

Kunsten – det er din, brug den. Rapport over workshopforløb

Jour.nr.: 2013-7.42.07-0001

Projektets titel

Kunsten – det er din, brug den.

Hvilket genstandsfelt/fagområde bygger projektet på?

SMK har arbejdet intensivt med den digitale formidling af kunsten siden 2008, hvor Nordea-Fonden med en generøs donation kickstartede det, der blev kaldt SMK digital. Siden da har vi bl.a. fået ny hjemmeside, produceret WEB-TV, skabt apps, fået profiler på de sociale medier og ikke mindst arbejdet med den digitale infrastruktur i form af en ny open-source database.

Hvem er projektets primære målgruppe?

Den primære målgruppe for projektet var museets egne ansatte, der til dagligt arbejder med digital formidling. Desuden blev alle ansatte på museet inviteret til at deltage i workshops, gå-hjem-møde og seminar under Social Media Week, ligesom vi også inviterede museumsprofessionelle og andre interesserede til både gå-hjem-mødet og seminaret.

Hvad er projektets formål?

I februar 2013 gennemførte SMK et workshopforløb bestående af en intern 2-dages workshop og et gå-hjem-møde for museumsprofessionelle med Lizzy Jongma (Rijksmuseum) og James Davis (Google Art Project, tidl. Tate) samt en intern 1-dages workshop og et seminar i forbindelse med Social media Week for alle interesserede med Jesse Ringham (Tate) og Allegra Burnette (MoMA). Workshopforløbet skulle sætte os i stand til at tage det næste skridt inden for digital formidling.

Hvilke formidlingsformer er projektet baseret på?

Selve workshopforløbet blev kommunikeret via digitale medier som Twitter, Slideshare og livestreaming af oplæg holdt i forbindelse med Social Media Week. Forløbet skulle gøre os bedre til at bruge de digitale formidlingsformer; herunder særligt museets hjemmeside samt mobile og sociale medier.

Hvad er projektets resultater og læringsudbytte?

Workshopforløbet har givet os stor viden og inspiration samt en række konkrete redskaber til det videre forløb. Konkret har vi fået lavet en første projektbeskrivelse af integrationen mellem museets hjemmeside og den nye database samt er påbegyndt en videreudvikling af hjemmeside og sociale såvel som mobile medier; bl.a. i form af en digital audioguide (app). Vi har derudover hørt fra flere eksterne deltagere, at de fik stort udbytte af både gå-hjem-møde og seminar.

Oversigt over resultater

- Intern workshop med Lizzy Jongma og James Davis: 15 deltagere den ene dag, 10 den anden.
- Intern workshop med Jesse Ringham og Allegra Burnette: 8 deltagere.
- Gå-hjem-møde med Lizzy Jongma og James Davis: 43 deltagere, heraf 33 fra forskellige museer, uddannelsesinstitutioner ect., mens resten kom fra SMK.
- Social Media Week: Over 250 deltagere. Hashtagget for arrangementet blev brugt 271 gange på Twitter og blev dermed det fjerde mest brugte hashtag under Social Media Week i København.
- Slideshare: 592 visninger af Lizzy Jongmas slides, 243 visninger af James Davis' og 192 visninger af Sarah Grøns.

Kommentarer om de færre udgifter

Udgifterne for workshopforløbet blev markant lavere end først budgetteret med. Det skyldes tre ting:

- James Davis boede privat, og vi betalte derfor ikke hotelovernatninger for ham.
- Jesse Ringham skulle kun have betalt rejsen tilbage til London. Rejsen til København fik han betalt af den konference, han kom fra.
- Allegra Burnette skulle ikke som forventet have betalt en rejse t/r fra New York, men kun til og fra London.