstrategier man har. Risken blir att detta är något som andra verksamheter jämför sig med på bekostnad av det egna verksamhetssyftet när man eventuellt försöker stöpa sig efter en på förhand gjuten form för digitalisering. Vidare finns också en stark politisk diskurs som styr museisektorn och dess strategier, där det i huvudsak är politiska direktiv och målsättningar med bland annat en museilag som utgör det svängrum museerna har att utforma sina verksamheter inom.

Om digitala insatser är till för att tillgängliggöra kulturarv och bildning och nå nya målgrupper måste man också definiera vilka dessa är, också för att förstå hur konsumtionen av det kulturarv man förvaltar kan komma att se ut. För att göra detta med framgång så kräver det resurser och strategier som behöver genomsyra både produktion och framställning av utbud men också kommunikationen, en ytterligare (intern) samverkansaspekt. Det finns bevisligen på svenska museer idag men vad analysen påvisar är, eller har, det inte alltid varit helt klart vilka man vill nå med sina digitala insatser. Detta förutsätter dock att man frångår tanken om att museibygnaden är kärnan i det man erbjuder och dekonstruerar det som gör ett museum till just ett museum. Museernas exklusivitet ligger i att de kan erbjuda samlingar och expertis som är svår att finna på andra håll och samlade under ett tak, och att de många gånger erbjuder historisk förankring som är viktig för kollektivt identitetsskapande. Även om museer finansieras olika och är av olika karaktär så är en gemensam nämnare att man har en samhällsroll som just kunskapsförmedlare och folkbildare. Samlingarna och kunskapen är oersättligt värdefulla resurser

som det alltid kommer finnas personer som är villiga att betala för, bara man kommunicerar ut det man erbjuder på ett sätt som speglar samtiden och som visar att man förstår – eller vill förstå – det digitala mediet. Ett digitalt tillgängligt kulturarv är sedermera också ett kulturarv, och uppfyller önskemål och politiska direktiv på tillgänglighet som demokratisk fråga. Därför är också den deltagande aspekten viktig att utgå efter. Att bara göra något *tillgängligt* för konsumtion lär inte vara tillräckligt, utan man måste också kommunicera ut att man vill att besökarna ska *använda* utbudet, och guida dem i hur de ska gå tillväga.

Den uppenbara avsaknaden av röster som motsätter sig digitaliseringen är en ytterligare intressant faktor som analysen lyft. Viktigt är dock att komma ihåg att det står i många museers uppdrag att arbeta för en långsiktigt strukturell digitalisering. Men, vad betyder det att det är övervägande starkt positiva röster som hörs? Vittnar det om att man utgår från en intimideringsretorik som porträtterar sina tänkta motståndare som kritiska bakåtsträvare vilka inte har en plats i den postulerade framtiden, eller finns det mer stängda forum där den som inte ser digitaliseringen som en ”frälsande kraft” får utrymme att uttrycka sig? Denna aspekt har uppsatsen haft svårigheter att besvara. Vidare har det under den tid som uppsatsen skrivits uppkommit fler platser och forum för diskussion om coronapandemin och digitalisering, men som på grund av begränsningar i tid och omfattning inte kunnat ses till, där denna aspekt möjligen kan ha lyfts. I vilket fall som helst menar jag att det här är en viktig aspekt att begrunda när man i framtida forskning ser tillbaka i retrospektiv på hur pandemin påverkat museisektorn och de åsiktsbildningar man kan komma att finna.

Det råder inga tvivel om att det inte är samma sak att konsumera kulturarv, se ett konstverk eller föremål, på en skärm som det är att göra i verkligheten. Men kanske är det inte den faktorn man ska försöka efterlikna när man digitaliserar sitt utbud. Kanske är det så att faktumet att lära sig någonting från hemmet, där man känner sig som tryggast, faktiskt bidrar till någonting i upplevelsen och bildningen som det eventuellt auktoritära museirummet i viss mån kan hämma. Det behöver inte på något sätt betyda att det digitala i slutändan ska ersätta det fysiska, utan kan istället ses som ett kompletterande verktyg. Det kan betraktas som något med nya, unika förutsättningar för en ny form av kulturarvskonsumtion och museiidentitet att uppstå.

KÄLLFÖRTECKNING

Otryckta källor

Muntliga källor

Digital producent, personlig intervju 2021-04-19

Avdelningschef för publik verksamhet, personlig intervju 2021-04-19

Kommunikatör, personlig intervju 2021-04-29

Föreläsning

Föreläsningar under Digital Summit 2021, Museum Next, 2021-02-22–2021-02-26

Tryckta källor

Litteratur

Affleck, Janice (red.), E. Kalay, Yehuda (red.) & Kvan, Thomas (red.), *New heritage: New Media and cultural heritage*, Routledge, London 2008

Alasyad, Nezar, “Consuming heritage or the end of tradition: The new challenges of globalization”, *New heritage: New media and Cultural Heritage*, Affleck, Janice (red.), E. Kalay, Yehuda (red.) & Kvan, Thomas (red.), Routledge, London 2008

Alvesson, Mats, *Intervjuer: Genomförande, tolkning och reflexivitet*, Liber, Stockholm 2011

Alvesson, Mats & Sköldberg, Kaj, *Tolkning och reflektion: Vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*, Studentlitteratur, Lund 1994

Arvanitis, Konstantinos, “Museums Outside Walls: mobile phones and the museum in the everyday”, *Museums in A Digital Age*, Parry, Ross (red.), Taylor & Francis Group, London 2010 (e-bok)

Bohman, Stefan & Lindvall, Karin ”Museerna i samhället och samhället i museerna. En positionsangivelse”, *Museer och kulturarv*, Palmqvist, Lennart & Bohman, Stefan (red.), Carlssons, Stockholm 2003

Bonde Thylstrup, Nanna, *The Politics of Mass Digitization*, MIT Press, Cambridge 2019

Boreus, Kristina & Seiler Brylla, Charlotta, "Kritisk diskursanalys", *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*, Boréus, Kristina & Bergström, Göran (red.), Studentlitteratur, Lund 2018

Bryman, Alan, *Samhällsvetenskapliga metoder*, Liber, Stockholm 2018

Cameron, Fiona, "The politics of heritage authorship: The case of digital heritage collections", *New heritage: New media and Cultural Heritage*, Affleck, Janice (red.), E. Kalay, Yehuda (red.) & Kvan, Thomas (red.), Routledge, London 2008

Dalen, Monia, *Intervju som metod*, 2., utök. uppl., Gleerups utbildning, Malmö 2015

Fairclough, Norman, *Discourse and Social Change*, Polity Press, Cambridge 1992

Fairclough, Norman, *Critical discourse analysis: The Critical Discourse of Language*, Routledge, London 2010

Giaccardi, Elisa (red.), *Heritage and Social Media: Understanding Heritage in a Participatory Culture*, Taylor & Francis Group, London 2012

Hooper-Greenhill, Eilean, *Museums and the Interpretation of Visual Culture*, Routledge, London 2000

Jenkins, Henry, *Konvergenskulturen: Där gamla och nya medier kolliderar*, New York University Press, New York 2006

Jenkins, Henry, *Konvergenskulturen: Där gamla och nya medier kolliderar*, Daidalos, Göteborg 2012

Kvan, Thomas, "Conclusion: A future for the past", *New heritage: New media and Cultural Heritage*, Affleck, Janice (red.), E. Kalay, Yehuda (red.) & Kvan, Thomas (red.), Routledge, London 2008

Malpas, Jeff, "Cultural heritage in the age of new media", *New heritage: New media and Cultural Heritage*, Affleck, Janice (red.), E. Kalay, Yehuda (red.) & Kvan, Thomas (red.), Routledge, London 2008

Müller, Klaus, "Museums and Virtuality", *Museums in A Digital Age*, Parry, Ross (red.), Taylor & Francis Group, London 2010 (e-bok)

Russo, Angelina, "The rise of the 'media museum': creating interactive cultural experiences through social media", *Heritage and Social Media: Understanding Heritage in a Participatory Culture*, Giaccardi, Elisa (red.), Taylor & Francis Group, London 2012

Parry, Ross (red.), *Museums in A Digital Age*, Taylor & Francis Group, London 2010 (e-bok)

Roberts, Andrew, "The Changing Role of Information Professionals In Museums", *Museums in A Digital Age*, Parry, Ross (red.), Taylor & Francis Group, London 2010 (e-bok)

Rouso, Maria, "The components of engagement in virtual heritage environments", *New heritage: New media and Cultural Heritage*, Affleck, Janice (red.), E. Kalay, Yehuda (red.) & Kvan, Thomas (red.), Routledge, London 2008

SFS 2017:563. *Museilag*.

Silberman, Neil, "Chasing the unicorn?: The quest for "essence" in digital heritage", *New heritage: New media and Cultural Heritage*, Affleck, Janice (red.), E. Kalay, Yehuda (red.) & Kvan, Thomas (red.), Routledge, London 2008

Smith, Laurajane, *Uses of Heritage*, Routledge, London 2006

Smith, Laurajane & Waterton, Emma, *Heritage, Communities and Archaeology*, Gerald Duckworth & Co. Ltd., London 2009

Stig Sørensen, Marie Louise & Carman, John, *Heritage studies: Methods and approaches*, Routledge, London 2009

Walsh, Kevin, *The representation of the past: Museums and Heritage in the Post-Modern World*, Routledge, London 1992

Williams, David, "A Brief History of Museum Computerization", *Museums in A Digital Age*, Parry, Ross (red.), Taylor & Francis Group, London 2010 (e-bok)

Winther Jørgensen, Marianne & Philips, Louise, *Diskursanalys som teori och metod*, Studentlitteratur, Lund 2000

Elektroniska källor

Borck, Larissa, "Larissa Borck: Hur kan museer nå sin publik och uppnå sina mål i coronatider?", *Stafettbloggen*, *Sveriges museer* 2020-03-20, hämtad från:

<http://www.sverigemuseer.se/nyheter/2020/03/larissa-borck-hur-kan-museer-na-sin-publik-och-uppna-sina-mal-i-coronatiden/> (2021-04-13)

Carlsson, Rebecca, "Why we need museums more than ever", *MuseumNext* 2021-03-09, hämtad från: <https://www.museumnext.com/article/why-we-need-museums-now-more-than-ever/> (2021-03-15)

Digisam, "Om Digisam", hämtad från: <https://www.digisam.se/om-digisam/> (2021-03-28)

DIGARV, "Om DIGARV", hämtad från: <https://www.digarv.se/om-digarv/> (2021-03-31)

Fessé, Susanne, "Intervju med Maria Jansén", *Utställningskritik*, nr 6, 2020, hämtad från: <https://utställningskritik.se/2020-6/intervju-med-maria-jansen/> (2021-03-14)

Grinell, Klas, "Vad är ett museum?", *Utställningskritik*, nr 6, 2020, hämtad från: <https://utställningskritik.se/2020-6/vad-ar-ett-museum/> (2021-03-12)

Gustafsson, Jeanette, "Öppet brev till Kulturministern och dig som sitter i kulturutskottet", *Stafettbloggen, Sveriges Museer* 2020-04-09, hämtad från: <https://www.sverigemuseer.se/nyheter/2020/04/oppet-brev-till-kulturministern-och-dig-som-sitter-i-kulturutskottet/> (2021-04-18)

Gustafsson, Jeanette "800 miljoner fördelas i krisstöd 'Förväntar oss att det innefattar museerna' ", *Sveriges Museer* 2020-10-08, hämtad från: <https://www.sverigemuseer.se/nyheter/2020/10/800-miljoner-fordelas-i-krisstod-forvantar-oss-att-det-innefattar-museerna/> (2021-04-21)

Hartig, Kajsa, "Framtidens museum – hur vi skapar en engagerande digital närvaro", *IdeK* 2020-05-08, hämtad från: <https://www.idek.se/framtidens-museum-hur-vi-skapar-en-engagerande-digital-narvaro/> (2021-04-02)

Henriksson, Sally, "Forskare: kultur är viktigt i en pandemi", *Svenska Dagbladet* 2020-07-02, hämtad från: <https://www.svd.se/forskare-kultur-ar-viktigt-i-en-pandemi> (2021-03-21)

Historiska Museet, "Statens historiska museer stänger tillfälligt sina museer", [pressmeddelande via *Cision*] 2020-03-19, hämtad från: <https://news.cision.com/se/historiska-museet/r/statens-historiska-museer-stanger-tillfalligt-sina-museer,c3063949> (2021-04-02)

ICOM, *Museums, museum professionals and COVID-19*, *ICOM* 2020-05-26, hämtad från: <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Report-Museums-and-COVID-19.pdf> (2021-05-03)

Ivarsson, Måns, ”12 världsberömda museer du kan besöka från soffan”, *Allt om Resor, Expressen* 2020-03-17, hämtad från: <https://www.expressen.se/allt-om-resor/nyheter/12-varldsberomda-museer-du-kan-besoka-fran-soffan/> (2021-02-23)

Joelsson, Eva, ”Digitalt museimöte om digital omställning”, *Utställningskritik*, nr 4, 2020, hämtad från: <https://utställningskritik.se/2020-4/digitalt-museimote-om-digital-omstallning/> (2021-04-05)

Kahl, Sofia, ”Museer och arkiv får tio miljoner för digitalisering”, *Riksantikvarieämbetet* uppdaterad 2021-03-11, hämtad från: <https://www.raa.se/2021/03/museer-och-arkiv-far-tio-miljoner-for-digitalisering/> (2021-03-16)

Krantz, Elias, ”Beredskap på svenska museer för Coronabrott”, *Kulturnytt i P1, Sveriges Radio* 2020-03-04, hämtad från: <https://sverigesradio.se/artikel/7420755> (2021-03-27)

Kompetenscentrum för kultur och hälsa, *Ny studie om kulturens betydelse under coronapandemin*, Region Stockholm 2021, hämtad från: <https://kulturochhalsa.sll.se/kulturens-betydelse> (2021-03-19)

Loftrup, Jenny, ”Skissernas museum satsar på digitala workshops och konstvisningar”, *Lunds Universitet* 2020-04-08, hämtad från: <https://www.lu.se/artikel/skissernas-museum-satsar-pa-digitala-kreativa-workshops-och-konstvisningar> (2021-04-18)

Nordiska museet, *Digit@lt kulturarv – Stiftelsen Nordiska museets strategi och plan för digitalisering och tillgänglighet*, Stockholm 2016-02-08, hämtad från: <https://digisam.se/wp-content/uploads/2013/05/Digitaliseringsplan%20Nordiska%20museet%202016.pdf> (2021-02-24)

Regeringens proposition 2016/17:116, *Kulturarvspolitik*, Stockholm 2017-02-23, hämtad från: <https://www.regeringen.se/4933fd/contentassets/127b80d33b084194a415d72b85721874/161711600web.pdf> (2021-02-15)

Riksantikvarieämbetet, *Riktlinjer för digitalisering av kulturarvsmaterial på Riksantikvarieämbetet*, Stockholm 2015, hämtad från: http://samla.raa.se/xmlui/bitstream/handle/raa/9240/Rapp%202016_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y (2021-04-06)

Riksantikvarieämbetet, *Kulturarvsarbetet i samhällsutvecklingen: Redovisning av regeringsuppdrag om omvärldsanalys och kunskapsöversikt avseende kulturarvsområdet*. Stockholm 2016, hämtad från: https://www.raa.se/app/uploads/2017/08/Omv%C3%A4rldsanalyslutversion_med-bilagor.pdf (2021-04-03)

Riksantikvarieämbetet, *Kulturarvsarbetet i samhällsutvecklingen – Redovisning av regeringsuppdrag om omvärldsanalys och kunskapsöversikt avseende kulturarvsområdet*, Stockholm 2016, hämtad från:

https://www.raa.se/app/uploads/2017/08/Omv%C3%A4rldsanalysslutversion_med-bilagor.pdf (2021-03-17)

Riksantikvarieämbetet, *Museers digitala förmedling – Nulägesanalys med fokus på hur museer i Sverige använder digitala metoder, produkter och innehåll i utåtriktad verksamhet*, Stockholm 2018, hämtad från:

<https://www.raa.se/app/uploads/2018/04/Nul%C3%A4gesanalys-museers-digitala-f%C3%B6rmedling.pdf> (2021-03-12)

Riksantikvarieämbetet, *Uppföljning av hur museilagen tillämpas – Ett regeringsuppdrag*, Stockholm 2019, hämtad från:

<http://raa.diva-portal.org/smash/get/diva2:1307730/FULLTEXT01.pdf> (2021-03-27)

Riksantikvarieämbetet, ”Så kan du omvärldsbevaka museernas digitalisering”,

Riksantikvarieämbetet uppdaterad 2021-03-11, hämtad från:

<https://www.raa.se/museer/publikt-arbete/digital-formedling/sa-kan-du-omvarldsbevaka-museernas-digitalisering/> (2021-04-12)

Riksförbundet Sveriges museer, ”Digital besöksboom hos Sveriges museer under 2020 – fysiska besöken mer än halverade”, [pressmeddelande via *Sveriges museer*] 2021-01-19, hämtad från: <http://www.sverigemuseer.se/nyheter/2021/01/digital-besoksboom-hos-sveriges-museer-under-2020-fysiska-besoken-mer-an-halverade/> (2021-03-11)

Riksförbundet Sveriges museer, *Känn dig som hemma med framtidens museum: Fyra områden att förstärka och utveckla – ett framtidsdokument från Riksförbundet Sveriges museer*, 2016-04-19, hämtad från: <http://www.sverigemuseer.se/wp/wp-content/uploads/2016/04/Kanndig-som-hemma.pdf> (2021-03-18)

Stam, Deirdre C., “The informed muse: The implications of ‘the new museology’ for museum practice”, *Museum Management and Curatorship*, Volym 20, 1993, s. 267–283, hämtad från: <https://doi.org/10.1080/09647779309515365> (2021-03-04)

Statens museer för världskultur, *Digitaliseringsplan 2016–2025 – Plan för digitalisering av Världskulturmuseernas samlingar*, Göteborg 2015-12-2, hämtad från:

https://www.digisam.se/images/docs/planerna/SMVK_151221_Digitaliseringsplan_2015.pdf (2020-03-25)

Stockholms Stad, ”Stockholms Stad stänger sina museer tillfälligt”, [pressmeddelande via *TT*] 2020-03-23, hämtad från: <https://via.tt.se/pressmeddelande/stockholms-stad-stanger-sina-museer-tillfalligt?publisherId=1213538&releaseId=3271411> (2021-03-26)

Svenska ICOM, "Uttalande från styrelsen om museidefinitionen", ICOM SWEDEN, 2019-09-03, hämtad från: <http://icomsweden.se/aktuellt/uttalande-fran-styrelsen-om-museidefinitionen/> (2021-03-14)

Svenska ICOM, "Beslutet om en ny museidefinition skjuts upp", ICOM SWEDEN, 2019-09-07, hämtad från: <http://icomsweden.se/aktuellt/beslutet-om-en-ny-museidefinition-skjuts-upp/> (2021-03-14)

Svenska ICOM, "ICOM:s Museidefinition", ICOM SWEDEN 2021, hämtad från: <http://icomsweden.se/verksamhet/icomsweden-museidefinition/> (2021-04-12)

Svenskt kulturarv, "Kulturarvspriset", 2021, hämtad från: <https://www.svensktkulturarv.se/foer-medlemsmuseer/kulturarvspriset/> (2021-04-29)

Sveriges Museer, "Tips om digitala besök på museerna", Sveriges Museer 2020-05-01, hämtad från: <https://www.sverigemuseer.se/nyheter/2020/05/besok-museer-digitalt/> (2021-05-14)

Sveriges Museer, "Digital besöksboom hos Sveriges Museer under 2020 – fysiska besöken mer än halverade" [pressmeddelande] 2021-01-19, hämtad från: <https://www.sverigemuseer.se/nyheter/2021/01/digital-besoksboom-hos-sveriges-museer-under-2020-fysiska-besoken-mer-an-halverade/> (2021-05-02)

Tekniska museet, *Digitaliseringsplan 2016–2018*, Stockholm 2016, hämtad från: https://digisam.se/wp-content/uploads/2013/05/Tekniska_museet_digitaliseringsplan_2016-2018.pdf (2021-03-03)

UNESCO, *Museums around the world in the face of COVID-19*, Paris 2020, hämtad från: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530> (2021-05-04)

Vetenskapsrådet, *Forskningsetiska principer inom humanistisk samhällsvetenskaplig forskning*, Stockholm 2002, hämtad från: https://www.vr.se/download/18.68c009f71769c7698a41df/1610103120390/Forskningsetiska_principer_VR_2002.pdf (2021-02-20)

Wallén, Jesper, "Tekniskas visningar rekordmånga", *Allt om Stockholm* 2020-05-12, hämtad från: <https://alltomstockholm.se/stadsliv/barnevenemang/tekniskas-visningar-rekordmanga/> (2021-04-12)

Winter, Tim, "Clarifying the critical in critical heritage studies", *International Journal of Heritage Studies*, Volym 19, nr 6, 2013, s. 532–545, hämtad från: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13527258.2012.720997> (2021-05-04)

Witcomb, Andrea & Buckley, Kristal, “Engaging with the future of ‘critical heritage studies’: looking back in order to look forward”, *International Journal of Heritage Studies*, Volym 19, nr 6, 2013, s. 562–578, hämtad från:
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13527258.2013.818570> (2021-05-08)

Åkerman, Yasmin, ”De vill vara din historiebästis – så gör Livrustkammaren succé i sociala medier”, *IDG* 2017-06-12, hämtad från:
<https://internetworld.idg.se/2.1006/1.684383/livrustkammaren-sociala-medier> (2021-04-29)

BILAGA

Intervjuguide

Upplever du att coronapandemin påverkat digitaliseringen av er verksamhet i stort?

- *Om ja, hur upplever du att det påverkat ditt specifika verksamhetsområde?*
- *Är det positivt eller negativt laddat?*

Har ni behövt genomgå en större digitaliseringsprocess – eller har ni kunnat använda befintligt digitaliserat material?

- *Om ni kunnat använda tidigare material, upplever du att en befintlig strategi/digitaliserat material varit hjälpsamt under året?*

Upplever du att det finns några upplevda risker eller farhågor med en digitaliseringsprocess för ditt område?

Vilka prioriteringar har ni i digitaliseringsarbetet just nu?

- *Betraktas digitalisering som en självklarhet eller något mer abstrakt och något man ska genomgå längre fram?*

Vilka lärdomar tänker du att ni som institution kommer ta med er från senaste året vad gäller digitalisering?

- *Vad tar du i din yrkesroll med dig?*
- *Hur upplever du att diskussioner eller samtal inom verksamheten går, skiljer sig uppfattningen mellan yrkesgrupper?*

Upplever du att besökarna har något inflytande på ert digitala utbud, uttrycker de några förfrågningar och hur hanterar ni dem?

Upplever du att det finns någon autenticitetsproblematik kring digitalisering, och vikten av materialitet för att komma fysiskt nära kulturarvet i fråga?

- *Upplever du att kulturarvet/innehållet påverkas, är det något som ni diskuterat?*

Vad tror du digitalisering kan innebära för uppfattningen av konsumtion av kulturarv?

Hur kommer det digitala formatet påverka framtidens museer och dess yrkesroller?