



Digital kulturformidling

– børn og forskere har ordet

KULTURARVSSTYRELSEN

Digital kulturformidling

– børn og forskere har ordet

Digital kulturformidling – børn og forskere har ordet

Udgivet af Kulturarvsstyrelsen, marts 2007

Redaktion: Kulturarvsstyrelsen ved Jakob Hansen og Charlotte Hansen

Grafik: ad+B Grafisk design ved Line Bjørnbøl

Tryk: Green Graphic A/S

Oplag: 1.000 ex.

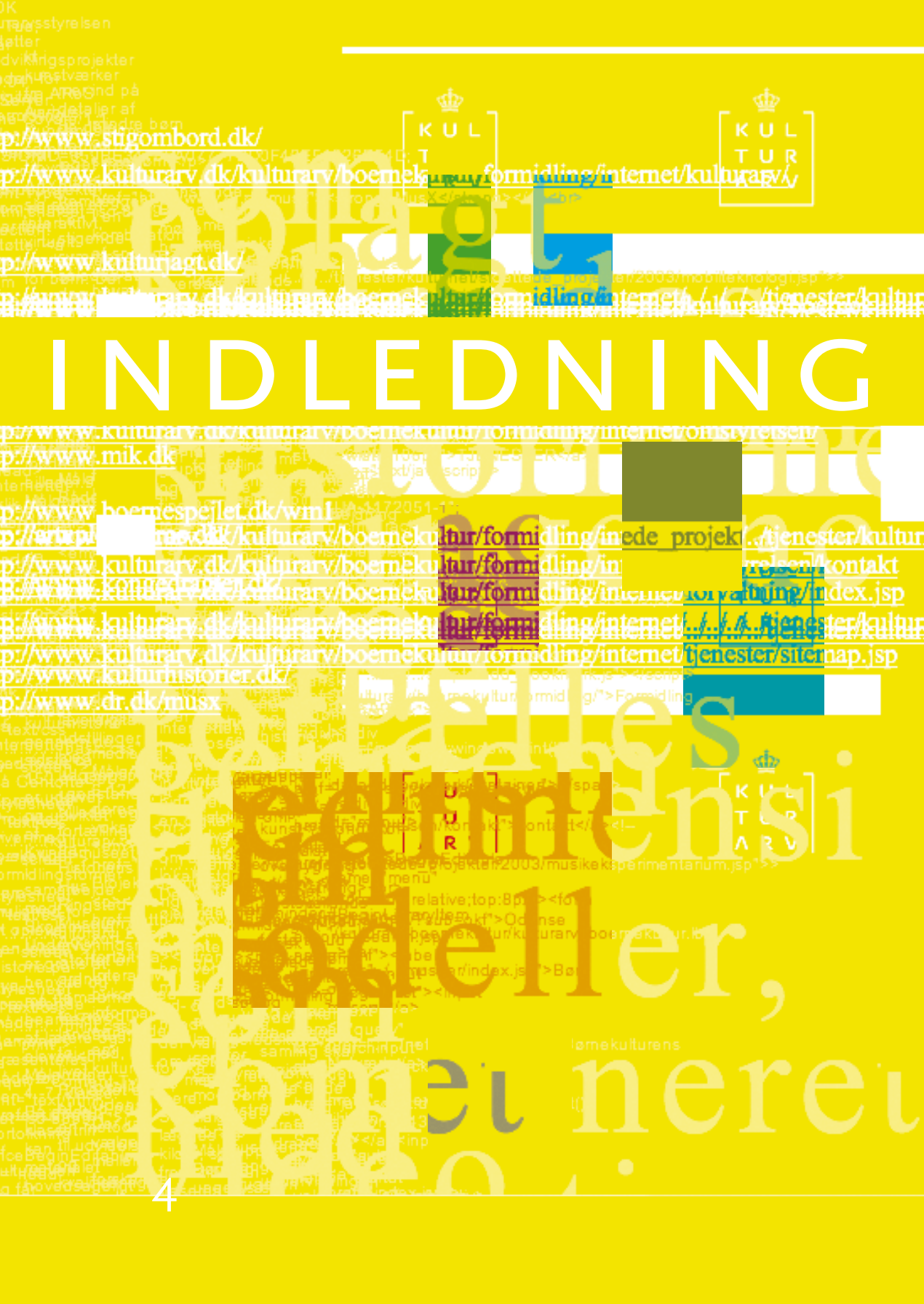
ISBN: 978-87-91298-29-5

Tak til børnene, der medvirkede i brugerundersøgelsen.

Henvendelse om publikationen:

Kulturarvsstyrelsen
H.C. Andersens Boulevard 2
1553 København V
Tlf. 33 74 51 00
post@kulturarv.dk
www.kulturarv.dk

Indledning	4
Børn er også brugere	11
- evaluering af seks digitale kulturformidlingsprojekter til børn af Elisabeth Landbo, brugervenlighedskonsulent, cand. comm.	
Museets interface	17
- digital-æstetiske betragtninger i forlængelse af Kongedragter.dk og Stigombord.dk af Søren Pold, lektor, Aarhus Universitet	
Digital formidling med og uden ramme	29
- betragtninger om digital kunstformidling med projekterne ArtXplorer og Vild med Willumsen som eksempler af Anne Sophie Warberg Løssing, stud. ph.d., Aarhus Universitet	
Computerspil som kulturformidling?	43
- med projektet MusX som eksempel af Carsten Jessen, lektor, ph.d., Syddansk Universitet	
Digital formidling til børn i det sociale nets tidsalder	54
- med Kulturjagt.dk som eksempel af Lisbeth Klastrup, lektor, ph.d., Kunstakademiets Arkitektskole	
Hvor møder børnene den digitale kulturformidling?	67
af redaktionen i samarbejde med Carsten Jessen	
De seks projekter	76
Kulturarvstyrelsen	78
Litteratur og links	80



INDLEDNING

Indledning

Internettet er på vej til at blive en af de mest anvendte medieformer blandt børn og unge, i skolen og især i fritiden. Næsten alle danske børn og unge har adgang til internettet hjemmefra, ofte fra deres egen computer, og for stadig flere børn, anslået op mod halvdelen, er det at gå på nettet blevet en hverdagsforteelse. Og det er vel at mærke børn, der fra en tidlig alder er vant til at benytte interaktive medier, med nysgerrighed, krav og forventninger til det, de møder. Der er altså indlysende grunde til at sætte udviklingen af den digitale kulturformidling på dagsordenen, hvis man også fremover vil nå målgruppen af børn og unge.

Arbejdet med digital kulturformidling har en relativt kort historie, der rækker tilbage til internettets fremkomst midt i 1990'erne. Aktuelt kan man sige, at der nu er en kritisk masse af formidlingsprojekter fra landets kulturinstitutioner, der gør det muligt at kaste et evaluerende blik på området og samtidig sætte pejlemærker for den fremtidige udvikling.

Som et skridt i denne retning har Kulturarvsstyrelsen derfor valgt at lade sit andet projekt om børn og kulturarv dreje sig om digital kulturformidling. Med denne publikation håber vi at kunne være med til at inspirere og

kvalificere det arbejde, der foregår på kulturinstitutionerne, hvor mange allerede har kastet sig ud i at eksperimentere med det digitale medies muligheder og udfordringer. Men der er plads til meget mer', også til at udvikle formidlingsformerne i nye retninger, der kommer børnene i møde. Det er med et ønske om at bidrage konstruktivt til denne udvikling, at publikationen her er blevet til. Så det bliver endnu mere spændende og vedkommende for børn at møde kunst og kultur, også på nettet.

Publikationen her: projekter, børn og forskere

Seks projekter, ti børn og fire forskere: sådan lyder opskriften for denne publikation.

Som konkret eksempel materiale har vi udvalgt seks nyere formidlingsprojekter, der på hver deres måde udnytter det digitale medies muligheder til at formidle indenfor et bredt felt af kulturhistorie, billedkunst og musik. Med afsæt i projekterne er der gennemført en brugerundersøgelse med børn i alderen 10-14 år. Trods viden om børns massive, stigende mediebrug og en stor interesse fra kulturinstitutionerne for at formidle digitalt til netop børn og unge, findes der i dag ikke noget overblik over, hvordan formid-

lingen opleves og anvendes af denne brugergruppe. I modsætning til andre brugergrupper har børn og unge ikke noget talerør, når det gælder formulering af ønsker til kulturformidlingen. Hvis man vil vide, hvordan de vælger mellem de virtuelle tilbud, er man nødt til at se på børn og unges konkrete færden på internettet. Der vælger de til gengæld med sikker hånd.

Når vi her sætter fokus på børn som brugere, har det et dobbelt sigte: først og fremmest at få indsigt i, hvordan formidlingen modtages, her demonstreret igennem konkrete eksempler. Men også at understrege vigtigheden af, at man som projektudførende kulturinstitution inddrager sin børnemålgruppe i arbejdsfaserne. Begge dele for at kunne lade forventninger og muligheder mødes og dermed bedre udnytte de nye mediers potentialer.

Efter brugerundersøgelsen følger forskervurderinger. På et område hvor udviklingen af teknologiske muligheder og kulturfænomener går hurtigt, er eksperthjælp nødvendig, hvis man vil se et lille stykke frem. Vi har derfor bedt fire forskere om at vurdere de seks projekter, medtaget brugerundersøgelsens resultater. Igen er det de konkrete eksempler, der er afsat for, at forskerne fra hver deres område kan anslå nye udviklingsveje for den digitale kulturformidling. Vi får blandt andet inputs fra forskning om interfacekultur, forholdet mellem spil og læring og nye tendenser i det såkaldte web2.0.

Endelig sættes der i den afsluttende artikel fokus på emnet distribution. Hvor møder børnene den digitale kulturformidling, spørges der – i skolen, i fritiden, på kulturinstitutionen, hvor på nettet? På egen hånd, sammen med andre, børn eller voksne? Hvordan kan man som afsender placere sin formidling bedst muligt – og giver udviklingstendenserne i den digitale kultur også nye vilkår, når det gælder distribution?

Projekterne

De seks projekter er støttet af Kulturnet Danmark-puljen, der siden 1996 har fungeret som Kulturministeriets støtte til kulturinstitutionernes udvikling af nyskabende digital formidling på internettet. Puljen er fra 2002 forvaltet af Kulturarvsstyrelsen, og den har betydet realisering af en lang række forskelligartede projekter. Alle med det formål at afprøve nye måder at bruge mediet på. I de senere år er flere af projekterne i markant grad henvendt til børnemålgruppen, og flere børneprojekter er i skrivende stund under udvikling.

Nyskabende formidling betyder eksperimenter og færden på ubetradte stier. Ud til nye resultater, men også nye problematikker. Begge dele er værdifulde erfaringer, som er med til at kvalificere den fremtidige formidling. Der foregår allerede en vigtig erfaringsudveksling mellem de kulturinstitutioner, der risikovilligt har lagt kræfter i udviklingsarbejdet, her iblandt de institutioner, der står bag publikationens seks projekter.

Vi vil gerne takke de seks projektudførende kulturinstitutioner for at lægge eksempel materiale til brugerundersøgelse og forskervurderinger. Det er let at kritisere, let at være bagklog. Når vi her lægger op til en evaluering på tværs af projekterne, er det udelukkende i den hensigt at fremdrage kritik, positiv som negativ, der kan være med til at drive en udvikling frem. Når vi bedst har valgt at give ordet til brugere og forskere fremfor institutionerne selv, er det i samme ånd: med bidrag, der har deres synsvinkel udenfor institutionerne, ønsker vi at tilføje den eksisterende videndeling en ekstra dimension.

Børnene

De seks projekter er genstand for en professionel, kvalitativ brugerundersøgelse, gennemført med en gruppe børn på 10-14 år. Undersøgelsen bestod i en brugertest af de digitale formidlingsprojekter og interview med børnene: en metode, der meget direkte afprøver, hvad der umiddelbart appellerer, og hvad der skaber modstand eller volder problemer. Hvilket udbytte børn får af projekterne i et længere forløb og med aktiv deltagelse af ældre børn eller voksne er et interessant og relevant spørgsmål – men udenfor denne undersøgelses rammer.

Målet med undersøgelsen er at give et fingerpeg om tendenser og fællestræk i børns modtagelse af digital kulturformidling. Og igen at pege på, at det er børnene, brugerne, der rummer

nøglen til forståelsen af, hvad der er god formidling.

Brugerundersøgelsens resultater er opsummeret forrest i publikationen, mens man på Kulturarvsstyrelsens hjemmeside www.kulturarv.dk kan se en præsentation af undersøgelsen i sin helhed. Og hvad er så blandt de vigtigste konklusioner? Først og fremmest at børnene er åbne og interesserede, men tydeligt opfatter projekterne som noget, de ville møde i skolesammenhæng. At almindelige brugervenlighedskrav til eksempelvis forståelig navigation også gør sig gældende, når brugerne er børn. Mens det omvendt står klart, at børnene prøver sig frem i en åben og intuitiv tilgang til mediet. Børnene søger mod features som spil og quizzer, der er velkendte fra deres øvrige netbrug. Mens de mere oplevelsesbetonede elementer opleves som svære, og der efterlyses en forståelsesramme for sådanne friere, kunstneriske formidlingsformer. Gennemgående er der begejstring for interaktivitet, det afprøves altid om man "kan gøre noget" – og der er krav om at bidrag tages alvorligt. Eksempelvis er det ikke nok, at en quiz giver point – den skal også give det rigtige svar, hvis man gættede forkert. Børnene vil gerne i dialog med afsender, og det at være på nettet kan tydeligvis sagtens være en social aktivitet imellem flere børn. Omvendt er der ikke nødvendigvis krav om "fest og farver", hurtig grafik og høje lyde.

På mange måder vidner brugerunder-

søgelsen altså om, at børn er yderst kompetente brugere, der har forventninger til formidlingen. Deres umiddelbare smag er formet af de konventioner, de kender fra både kommercielle børnetilbud, spil og edutainment-produktioner – mens nye formidlingsformer kræver en høj grad af guidning og introduktion. De sonderer mellem skole- og fritidsformidling og har altså et billede af, hvad der hører sig til i de forskellige regier. De er frem for alt sociale, nysgerrige og åbne i deres tilgang til de seks projekter.

På den måde spiller brugerundersøgelsens resultater sammen med pointerne i de fire forskerartikler, ligesom distributionsaspektet også bliver berørt.

Forskerne

I forlængelse af brugerundersøgelsen har fire medieforskere fået til opgave at vurdere et eller to af de udvalgte projekter med henblik på at fremstille fordele og ulemper, samt pege på udviklingsperspektiver og gode råd. Hver forsker er i sit daglige arbejde beskæftiget med digitale medier fra forskellige vinkler, og denne vinkel har helt bevidst fået lov at præge deres vurdering. For at fremme refleksionen over mulighederne i den digitale formidling og øge indsigten i, hvordan formidlingen virker.

Søren Pold gør sig overvejelser med udgangspunkt i museumsprojekterne Kongedragter.dk og Stigombord.dk.

Han argumenterer for, at udviklingen af internettets interfaces skaber nye måder at se, forstå og interagere med kulturen på. Brugerne får nye medievaner og perceptionsmønstre, der må medtænkes i tilrettelæggelsen af den fremtidige formidling. Samtidig får museets genstande en ny status som flygtige ikoner i det digitale rum, og alt i alt inviterer det til, at museerne kan forholde sig mere åbent og eksperimenterende til egen praksis og rolle som kulturinstitution.

Anne Sophie Warberg Løssing fletter en vurdering af kunstformidlingsprojekterne ArtXplorer og Vild med Wilumsen ind i en artikel, der gennemgår potentialer og problemer i den digitale kunstformidling. Blandt potentialerne slår Løssing fast, at den digitale formidling netop ikke skal simulere den oplevelse af kunst, som museumsrummet tilbyder. Tværtimod. Den bør tænkes som en platform for at opleve kunst på nye måder, der supplerer oplevelsen af det autentiske værk. Dermed udvider den digitale formidling museets spillerum. Løssings hovedpointe i forhold til de konkrete projekter er, at det er en fundamental anderledes ramme, kunsten opleves i på nettet. Derfor bør etableringen af en fortolkningsramme have en central placering i den digitale formidling af kunst.

Carsten Jessen diskuterer mulighederne for at benytte computerspil som kulturformidling gennem en vurdering af projektet MusX, der netop anvender

spillets form til at formidle musikfagligt indhold. Det er et nyt territorium for både kulturformidling og forskning. Med spillet som udgangspunkt diskuterer Carsten Jessen forholdet mellem leg og læring – og en af pointerne er, at brugen af digitalt baserede spil åbner for en ny tilgang til læringsproblematikken. Kan brugerne bevæge sig intuitivt og eksperimenterende rundt i et materiale, eksempelvis musik, i en interaktiv relation, er der gode chancer for, at der skabes ny indsigt.

Lisbeth Klastrup taler ligesom de øvrige forskere for en bedre udnyttelse af de digitale mediers iboende kvaliteter i formidlingen. En markant tendens er bevægelsen hen imod et dialogbaseret, personligt og netværksorienteret internet. Under betegnelsen web 2.0 introducerer Lisbeth Klastrup til denne udvikling og diskuterer gennem en analyse af Kulturjagt.dk, hvordan de nye muligheder kan anvendes i formidling til børn. Kastrups bud på den fremtidige kulturformidling er, at den i stigende grad vil handle om personalisering af kommunikation, om design af værktøjer og af sociale processer, der giver brugerne mulighed for at skabe deres egen webkultur. Ligesom kulturinstitutionerne måske vil bevæge sig ud af egne sites for også at lade sig repræsentere i velbesøgte online-universer.

Kulturinstitutionerne og Kulturarvsstyrelsen

Fælles for de fire forskerartikler er, at de udtrykker en tiltro til, at kulturinstitutionerne har en vigtig og nødvendig rolle at spille i den nye digitale kultur. Det ses som afgørende, at institutionerne griber de særlige muligheder, der ligger i den digitale kulturformidling – og at der samarbejdes om udvikling og evaluering. Ligeledes ses det som nødvendigt, at der udvikles en position i forhold til internettes kommercielle børnetilbud og skabes udveksling mellem læring og kulturformidling. Fritid og undervisning, fysisk og virtuel formidling, barn og voksen – på mange fronter må der reflekteres og udveksles.

Kulturarvsstyrelsen håber med denne publikation at kunne bidrage handlingsorienteret og fremadrettet til udviklingen af et formidlingsområde, der i disse år forandrer sig hurtigt – i takt med teknologiudviklingen og i sammenhæng med den mediebrug, der er hverdag for stadig flere børn og unge. Det er et område, der både byder på store muligheder og udfordringer for kultuirinstitutionerne – og som fordrer videndeling, udsyn og integritet.

Med museumsområdet som eksempel er der fra statslig side et aktuelt fokus på de digitale medier og forholdet mellem kulturformidling og læring. Området prioriteres, også økonomisk. Undervisningsministeriets og Kulturministeriets digitale samarbejds-

projekt, e-museum, skaber adgang til museernes fysiske og digitale læringsressourcer for skoler, gymnasier og seminarer, ligesom der her er afsat midler til udvikling af nyt digitalt materiale. Det er slået fast, at museerne har et stort potentiale som uformelt læringsforum. Og endelig sætter den aktuelle *Udredning om museernes formidling* og de tilknyttede initiativer fokus på digital formidling.

Vi vil med publikationen gerne være med til at styrke refleksionen på området – ikke mindst for at kunne forbedre vores egen støttepraksis i forhold til ovennævnte. Men først og fremmest for at støtte formidlingen, der hvor den foregår, nemlig i mødet mellem børn og kulturinstitutioner. Publikationen henvender sig til de sidste, nemlig til kulturformidlerne på landets institutioner, der inviteres til opfølgende seminarer om digital kulturformidling. Men undervisere og andre med interesse for området er velkomne til at læse med: udveksling er jo netop en af publikationens pointer.

God fornøjelse med læsningen – og med den digitale kulturformidling.

Jakob Hansen og Charlotte Hansen,
Kulturarvsstyrelsen, marts 2007.

UR
RV
k/kulturarv/boemelo
projekter/alturarv/boemelo
U R
projekter/alturarv/boemelo
k/wm
projekter/alturarv/boemelo
k/rnsv
dk/

Børn er også brugere

– evaluering af seks

digitale kulturformidlingsprojekter til børn

af Elisabeth Landbo

I tilknytning til Kulturarvsstyrelsens børneprojekt har brugervenlighedsfirmaet Snitker & Co. gennemført en brugerundersøgelse med børn i alderen 10-14 år fra Københavnsområdet. Undersøgelsen bestod af brugertest af de digitale projekter og interview med børnene og foregik i henholdsvis studie og fritidsklub.

Formålet med brugerundersøgelsen er at evaluere oplevelsen af seks udvalgte digitale kulturformidlingsprojekter: Hvordan oplever slutbrugerne - børnene - formidlingen? Hvad er svært eller uoverkommeligt for dem? Hvad er spændende og udbytterigt? Hvad vurderer børnene selv som 'god børneformidling'?

Fortællerstemmen fænger børnene

En formidlingsform, som børnene i undersøgelsen vurderer som velfungerende, er den dialogbaserede. De hjemmesider, hvor det visuelle univers understøttes af en fortællerstemme; en afsender, der taler til et 'du', opfatter børnene som imødekommende.

"Jeg synes, det er meget godt, at man får det fortalt og kan se alle billederne... Også hvis man ikke læser så godt..." pige, 12 år, 6 kl.

"Jeg kan rigtig godt lide ham drengens stemme – han lyder så sød. Og det er lidt sødere, at det er et barn, der taler..." pige, 12 år, 7. kl.

Ved iagttagelser af børnene og via den anerkendte tænke-højt-metode ser vi, at børnenes interesse og engagement hurtigere bliver vækket, når formidlingen understøttes af en fortællerstemme. En formidlingsform som børnene også kender fra mange computerspil. Børnene synes godt om, at de i kraft af fortællerstemmen bliver taget ved

hånden og ledt indenfor i det digitale univers. De hjemmesider, der benytter sig af det dialogbaserede, er ofte mindre teksttunge – og børn opfatter det teksttunge som svært og 'fagligt'.

"Lige når man ser den – så ser det lidt kedeligt ud, fordi der er så meget, man skal læse" som én siger og en anden supplerer: "Førstegangsindtrykket er sådan lidt fagligt, men ikke sådan rigtig kedeligt, for der er jo animation..."

Lydeffekter, video og animation

Lyd (lydeffekter) som en del af designet, for eksempel når forsiden loader, når du klikker på elementer som 'nøglen', 'batteriet', 'klogebogen', eller når nulmanden Artur dukker op, kan være meget sjove de første par minutter, men så leder børnene ret hurtigt efter volumenknappen.

"Jeg ville skrue ned for lyden, hvis jeg sad en time herinde, så ville jeg få spat!", pige, 11 år, 5 kl.

Selv om voksne kan mene, at børn må være vant til en hel del lydelementer på hjemmesider og i computerspil, så har børn også en grænse, når det gælder brugen af lydeffekter. Især hvis de oplever, at det ikke giver mening for dem. "Jeg forstår ikke helt, skal det lyde som vand eller hvad? Jeg synes, det mere er irriterende i øret..."

Samme iagttagelse har vi set hos teenagebrugere på en mobilproducents hjemmeside, hvor afsenderne vurderede, at

de unge gerne ville have konstant musik som underlægning på alle områder af hjemmesiden. Det viste sig i brugertest både i England og Danmark, at det ønskede dette segment rent faktisk ikke. Videoklip med lydspor og animationer som en del af formidlingen fænger børnene, ligesom det også kan fænge en voksen bruger. "Jeg synes, det er meget sjovt at se skibet sejle på filmen..."

Quiz og spil

"Sådan noget med quiz synes vi altid er sjovt – og det tror jeg, at der er mange børn, der synes..." pige, 12 år, 6. klasse

"Sådan nogle spil er bare rigtig sjove – sådan nogle er der tit på nettet og jeg elsker dem, fordi man skal ramme noget og sigte..." dreng, 11 år, 5. kl.

De hjemmesider, der har quizzer (rigtige/forkerte svar) og forskellige typer af spil (puslespil eller memoryspil på tid) fremhæver børnene som sjove. Denne interaktivitet er velkendt og børnene er hurtigt i gang: Her gælder det om at få flest rigtige svar, samlet flest point og med den hurtigste tid. Børnene fortæller, at de i forvejen bruger computeren rigtig meget til sådanne aktiviteter. Spil og quiz er hurtigt og ikke så krævende for børnene at gå til.

De hjemmesider, der ikke indeholder spil og quiz i undersøgelsen, og hvor børnene skal 'udforske' og bevæge sig ind i et mere oplevelsesdesignet univers, oplever de som sværere at komme

i gang med. Det er mere krævende for børnene, når de skal bevæge sig ind i åbne universer, hvor der ikke er et rigtigt eller forkert svar. De hjemmesider, hvor barnet skal udforske kræver mere tid, fordybelse og i højere grad en introduktion eller en kontekst for barnet.

"Jeg tror, at man skal udforske noget med forstørrelsesglasset, men jeg ved ikke, hvad jeg skal udforske..." dreng, 11 år, 5. kl.

"Jeg synes, det er svært at finde ud af, hvad jeg skal herinde..." pige, 12 år, 6. kl.

"Her kan man se på damen med forstørrelsesglasset, men jeg tror ikke helt, at jeg ved, hvad jeg skal se efter?" dreng, 11 år, 5. kl.

Jeg tror, at den her hjemmeside mere er lavet for voksne – er den det?" pige, 12 år, 6. kl.

Password og e-mail kan være en barriere

"Jeg kan aldrig huske min e-mail – min mor har skrevet den til mig på en seddel, men den ligger derhjemme..." dreng, 12 år, 6. kl.

"Jeg kan ikke så godt lide noget, hvor jeg skal sige min e-mail – for det har jeg hørt noget om, at børn ikke skal..." pige, 14 år, 8. kl.

"Hvorfor skal der være e-mail og password? Er det fordi, de ikke vil have alle til at gå derind?" pige, 12 år, 6. kl.

Mange kender det sikkert: for at komme i gang på en bestemt hjemmeside bliver man bedt om at oprette en profil med et password. Selv om man bruger det samme password, som man plejer – for sådan agerer vi brugere ofte – så bliver hjemmesiden ved med at påstå: "Dit kodeord blev ikke godkendt". Man prøver igen og igen at konstruere et password eller at huske det, man benyttede sidst, men intet virker. "Dit kodeord blev ikke godkendt" – og så er det, at man som bruger taber tålmodigheden.

En af konklusionerne fra undersøgelsen viser, at børn ikke altid forstår, hvorfor de skal konstruere et password for at besøge en hjemmeside og at det kan føles utrygt at oplyse sin e-mailadresse, præcis som voksne brugere også kan opleve det.

Tænk fremadrettet og inddrag brugerne

Interviewene og brugertestene med børnene i fritidshjemmet viser – ikke overraskende – at børn også er brugere. De krav til tilgængelig og forståelig formidling som voksne stiller, når de færdes på nettet, dem stiller børnene også, når man spørger dem og iagttaget dem. God børneformidling er derfor på mange måder lig med god formidling til alle. Når hjemmesider er brugervenlige, så er de sådan set både

børnevenlige og voksenvenlige. ”Det er altså godt med døren, tit er det så svært at komme ud af et spil...” bemærker en pige, da hun ser et ikon, en dør med et kryds, som viser, at her forlader hun spillet på hjemmesiden.

Selv om opbygningen kan spænde fra det tekstmættede og faktuelle med mange fagudtryk til det visuelt udforskende, oplevelsesorienterede og eksperimenterende, så vil børnene alligevel forstå, hvad hensigten er og intuitivt fornemme, hvordan de navigerer på brugergrænsefladen. Til trods for at brugergrænsefladen ikke er hierarkisk opbygget, men er et univers, hvor man eksempelvis bevæger sig rundt i en kunstners atelier, så er det stadig vigtigt for barnet – som for alle brugere – at forstå, hvordan man kommer rundt, og hvad formålet er.

At sikre at brugerne oplever formidling og indhold som vedkommende, relevant og forståeligt kan gøres ved at bruge brugerne. Mange museer benytter allerede brugerinddragelse i deres digitale projekter, således at brugerne inddrages *før* (foranalyse), *under* (prototypetest på papir/PowerPoint) og *efter* projektudviklingen (men inden hjemmesiden publiceres på nettet). På denne måde tvinges man til at tænke fremadrettet fra idé til udvikling, og man sikrer sig, at den færdige hjemmeside i sidste ende er både børnevenlig og brugervenlig, ligegyldig om det drejer sig om vikingeskibe, Willumsen eller visuelle musikoplevelser.

De seks projekter

1. Alle børn har en kulturarv

www.kulturjagt.dk

2. ArtXplorer

<http://artxplorer.aros.dk>

3. Kongedragter

www.kongedragter.dk

4. MusX

www.dr.dk/musx

5. Stig ombord

www.stigombord.dk

6. Vild med Willumsen

www.vildmedwillumsen.dk

En præsentation af brugerundersøgelsen kan ses på www.kulturarv.dk.

Børnenes brug af computer og internet

Børnene i undersøgelsen bruger computer på forskellige måder. Nogle børn bruger computer dagligt og har deres egen derhjemme. Andre børn har ikke egen computer men deler med de andre i familien. Nogle af børnene fortæller, at de ikke benytter computeren i fritidsklubben ret meget, andre børn spiller hver dag i klubben.

I skolen bruger alle computer til for eksempel at søge information og skrive opgaver. Flere børn fortæller, at man ikke må spille spil og gå på nettet på skolens computere, uden at der en lærer tilstede.

Børnene fortæller, at de i klubben tit sidder sammen og spiller med eller mod hinanden (multiplayer), og at de også hjemme spiller mod andre på nettet - også mod nogle de ikke kender. Man sidder også tit sammen og skiftes til at spille og se på. Det synes børnene er godt, for så kan man snakke sammen om spillet. Børnene bruger også messenger-programmer som for eksempel MSN og Chatrooms.

De spil og websites, som børnene fortæller, at de godt kan lide, er bl.a.: Heroes, Worms, Battleon, World of Warcraft, Sims, Fatman, Counterstrike, Command & Conquer, Tanks 2, www.playfirst.com, www.gratisting.dk, www.netheste.dk og www.arto.dk

Elisabeth Landbo, cand.comm i dansk og kommunikation, brugervenlighedskonsulent i Snitker & Co.

Snitker & Co er et brugervenlighedsfirma, der koordinerer og gennemfører danske og internationale brugerundersøgelser. www.snitker.com



Figure 1



17

Museets interface

– digital-æstetiske betragtninger

i forlængelse af Kongedragter.dk og Stigombord.dk

af Søren Pold

Computeren er blevet et centralt kulturelt medium. Over halvdelen af os har en computer med internetforbindelse, og det er i høj grad nyheder, oplysning, underholdning, kommunikation og kultur, vi søger efter, når vi går på nettet. Blandt de mest besøgte netsteder er de store mediehuse og kommercielle udbydere som Microsoft. Museerne hører derimod ikke til de mest besøgte netsteder på trods af deres unikke samlinger og kulturelle betydning¹. Det er der selvfølgelig mange grunde til, eksempelvis begrænset synlighed for museernes netsteder, kommercielt og i medierne, begrænsede ressourcer til udvikling, begrænset viden om multimedier, internetformidling og digital æstetik på museerne. Det hører nok også med til historien, at der har været mere fokus på besøgstal og antal solgte billetter til det fysiske museum, end på hvordan museet formår bredt at gøre sin viden og sine samlinger tilgængelige og relevante. Det må ændres af flere grunde, og der er – positivt udtrykt – plads til forbedring.

Generation interface

Jeg er far til en dreng på otte år. Han er som andre drenge i sin alder videregående, vild med facts, historie og natur og elsker for det meste at komme på museum. Han er også vild med computere – elsker at spille og være på nettet. For nogle år siden kom vi på nettet forbi et billede af et hus. Klik på det, sagde han, og da jeg svarede, at det bare var et billede, mente han alligevel, at jeg skulle klikke på det, 'så vi kunne komme ind i det'. Der var naturligvis ikke tale om, at han forvekslede billedet med virkeligheden, men snarere at han forventede, at billedet ikke kun var et todimensionalt billede, men et interface til noget mere – noget han kunne gøre noget med. Jeg tror, der ligger mere i det end et barns overdrevne forventninger, nemlig sporene af en ny billedforståelse, et nyt receptions-mønster, som kan få stor betydning for blandt andet museernes udstillingsvirksomhed og måden, vi bruger billeder på. Min søn er født efter www's gennembrud i midten af 1990'erne og er

¹ Iflg. Kulturministeriets *Udredning om museernes formidling* (april, 2006) benytter 43 % af danskerne dagligt og yderligere 22 % ugentligt nettet i fritiden og af dem bruger under 5 % museernes nettilbud og udstillinger (s. 146).

vokset op med dynamiske, interaktive, manipulerbare billeder i computerspil og på nettet. Han er fra computeren vant til, at billeder er noget, man kan gøre noget ved – en indgang eller et interface til noget mere. Denne opfattelse tager han med på museum – ikke sådan, at han forveksler det virtuelle cyberspace med virkeligheden (selvom cyberspace jo er en del af virkeligheden) – men de museer, der engagerer ham mest, er de steder, hvor han på forskellige måder kan få et aktivt og udforskende forhold til genstandene, repræsentationerne, billederne.

Nu skal hele verden jo ikke indrettes efter otte-årige drenge, der muligvis har spillet rigeligt computerspil, men pointen er, at nutidens og fremtidens museumsgæst ikke er tilfreds med at blive bag den røde snor og læse de autoritative skilte. Vi er efterhånden avancerede mediebrugere, for hvem nettet ikke længere er en

Nu skal hele verden jo ikke indrettes efter otte-årige drenge, der muligvis har spillet rigeligt computerspil, men pointen er, at nutidens og fremtidens museumsgæst ikke er tilfreds med at blive bag den røde snor og læse de autoritative skilte. Vi er efterhånden avancerede mediebrugere, for hvem nettet ikke længere er en fremtidsutopi, men en integreret del af vores kultur – et sted vi søger indhold og selv producerer nyt indhold med vores computere, digitalkameraer og avancerede mobiltelefoner.

fremtidsutopi, men en integreret del af vores kultur – et sted vi søger indhold og selv producerer nyt indhold med vores computere, digitalkameraer og avancerede mobiltelefoner. Ikke mindst teenagere er i stigende grad vant til at være aktive mediebrugere, som gerne

vil bidrage aktivt og ikke ønsker at blive reduceret til en traditionel tilskuerrolle eller blot få lov til at interagere i nogle fastlåste mønstre.

Museerne er begyndt at tage udfordringen op, og der er en gryende bevidsthed om, at netstedet ikke bare skal være et digitalt katalog, men at nettet

giver en række nye muligheder². Kulturnet Danmark-puljen har eksisteret gennem en årrække med det formål at støtte kulturinstitutioners innovative brug af nettet, og jeg har fået til opgave at kigge på to af de støttede projekter. Begge formidler på avanceret vis museets genstande og viden på nettet.

²Anne Sophie Warberg Løssing har i Internettet som udstillingsramme, *Arbejdspapirer*, nr. 3, Center for Digital Æstetik-forskning, 2004 (tilgængelig fra <http://www.interfacekultur.au.dk/publikationer>) analyseret kunstmuseers brug af nettet og deler dem (inspireret af den amerikanske kurator Steve Dietz) op i fem typer (brochuren som designmetafor, den virtuelle rundvisning & augmented udstilling, den immersive brugergrænseflade, den udvidede udstilling og online udstillingen) mellem to poler: netstedet som formidlingskanal og netstedet som udstillingsrum (model s. 26).

Det første er Rosenborgs Kongedragter.dk, det andet Vikingskibsmuseets Stigombord.dk – begge netsteder er også blevet brugertestet af Snitker & Co, hvilket er dokumenteret andetsteds i denne udgivelse.



Kongedragter.dk

Virtuelle kongedragter

“Her kan du komme tæt på” indledes hver beskrivelse af en kongedragt, som er blevet båret af en af de 16 danske regenter fra Frederik 2. til Margrethe 2. Måden man kommer tæt på, er gennem en drejelig og zoombar 3D-model af dragten, noget tekst, et billede og et lille interaktivt spil. Vinder man spillet, bliver man belønnet med en medalje.

I brugertesten er det tydeligt, at børn ved, hvad de skal og synes, det er sjovt med de små spil. Netstedet er umiddelbart velfungerende – det giver mulighed for at se nogle kongedragter, der ellers sjældent udstilles, da de er skrøbelige, og dårligt tåler berøring eller lys. Der er fokus på at give brugeren mulighed for selv at interagere med dragterne og søge viden om deres kontekst og den regent, der har båret

dem. Netstedet prøver altså at få udforskningen af genstanden i centrum og benytter brugerens udforskning af genstanden til at fortælle historier og fylde viden på via tekst, billeder, lyd, video og små spil.

Selvom interaktionen er nem at gå til, og netstedet umiddelbart er underholdende, kan det diskuteres, hvad museet og dets gæster får ud af netstedet af fagligt indhold. På den ene side er der ingen tvivl om, at børnene får kigget på dragterne. Men spørgsmålet er, i hvor høj grad interaktionen med netstedet er forbundet med den faglige udfordring omkring at formidle dragternes stoflighed og den historie, der udspiller sig omkring dem? understøtter oplevelsen af og interaktionen med netstedet den faglige formidling i tilstrækkeligt omfang?

Dragternes stoflighed

3D-modellerne er centrale for netstedet, men kommer man virkelig “tæt på” dragterne via 3D-modellerne? Er det den rigtige strategi for oplevelsen af dragternes udseende, stoflighed og historie, eller oplever man dragterne som en særlig form for digitale skulpturer (uden mennesker), der nok er interessante en enkelt gang eller to, men ikke i længden, som brugertesten antyder? Man kan naturligvis dreje og zoome ind på dragterne og på denne måde se dem fra alle perspektiver, men reduceret til visuelle skulpturer uden spor af brug, historie, kontekst, stemning og mennesker. Dragterne reduce-

res til autonome visuelle genstande i perfekt belysning og perspektiv, hvilket paradoksalt nok kan virke distance-rende og uindbydende i forhold til en mere oplevelsesorienteret og historie-interesseret udforskning. Man kommer kort sagt nok "tæt på", men det man kommer tæt på er en dekontekstualiseret, statisk og besynderlig ustoflig genstand, som man kun kan berøre på abstrakt visuel vis via den hånd, som ens mus bliver til, når man holder den over 3D-modellen.

Hvis man sammenligner med, hvordan modeindustrien præsenterer tøj, som oftest præsenteres i bevægelse og sociale situationer med flirtende, skæve vinkler og stemningsfuld belysning, bliver det tydeligt i hvor høj grad, det er genstande uden kontekst og historie, man kommer "tæt på" via 3D-modellerne. Man kan nok se alle detaljer i dragten, men man kan ikke se og opleve den som stof, hverken historisk, taktilt eller tekstilt. Pointen er ikke, at kongedragter nødvendigvis skal iscenesættes som modetøj, men at måden 3D-modellerne iscenesætter dem på, deres abstrakte og objektive æstetik, ikke nødvendigvis beforder den historiske interesse hos gæsten.

Dragternes kontekst

3D-modellerne står selvfølgelig ikke alene, men kombineres med tekster, billeder (herunder historiske malerier og fotografier), video og lidt lyd, hvilket selvfølgelig er med til at give modellen

noget kontekst, men det mest effektfulde er i den forbindelse nok de små spil, gæsten kan vælge. Spillene falder generelt i fire grupper:

- Puslespil, hvor man skal samle et billede, hvor dragten og regenten typisk indgår, eller hvor man skal anbringe dele på deres rigtige plads, eventuelt således at man skal vælge den rigtige ud af flere muligheder.
- Farvelægning, hvor man skal farvelægge et billede.
- Huskespil (memory), hvor man skal finde to ens.
- Tematiske spil, hvor man for eksempel som Frederik 9. kan 'dirigere' et orkester eller styre Frederik 5.'s kanon.

I spillene kan gæsten på forskellige måder interagere med det historiske stof, som dog ikke altid er dragterne, men ofte andre genstande eller situationer med relevans for den pågældende regent. Spillene er sjove, om end de fleste er spil, som gæsten vil have mødt i talrige andre sammenhænge på nettet, som også bruger huskespil, farvelægning og puslespil. Det gør dem selvfølgelig nemme at gå til, men man kan også diskutere, i hvor høj grad opmærksomheden går mod spillets indhold (kongedragterne og deres historie), eller om spillets regler og løsning tager over. Hvad lærer man om et billede, og det det afbilder, ved at samle det som puslespil eller farvelægge det – og er det de afbildede genstande,

eller blot bestræbelsen på at huske deres placering, som får forrang i huskespillet? Det ville ikke være fair at konkludere, at man ikke lærer noget om dragterne ved for eksempel at farvelægge dem, men spørgsmålet er, i hvor høj grad spillets logik tager over fra det faglige indhold, og om man bedre kunne få de to sider til at understøtte hinanden? Desuden virker nogle af bestræbelserne på at skabe spil noget kunstige, som når man kan 'vinde' en farvelægning (blot ved at fylde alle tomrummene i dragterne ud, undtagen de kropsdele de er monteret på, som man ikke kan farvelægge), eller vinde dirigentoplevelsen i spillet knyttet til Frederik 9. Og den tikkende tid i pusle- og memoryspil modvirker decideret fordybelsen i billederne og de akkompagnerende tekster, da den jo opfordrer til at konkurrere på tid og derfor ikke bruge tid på at fordybe sig i noget, der er eksternt i forhold til spillets løsning, så som den historiske kontekst.

Dilemma mellem form og faglighed

Som konklusion om Kongedragter.dk må man sige, at netstedet indeholder nogle uløste dilemmaer mellem de digital-æstetiske virkemidler (spil, 3D-modeller) og de mere fagligt-historiske, kontekstualiserende elementer. Man kan i et vist omfang anklage den spillemæssige oplevelsesdimension for at være lidt påklistret og uden tilstrækkelig motiveret forbindelse med det faglige stof. Det er dog samtidig et lettilgængeligt og underholdende net-

sted, der viser, at der er potentiale i en strategi, der fokuserer på udforskning af genstandene i interfacet og rummer en flerhed af interaktionsmåder. Og her kan spil være en glimrende formidlingsform, som allerede har publikums interesse, og som i forvejen har udviklet en oplevelsesorienteret udtryksform omkring virtuelle genstande i et kulturelt interface. Netstedet demonstrerer nogle æstetiske oplevelsespotentialer omkring brugen af spil, interaktion og multimedier – de er imidlertid ikke ideelt motiverede og motiverende i forhold til det faglige stof. Derfor opnår Kongedragter.dk først og fremmest at være underholdende, mens gæstens æstetiske erfaring af det faglige indhold ikke stikker så dybt. Man får ikke helt fat i stoffet.



stigombord.dk

Stigombord.dk – vikingeskibe på nettet

Stigombord.dk er et meget ambitiøst netsted fra Vikingeskibsmuseet i Roskilde, som falder i to forskellige underafdelinger: Skuldelev 1 – handel i vikin-

getiden og Skuldelev 2 – bådbygning i vikingetiden. I Skuldelev 1 er fokus skibets last og besætning, i Skuldelev 2 selve skibet og dets konstruktion.

→ I Skuldelev 1 præsenteres man for et billede af et vikingskib med fire personer og en lang række genstande. Under billedet er der en vejledning med overskriften “Skibet er fyldt med varer og historier...”, en menu med adgang til en række pdf-dokumenter og et videovindue, hvor man kan få vist animationer, videoer og billeder. Gæsten kan udforske billedet via en række links i billedet, som fører til kortere forklarende tekster, der igen kan uddybes via pdf-dokumenter. De fire personer på skibet præsenterer sig desuden via tale og tekst. Der er endvidere mulighed for at navigere via en menu i toppen af skærmen (hvilket dog ikke er koordineret med billedet).

→ Skuldelev 2 er bygget op omkring en 3D-model af vikingskibet³. Når man starter siden, vises der en skematisk animation af, hvordan skibet er bygget, og efterfølgende kan man via 3D-modellen skille skibet fra hinanden igen og kigge nærmere på enkeltelementer og deres placering. Skærminterfacet

er opbygget som i Skuldelev 1, og man kan på tilsvarende vis navigere rundt via en menu mellem skibets elementer, hvilket udløser tekster og relativt lange ukommenterede film, der viser hvor de enkelte dele kommer fra, hvordan de er konstrueret, og hvordan de monteres på det færdige skib.



stigombord.dk

Generelt er Stigombord.dk informativt og teksttungt, hvilket kræver en motiveret gæst og gør nettstedet oplagt til at indgå i undervisningsforløb og som forberedelse til og bearbejdning af et besøg på museet. Brugerundersøgelsen peger da også på, at det ikke er så umiddelbart tilgængeligt som for eksempel kongedragterne, og sværhedsgraden og informationstætheden er klart højere. Det faglige niveau er også højt, og hvis man først er motiveret, kan man via nettstedet få en unik historisk indsigt, hvor ikke mindst

³Jeg havde problemer med visningen af Skuldelev 2 i Firefox browseren (2.0 Windows), hvilket formodentlig skyldes, at den er designet snævert til Internet Explorer og ikke til åbne netstandarde.

3D-modellen og de tilhørende videoer og tekster i Skuldelev 2 fungerer godt som netop en model, der kan skilles ad og undersøges i detaljer, der så igen udfoldes i videoer, tekster og links til pdf-dokumenter.

Stigombord.dk lægger ikke vægt på at være underholdende, og der er lagt mere vægt på kvalificeret og veltilrettelagt information end æstetisk oplevelse, selvom der i Skuldelev 1 er en narrativ ramme omkring skibet og dets besætning. Video, tekst og modeller lægger vægt på oplysning, information og læring. Man kan naturligvis diskutere, om der er for meget tekst i interfacet, og om man ikke kunne have formidlet nogle af oplysningerne i højere grad via billeder, film og tale – for eksempel som en fortællerstemme i de mange ukommenterede film i Skuldelev 2 eller have fundet mere interaktive og oplevelsesorienterede løsninger. Det narrative kunne bruges mere, også i Skuldelev 2 hvor en fortællende ramme kunne motivere til at se de mange, lange film, og man kunne også forestille sig spilelementer og en mere udfordrende interaktion og navigation, hvilket kunne fjerne det lidt leksikon- og databaseagtige præg, netstedet har.

Hvor Kongedragter.dk er mere umiddelbart tilgængelig (også for mindre børn) og kunne appellere til et besøg i fritiden, så kræver Stigombord.dk nok motivation, eksempelvis i form af et undervisningsforløb, og der er da også masser af materiale, der giver anvisnin-

ger på, hvordan netstedet kan bruges i undervisningen. Stigombord.dk er både fagligt og teknologisk relativt avanceret, hvilket selvfølgelig kan give nogle problemer i mødet med mindre avancerede og motiverede gæster. Der skal downloades enkelte plug-ins, og det kræver generelt en god pc og netforbindelse, hvilket desværre nok vil udelukke nogle skoler, men der er bestemt også gevinster ved det høje ambitionsniveau.

Netstedet stiller krav til sin gæst, men giver solid viden som belønning – som en god, faktuel lærebog, der ikke taler ned til sin læser, men heller ikke lokker. Udforskningen af skibet i Skuldelev 1 og 3D-modellen i Skuldelev 2 rummer en vis fascinationskraft, men netstedet er trods billeder og film meget funktionelt og informationsorienteret i sin opbygning på bekostning af et mere æstetisk interface.

Nettet som distribution – og som ressource

Kongedragter.dk og Stigombord.dk har til fælles, at de i princippet lige så godt kunne distribueres i fysisk form på cd-rom eller dvd. De benytter ikke nettet som andet end et effektivt distributionsmedie. Der er stort set ingen væsentlige links ud af netstederne (udover links til modernuseerne, samarbejdspartnere og til download af software, etc.), ingen muligheder for dialog udover den obligatoriske e-mailadresse, ingen muligheder for brugerne til at bidrage eller sætte varigt aftryk. Netste-

derne fremstår som statiske produkter, selvom der selvfølgelig er mulighed for opdateringer og udvidelser.

Det er bemærkelsesværdigt, at der i det mindste ikke er oprettet links til andre netsteder og artikler om royale forhold eller vikinger og deres skibe. Andre oplagte muligheder ville være at give elever og lærere mulighed for at dele deres arbejde og erfaringer med netstederne og deres faglige tema, og at netstederne i højere grad inddrog gæsternes input og arbejde som en del af deres strategi. Endelig kunne man forestille sig, at museer tænkte i netsteder, der i stil med web 2.0 kunne udvikle sig til delte vidensressourcer, hvor både museet og brugerne i fællesskab opbyggede og udvekslede viden og ressourcer⁴. Museet kunne således udvikle og aktualisere sin rolle som vidensnetværk med det enkelte museums særlige faglige fokus som udgangspunkt.

Vi er efterhånden vant til at bille-

der, tekst, lyd, film er interfaces, der registrerer os, som vi kan manipulere med, og som giver os mulighed for at bidrage og sætte vores mærke i et eller andet omfang. Ikke dermed sagt, at medieudviklingen automatisk bevæger sig mod mere demokratiske, inkluderende og åbne former – nej, det handler også om, hvordan vi bruger medierne, hvilket har betydning helt ned i formidlingen og pædagogikken. Derfor er det væsentligt at diskutere, hvordan vi som brugere tiltales, iscenesættes og får mulighed for at agere og erkende nye sammenhænge med og gennem interfaces. Om vores udforskning af interfacet befordre erkendelse og (ud)dannelse, om interfacet iscenesætter os som aktive og reflektive vidensproducenter, eller som passive beholdere, der skal fyldes autoriseret viden på – det som i pædagogikken går under navnet “tankpassermodellen”. Interfacet bliver således ideelt set til en integreret del af museets vidensproduktion, og ikke blot en repræsentation eller formidling af museets indhold⁵.

⁴Web 2.0 er et begreb eller buzzword, som bl.a. omfatter sociale tjenester som blogs, wikis og deling af alt fra links, henvisninger, filer (fotos, film, musik, tekster...) til søgemønstre og smag. Centrale eksempler er Wikipedia, del.icio.us, flickr, last.fm, myspace, mymusic, YouTube, Google, etc. Se også Lisbeth Klastups artikel i denne udgivelse samt Wikipedia http://en.wikipedia.org/wiki/Web_2.0 og Tim O'Reilly: *What is Web 2.0* <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-2.0.html>.

⁵Henrik Kaare Nielsen diskuterer nærmere, hvordan interfaces kan befordre æstetisk erfaringsdannelse og dannelse ud fra, hvordan et æstetisk interface kan befordre en dialog, som bringer brugeren “i kontakt med hidtil ukendte erfaringslag og oplevelsesformer og dermed udvider brugerens bevidste ressourcer og indsigt i sig selv og verden.” Han undersøger ud fra denne problemstilling offentlige, politiske, kommercielle og kunstneriske interfaces. (Henrik Kaare Nielsen: *Interfacekultur og æstetisk erfaringsdannelse*, *Arbejds-papirer*, nr. 15, Center for Digital Æstetik-forskning, 2006, s. 7-8, tilgængelig fra <http://www.interfacekultur.au.dk/publikationer>).

Museer har i deres udstillinger arbejdet sig væk fra tankpassermodellen, væk fra at den autoriserede viden i form af skilte, kustoder og ufleksible udstillingsdesigns, og i retning af aktualiserende og engagerende udstillinger, der lægger op til at åbne gæsternes egne fortolkningsrum og møde med de fremmede genstande.

Denne bevægelse skal også føres ud på nettet, hvor det er væsentligt, om vi reduceres til passive konsumenter, der skal hældes viden på i faste mønstre – eventuelt forklædt i form af nogle små spil, der skal få den støvede viden til at glide ned – eller om vores lyst til at udforske interfacet spejles i en lyst til at få mere at vide.

Måske indeholder den præsenterede viden oven i købet nogle åbninger ud mod brugeren og giver ham eller hende nogle muligheder for at bruge den aktivt eller bidrage med ny viden? En åbning, der kan spejles i en åbning mod den medievirkelighed museums-gæsterne kommer fra, hvilket kan være med til at aktualisere museernes indhold og fagfelter. Eksempler kunne være, når kunstmuseer tager fat i netkunsten (som for eksempel Vestsjællands Kunstmuseums Webscape), eller når kulturhistoriske museer udvikler nye områder og formidlingsformer (eksempelvis Kvindemuseets nye museumsafsnit, Barndommens Museum, med udstilling om børn for børn).

Fra genstande på et museum til ikoner i et interface

Hvorfor skal museerne bekymre sig om, hvorvidt der foregår en dannelse og uddannelse i forbindelse med interfaces? Er deres væsentligste forpligtelse ikke genstandene på museet?

Det er klart, at selve opbevaringen og bevaringen af genstande er vigtig for de fleste museer, men genstandene er ikke udelukkende interessante i sig selv, men i kraft af den historie de fortæller – den viden, der produceres og formidles i mødet med dem. Det er en udfordring for ethvert museum at få tingene til at tale. Kort sagt at bringe museets genstande i forhold til gæstens forståelseshorisont og dermed også reaktualisere de historiske, fremmede og ofte mærkelige genstande, som museer indeholder.

Nettet har både fordele og bagdele for museer. Bagdelene er oplagte: man kan ikke have genstande på nettet, men kun repræsentationer af dem. Det er ikke her, man kommer tæt på de konkrete, materielle genstande, men til gengæld kan nettet og it bruges til at arbejde med de repræsentationelle, informationelle og udforskende lag. Kunne man forestille sig, at museet fremover forholdt sig mere åbent og diskuterende til sine genstandes betydning og mulige sammenhænge? Forholdt sig mere åbent til sin egen udstillingspraksis og museumsinstitution? Eller brugte nettet til at diskutere og eksperimentere med sin egen og sit fagfelts forhold til en moderne medie-

virkelighed? Jeg er langt fra ekspert i vikinger eller konger, men også her er der helt sikkert måder at spejle det faglige område i internettets interface: Hvordan fungerer kongehuset og deres tøj i forhold til medier og mode? Hvordan var vikingerne globaliserede

borgere, hvordan så deres verdenssyn ud før moderne kommunikation, og hvordan fungerer vikingerne i dag som epoke og 'brand'? (Fagligt kvalificerede museumsfolk kan helt sikkert komme med bedre forslag).

Man kunne også forestille sig, at museerne benyttede sig af det dynamiske og flygtige internet til at eksperimentere med deres institutionelle betydning. Måske museet forsøgsvist inkluderede hidtil ubetydelige,

oversete og marginaliserede genstande – som en måde at diskutere museets og musealiseringens rolle med netstedets gæster og samtidig forsøgsvist kaste et nyt blik på virkeligheden? Objekterne behøver måske ikke at være helt så kanoniserede, som de bør være for at ind-

Når museet skal på nettet handler udfordringen om, at udstillingen ikke længere er unikke genstande i et museumsrum, men flygtige ikoner i et interface. Det er imidlertid ikke et isoleret problem i forbindelse med museets netformidling, men en generel samfundsmæssig og kulturel udfordring, som skaber nye receptions mønstre, nye måder at se, forstå og interagere med og i kulturen – fra små drenge og pigers lyst til at klikke, til de lidt størres mobile netværkssamfund og remixkultur.

gå i samlingens faste pladser, og ofte er det jo også skiftende, hvilke genstande der kanoniseres som museumsobjekter – endda kanoniseres af og til ting, der i deres samtid har været betragtet som almindelige, værdiløse og oversete.

Hvordan det ville tage sig ud, ville selvfølgelig være forskelligt alt efter om der er tale om kunst, kultur- eller naturhistoriske museer – et ekstremt eksempel til inspiration kunne være det britiske "The UK Museum of Ordure", et generativt, kollaborativt, virtuelt museum, der samler nutidens og nettets skidt, skrammel og affald⁶.

Man kunne også være mere aktiv og benytte nettets

brugere og publikum i indsamlingen. Eksempler på netbaserede samlinger, der er kollaborativt opbyggede og som aktivt genererer nye genrer, aktiviteter og forbindelser er softwarekunst-plattformen Runme.org og 8-bits-musik-plattformen Micromusic.net⁷. At folk er

⁶<http://www.museum-ordure.org.uk/>. Museet er et projekt af den britiske software- og netkunstner Adrian Ward.

⁷Se Olga Goriunova & Alexei Shulgin: *From art on networks to art on platforms, Curating Immateriality: The Work of the Curator in the Age of Network Systems*. (red. Krysa, Joasia), Autonomedia: New York, 2006.

vilde med at samle, sammensætte og bidrage ser man på www.YouTube.com og www.flickr.com eller på de talrige portaler opbygget omkring videregivelse af gode råd, købstips, links og viden.

Museet er som institution ikke statisk, men har udviklet sig fra skatkamre og kuriositetssamlinger til institutioner for dannelse. Når museet skal på nettet handler udfordringen om, at udstillingen ikke længere er unikke genstande i et museumsrum, men flygtige ikoner i et interface. Det er imidlertid ikke et isoleret problem i forbindelse med museets netformidling, men en generel samfundsmæssig og kulturel udfordring, som skaber nye receptionsmønstre, nye måder at se, forstå og interagere med og i kulturen – fra små drenge og pigers lyst til at klikke, til de lidt størres mobile netværkssamfund og remixkultur.

Vi har brug for museerne, deres viden, dannelse og kultur på nettet, som mod- og medspillere til en netkultur, der kan beskyldes for at mangle historisk dybde, og som alt for ofte er overladt til kommercielle interesser. I stedet for blot at se netstedet som en besværlighed, der kan udliciteres til et bureau, må museerne ultimativt selv skaffe sig kompetencerne og gøre det til en integreret del af deres virke, organisation og selvbillede. Netstedet er mere end en virtuel reklamefolder for det fysiske museum – det er et sted at udvikle museet, dets udstilling og dets forhold til gæsterne. Det er udfordrende,

men også spændende – både fagligt, formidlingsmæssigt og teknisk. Og det er vigtigt at overveje æstetikken, både for at undgå, at den arbejder imod den faglige formidling, for at trække gæsterne til og behandle dem godt, og for at deres udbytte bliver dybere reflekteret og resulterer i en dannelsesmæssig erfaring. Hold øje med nettets kunst og kultur. Der er masser af plads til eksperimenter.

Søren Pold, lektor, Aarhus Universitet.

Forskningsfelt: multimedier, litteratur og æstetik.

Digital formidling med og uden ramme

– betragtninger over digital kunstformidling med projekterne ArtXplorers og Vild med Willumsen som eksempler

af Anne Sophie Warberg Løssing

Med internettet og www har der åbnet sig en ny verden for vores kulturinstitutioner. De har nu mulighed for at udvide deres formidlings- og udstillingspraksis til også at gælde et nyt medie. I samme åndedrag står de dog over for nye udfordringer. For hvordan løses denne opgave bedst muligt? Hvordan formidles kunst og kultur på www på en forsvarlig og saglig måde, som stadig er interessant og inspirerende? I Danmark har langt de fleste kulturinstitutioner fået en hjemmeside, hvor man kan orientere sig om den pågældende institutions aktiviteter, udstillinger, åbningstider og så videre. Men hvordan står det til med kulturinstitutionernes udvikling af egentlige digitale formidlings- og udstillingsprojekter med afsæt i mediets særlige egenskaber?

Jeg vil i det følgende kort skitsere den digitale kunstformidling, som den tegner sig i dag samt pege på de muligheder og potentialer, mediet rummer

i forhold til digital kunst- og kulturformidling. Hvad er det mere konkret, dette medie kan tilføre vores kulturformidling? På hvilken måde adskiller den sig fra den formidling, vi kender fra museerne? Disse betragtninger vil danne afsæt for gennemgangen af to digitale kunstformidlingsprojekter til børn, ArtXplorers, som Aros lancerede i 2005, og Vild med Willumsen, som J.F. Willumsen Museum lancerede i oktober 2006. Gennemgangen vil tage udgangspunkt i dels de præmisser, som projekterne hver især opstiller og dels den foreliggende brugeranalyse foretaget af Snitker & Co¹.

Kulturinstitutioner på nettet

Hjemmesiden er et godt udgangspunkt og et absolut must-have for kulturinstitutioner i disse tider, hvor de fleste af os bruger nettet til at orientere os. Af kulturvaneundersøgelsen fra 2004 fremgår det, at 3/4 af alle voksne

¹ Landbo, Elisabeth; *Brugervenlighedsvurdering af digitale formidlingsprojekter til børn. Konklusioner og kommentarer.* Snitker & Co., november 2006

bruger computer i deres fritid og heraf bruger 80% den til at gå på nettet². Ud af disse 80% er det imidlertid knap halvdelen, der anvender nettet til at søge informationer og oplysninger om kulturinstitutioner og -aktiviteter. Der kan være mange grunde til, at kulturinstitutionernes hjemmesider ikke bruges mere flittigt – men ét perspektiv kunne være brugernes forventninger til disse institutioners tilstedeværelse på nettet. I den sammenhæng er det interessant at inddrage en engelsk brugeranalyse af brugernes forventninger til online museer, som blev analyseret af Professor Jonathan Bowen i 1999³. Af undersøgelsen fremgår det, at 74 % af de adspurgte forventede at finde særlige online udstillinger på museernes hjemmesider, mens hele 87 % forventede at finde billeder på museernes websites, og fandt det skuffende, hvis der ikke var billeder, hvilket forkortede deres ophold på sitet. I forlængelse heraf blev informanterne bedt om at nævne de væsentligste fordele ved at hente informationer omkring museer på nettet. De tre mest udbredte svar var:

→ *det giver mulighed for at udforske og forfølge en personlig interesse.*

→ *det giver mulighed for at indhente viden om et museum, som ikke befinder sig i lokalområdet (dvs. radius bliver større – man har mulighed for at ”besøge” museer nationalt og internationalt). Her bemærker Bowen, ”Virtual visitors are much more likely to make an actual visit to a museum at some point in the future when they happen to be in the vicinity (e.g., on holiday) if they have found an interesting Web site associated with the museum beforehand.” (Bowen, 1999).*

→ *det er sjovt og interessant.* Til dette punkt bemærker Bowen, at museerne i fremtiden vil være tvunget til i højere grad at bidrage med interessante multimedieprojekter/udstillinger på deres sites, “[...], similar to interactives that can be found in many physical galleries.” (Bowen, 1999), hvis de skal kunne fastholde publikums interesse.

På trods af at undersøgelsen har en del år på bagen, er den stadig relevant og interessant. Undersøgelsen giver et vigtigt signal om, hvilke forventninger publikum har til museernes digitale

² Bille, Trine et al; *Danskernes kultur- og fritidsaktiviteter*, 2004. Kulturministeriet 2005.

³ Undersøgelsen er udført i forbindelse med M.SC specialet *Museums and the Internet: What purpose should the information supplied by museums on the world wide web serve?* af R. Reynolds ved Department of Museum Studies, University of Leicester. Undersøgelsen analyseres af Professor Jonathan P. Bowen i *Time for Renovations: A Survey of Museum Web Sites* fra 1999.

formidling, og i den sammenhæng kan de fungere som en vigtig styrepind for den retning, museerne skal gå. For mig at se handler det ikke så meget om, at brugerne forventer avancerede tekniske løsninger som et ønske om sammenhæng mellem det fysiske museum og den virtuelle forlængelse. Hjemmesiden skal med andre ord reflektere, at der her er tale om en kulturinstitution – og på den måde agere kulturinstitution på nettet. I den sammenhæng kan man mene, at museet er en privilegeret institution, fordi det er en formidlings- og udstillingsinstitution, hvis arbejde i en vis udstrækning lader sig oversætte til nettet, hvor det kan få en ny dimension. I modsætning til mange andre institutioner behøver museer ikke at nøjes med at anvende nettet som en informations- og kommunikationskanal, de kan derimod inddrage nettet til også at være et udstillingsrum med sine egne unikke kvaliteter.

En ny formidlingsplatform

I forbindelse med en undersøgelse af de danske kunstmuseers anvendelse af www, som jeg foretog i efteråret 2004, var der en vis skepsis at spore over for mediet og dets bidrag til kunstformidling og –udstilling blandt de statsanerkendte kunstmuseer⁴. Den dominerende holdning var, at kunstopplevelsen

på nettet aldrig ville være og kunne blive den samme som den oplevelse, der udspiller sig på museet foran det autentiske værk. For mig at se er dette helt indlysende, men det burde heller ikke være ambitionen. Reservationerne synes at bunde i en frygt for, at mediet kan erstatte museet, og at en god hjemmeside kan betyde en nedgang i besøgstallet. Den engelske brugerundersøgelse synes dog at pege på det modsatte forhold, nemlig at en god hjemmeside kan øge besøgstallet. Det er således klart, at den digitale kunstformidling og den kunstformidling, der finder sted på museet, har hver deres unikke kvaliteter, der kan supplere hinanden, hvormed der kan opstå en synergieffekt mellem de to verdener til glæde for det kunstinteresserede publikum. Mediet kan derfor siges at udvide, hvad det fysiske museum er, hvormed det får en ekstra streng at spille på. Målet for den digitale kunstformidling og udstilling skal derfor ikke være en simulation af museet og dets praksis, tværtimod. Den digitale kunstformidling skal tænkes som en ny platform, der giver mulighed for at formidle og udstille kunst på nye og unikke måder.

I forhold til kunstmuseet er det min overbevisning, at den digitale kunstformidling kan være et spændende supplement til den formidling og

⁴Løssing, Anne Sophie W.; De danske kunstmuseer på nettet – en undersøgelse af kunstmuseernes anvendelse af www i deres formidlings- og udstillingspraksis. *Modinet, working paper no. 18*, 2005.

udstilling, der finder sted på det enkelte kunstmuseum⁵. Med www får vi mulighed for at opleve og erfare kunst på nye måder, der kan supplere oplevelsen foran det autentiske værk. For nu blot at nævne nogle enkelte eksempler, betyder de distributive egenskaber, at utilgængelige værker kan gøres tilgængelige, hvilket rummer mange interessante perspektiver for museerne, der nu kan begynde at tænke i nye udstillingsmuligheder. På værk- og formidlingsplan giver de multimediale og interaktive egenskaber mulighed for, at museet kan tage andre formidlings- og fortælleværktøjer i brug. Beskueren bliver en aktør, der kan få hænderne i værkerne og ved selvsyn se, hvad der sker, når der flyttes rundt på billedelementer, skaleres og ændres på farvepaletten. På samme måde kan lyde, ord og musik anvendes til at aktivere høresansen i den normalt visuelle afkodning af et billede, hvormed fortolkningsrammen udvides. Helt centralt er det, at der kan arbejdes med forskellige informationslag fra museets side, hvilket vil sige, at museet kan tilpasse mængden og niveauet af information, som hele tiden kan udvides i et nyt lag. Det betyder i praksis, at den enkelte aktør selv kan vælge sin tilgang til et værk – hvor meget ønsker pågældende at vide om værket, kunsten, perioden etc.

En ramme for oplevelse

På nettet forsvinder imidlertid det arkitektoniske og sociale rum omkring kunsten og dermed også de uskrevne regler for, hvordan vi ser på kunst. På nettet er vi overladt til os selv, og af samme grund er det vigtigt at stille noget i stedet for og dermed definere en anden ramme for oplevelsen. På nettet er det ikke værket, der bærer oplevelsen, som det er på museet, når vi står over for det autentiske værk og oplever værkets materialitet, farver og lysspil. I det virtuelle udstillingsrum er værkerne flade, uden materialitet og lysspil – de er ganske enkelt et billede af et værk. Værkerne kan derfor ikke på samme måde stå alene, hvorfor den fortolkningsramme eller fortælling, der ligger bag en given udstilling har brug for at få en mere central plads. Sagt med andre ord er det i højere grad fortolkningen eller rammefortællingen, der bærer oplevelsen af værkerne og kunstnerne på nettet, end det er værkerne i sig selv. Som et enestående eksempel på et digitalt kunstformidlingsprojekt, der formår at gøre rammefortællingen til omdrejningspunktet for oplevelsen, kan nævnes Van Gogh & Gauguin, som er en fortælling om Van Goghs liv, hans kunst og venskab med maleren Gauguin baseret på deres korrespondance og private dagbogsnotater.⁶

⁵Jeg forholder mig her specifikt til kunstmuseet og den digitale kunstformidlings- og udstillingspraksis, som er mit forskningsområde.

⁶<http://www.vangoghgauguin.com>

To danske projekter

I Danmark har de kulturinstitutioner, der har kastet sig over digitale formidlingsprojekter, oftest haft børn som deres målgruppe. Det gælder også de to digitale kunstformidlingsprojekter ArtXplorer og Vild med Willumsen, som jeg her vil se nærmere på. Det er oplagt at lave digital kunst- og kulturformidling til børn. Dels er det et medie, som langt de fleste børn bruger meget og er fortrolige med, dels er det en anderledes måde at formidle et kulturstof på, som kræver et aktivt engagement af brugeren. På samme tid er det dog også en "vanskelig" målgruppe, fordi de er vokset op i en massiv medie- og underholdningskultur, hvilket ikke blot betyder, at de er fortrolige med brugen af diverse medier men også forvente og kritiske medieforbrugere. Af samme grund er brugerundersøgelsen fra Snitker & Co. interessant, idet den ikke alene peger på de eventuelle problemer og mangler, de enkelte projekter måtte rumme, men endvidere giver et lille indblik i den målgruppe, som disse kulturinstitutioner henvender sig til.

Man kan indvende, at brugerundersøgelsen er lavet på et spinkelt grundlag, nemlig 10 testpersoner. Når undersøgelsen alligevel er en god indikator for, hvilke problemer et digitalt formid-

lingsprojekt eventuelt måtte have, hænger det først og fremmest sammen med, at testpanelet selvfølgelig rammer ind i projekternes målgruppe⁷, og de er endvidere fortrolige med at bruge computer såvel i skole- som privatsammenhæng. Deres brug af computer og internet er varieret – de spiller, chatter, researcher etc. – og de er således vant til at navigere og orientere sig i virtuelle universer. Dertil kommer, at panelets reservationer over for flere af projekterne synliggør en række af problemer, som projekterne synes at rumme, ud fra en anden optik end den æstetikfaglige.



ArtXplorer

Formidling uden rammefortælling

ArtXplorer er et oplevelsesorienteret webforum for børn om kunst og kommunikation. Projektet er ambitiøst lagt

⁷ Gennemsnitsalderen for testpanelet er 11,8 år

an med et ønske om at være ”et unikt, virtuelt værksteds-rum med mulighed for at træde ind i et kunstværk og kreativt skabende at omsætte indtryk og erfaringer fra dette møde”⁸. Isoleret set opfylder flere af de enkelte elementer i ArtXplorer dette ønske. Indgangen Artattack giver brugeren mulighed for at træde ind i et af de seks værker og danne sig sine egne erfaringer på baggrund af de redskaber og værktøjer, man får stillet til rådighed med henblik på at gå på opdagelse i værket⁹. Brugeren får således lov til at se og opleve et kunstværk på nye måder for eksempel med ord og lyd eller ved at tilføje værket nye elementer. Legen med ord og lyde tilfører det enkelte værk en udvidet fortolkningsramme, der får brugeren til at se nye ting i det pågældende værk. På samme måde som muligheden for at tilføje og flytte rundt på nye billedelementer giver en fornemmelse af balance, komposition og farver, der som abstrakte begreber kan være svære at forstå omfanget af. ArtXplorer formår her at pege på nogle værktøjer til at udforske kunst, der er unikke for mediet. Brugeren får således mulighed for at komme tæt på kunsten på en anden måde end i museet, idet det her bliver synligt gennem egne erfaringer, hvilke virkemidler kunstneren arbejder med. Men i lige så høj grad hvilke virkemidler og fortolkningsrammer

museet arbejder med i udstillingsarbejdet.

På samme måde stiller Klogebogen sig til rådighed med en mængde viden om kunst, som man kan gå på opdagelse i – enten ved at søge på et ord eller vælge et af de 6 værker. Man kan også hoppe fra Artattack til Klogebogen for at få forklaret en kunstfaglig term eller blive præsenteret for et værk. Ideen med et kunstleksikon er god og ideel i et hypertextuelt medie, men det kunne med fordel være endnu bedre integreret i sitet. Dels kunne der være flere indgange til Klogebogen fra Artattack. Dels kunne forklaringerne i højere grad bidrage til at koble de to verdner bedre sammen. For eksempel kan man godt savne en forklaring på, hvorfor et maleri som Portræt af Sophie Charlotte Cederfeld minder om Marilyn af David Parrish, og derfor er valgt som baggrund i Røngtenblik. Det er ikke indlysende for enhver, heller ikke selvom man ’bruger sine øjne til at se på kunst’, som man opfordres til. Her bliver ArtXplorers problem meget tydeligt, idet der grundlæggende sker en overførsel til nettet af, hvordan man ser på kunst på museet. Med udgangspunkt i ovennævnte eksempel er forskellen blot den, at på museet ville de to værker måske hænge ved siden af hinanden og indgå i en dialog.

⁸ ArtXplorers projektbeskrivelsen www.kuas.dk/tjenester/kulturnet/stoettede_projekter/2003/artxplorer.jsp

⁹ Jeg forholder mig i ovenstående ikke til indgangen Artcreation, da det af ukendte årsager ikke har været muligt at få adgang til at et af de aktive artcreation rum – jeg har forsøgt fra flere forskellige platforme uden held.

På nettet ”skygger” de for hinanden og Klogebogen bidrager ikke med nogle nye perspektiver, som kan kaste nyt lys på værket ”Marilyn” i Artattack og sammenhængen mellem de to. Man er overladt til sig selv og sit eget blik.

Konkrete barrierer

I forlængelse af det ovenstående, synes det vanskeligt for ArtXplorer at leve

op til sin målsætning om at være et oplevelsesorienteret webforum. En oplevelse kan være mange ting, men grundlæggende kan man sige, at en oplevelse er en erfaring, som skiller sig ud og åbner for nogle nye erkendelser. Brugeranalysen

fra Snitker & Co. peger på, at ArtXplorers overordnede problem er, at det er vanskeligt og tager lang tid at komme til ”oplevelsen”. Brugernes møder med andre ord en række barrierer, der står i vejen for at få adgang til dette univers, hvor man giver sig hen til at opleve kunsten på nye måder.

I min optik peger brugertesten på to sæt problemer:

- de konkrete barrierer og
- de mentale barrierer, som stikker et lag dybere og står i vejen for oplevelsen, så brugeren blokerer.

De konkrete barrierer angår de vanskeligheder, brugerne møder i adgangen til og afkodningen af universet, og som får betydning for den samlede oplevelse af ArtXplorer. Helt centralt

er det, at børnene har vanskeligt ved overhovedet at få adgang til sitet. De blokerer, fordi der lægges op til, at man skal lade sig registrere for dermed at logge ind på sitet¹⁰. Over den første forhindring mødes brugerne af nye prøvelser. Ram-

men for ArtXplorer er det, man kunne kalde en moderne skrivebordsmetafor, hvor forskellige ikoner angiver forskellige indgange til sitets indhold. Men for testpanelet er det vanskeligt at gennemskue, hvad man kan, dels på grund af de engelske fraser, som de ikke forstår, dels fordi ikonerne ikke taler deres åbenlyse sprog. Settingen og de valgte ikoner bidrager ikke til at afklare, hvilken ”brugssituation”, man befinder sig

For mig at se handler det ikke så meget om, at brugerne forventer avancerede tekniske løsninger som et ønske om sammenhæng mellem det fysiske museum og den virtuelle forlængelse. Hjemmesiden skal med andre ord reflektere, at der her er tale om en kulturinstitution – og på den måde agere kulturinstitution på nettet.

¹⁰ Som brugerundersøgelsen viser, overser flere af børnene, at de kan logge på som gæst eller lade sig registrere med en opdigtet identitet.

i. Det er således ikke umiddelbart transparent, at der her er tale om et kunst-site. Som hjælp til at komme ind og rundt på sitet, møder man den virtuelle guide Artur, der som navnet indikerer, guider brugeren rundt på sitet. Desværre bliver Artur hurtigt et frustrerende bekendtskab, fordi han med sin insisterende lyd og hurtige talebobler lever i sin helt egen verden, som man ikke kan skabe kontakt til. Ganske vist kan man slå lyden fra, men man kan ikke få ham til at "tale" langsommere eller "gentage", og for mange af børnene er det ganske enkelt svært at følge med. Der er her tale om nogle alvorlige barrierer, fordi brugerne oplever en modstand, der står i vejen for deres forståelse og oplevelse af sitet.

Mentale barrierer

Ser man på de samlede kommentarer på børnenes oplevelser af ArtXplorer fremgår det, at de konkrete barrierer stikker et lag dybere. Børnene havde ikke alene svært ved at komme i gang med at udforske sitet, de havde ganske enkelt svært ved at forstå hensigten med ArtXplorer. Af opsamlingen kan man læse: "Børnene forstod at de skulle 'udforske', men var tøvende over, hvad de skulle udforske." "de blev irriterede over, at de manglede en forklaring til, hvad meningen var." "Alle børn havde svært ved at danne sig et indtryk af, hvad websitet handler om. De syntes det var svært at forstå, hvad man skulle 'gøre'."

For mig at se peger udsagnene med

al tydelighed på det grundlæggende problem, at ArtXplorer mangler en rammefortælling, der kan motivere en udforskning af sitet. Man er i høj grad overladt til sig selv, og hvad enten man er barn eller voksen, er det ikke i sig selv interessant, at det nu er muligt at flytte rundt på elementerne i et billede eller lave om på farverne, hvis ikke der er et højere mål dermed, udover oplevelsen. ArtXplorer har værkerne og de kunstneriske processer i fokus, men på trods af at interaktionen med værkerne og de forskellige virkemidler er på mediets præmisser, bliver brugeren ikke synderligt klogere på hverken værket eller kunstneren. Der skal være en motivation eller en målsætning for interaktionen, der viser vej ind i det virtuelle univers, og "udforskning" er ikke nogen klar målsætning i sig



Vild med Willumsen

selv. Man mangler ganske enkelt at få ekspliciteret en ny rammesætning, når man klikker sig ind på det sorte "skrivebord." Uden rammefortællingen bliver det aldrig rigtigt vedkommende,

og det er svært at lade sig opsluge, fordi man forbliver på afstand af værkerne og kunstnerne. Hermed er der en reel fare for, at formidlingen har svært ved at fastholde brugernes interesse, og den fri udforskning bliver derfor nemt til en overfladisk surfen, som brugeranalysen antyder.

Formidling med ramme- fortælling

Vild med Willumsen er et helt andet formidlingsprojekt end ArtXplorer på trods af, at de begge anvender mange af de samme virkemidler i afsøgningen af

kunstværkerne. Vild med Willumsen er et digitalt formidlingsprojekt, der har til formål at lade os komme tættere på kunstneren J.F. Willumsen, hans kunst og de forskellige kunstneriske virkemidler og processer, som han arbejdede med. På den måde har projektet fra start haft en meget veldefineret rammefortælling: nemlig kunstneren Willumsens liv og levned. Denne rammefortælling iscenesættes af fortælleren, den grønne ravn, der træder til med dessiner, samt hele den visuelle setting, som er en genskabelse af Willumsens atelier. Settingen er transparent, dels er det en genkendelig verden, der gør det nemt at udforske og interagere, dels medvirker den fortællende

Målet for den digitale kunstformidling og udstilling skal derfor ikke være en simulation af museet og dets praksis, tværtimod. Den digitale kunstformidling skal tænkes som en ny platform, der giver mulighed for at formidle og udstille kunst på nye og unikke måder.

grønne ravn til en "virkeliggørelse" eller en immersiv oplevelse, idet vi inviteres til at træde ind i det samme rum. Brugeren inviteres således til at gå på opdagelse i Willumsens virtuelle atelier og studere, hvem han var, og hvordan han arbejdede, samtidig med at man får en bredere kunstfaglig viden, eksempelvis omkring farvelære og komposition. Oplevelsen forstærkes af, at der er en flot sammenhæng mellem kunstneren og

det nutidige udtryk projektet er udført i. Her er man således ikke i tvivl om, hvad der er målet for oplevelsen.

Vild med Willumsen er ligeledes et ambitiøst projekt med en klar målsætning

om, at børnene skal tilegne sig en viden om og fortrolighed med Willumsens kunstværker og den kunstneriske praksis på deres egne præmisser. Til grund for projektet ligger således en række overvejelser omkring børns læring og mediets potentiale i forhold til en læringsproces. Med udgangspunkt i moderne lærings-teori argumenterer man for, at læringsprocessen er individuel og bygger på individets videns- og forståelsesmønstre baseret på erfaring. En måde at tilgodesee den individuelle læringsproces på, er at inddrage computeren i lærings-situationen og formidlingsarbejdet, fordi computerens multimediale og interaktive egenskaber samt muligheden for at arbejde med ikke-hierarkiske strukturer

gør det muligt at appellere til flere sanser samtidigt og nå ud til forskellige typer børn.

Ambitionen har været at skabe et univers med læringslementer, hvor børnene ad forskellige veje og på forskellige niveauer kan lære om kunstneren J.F. Willumsen og hans virke, men som samtidig gerne må være underholdende. I den sammenhæng er det en stor force, at det samlede univers udnytter mediets styrke ved at bygge på en ikke-hierarkisk struktur. Man har en rammefortælling, som er den styrende faktor, men uden at den dikterer forløbet. Tværtimod. Man kan frit bevæge sig inden for rammen og vælge hvilket emne og hvilken opgave, man ønsker, uden at man på den måde går glip af en større sammenhæng eller fortælling. Projektet er således bygget op omkring fem forskellige kig ind i atelieret, hvortil der knytter sig et emne: proces, farve, komposition, fortælling og JFW. Til hvert univers knytter der sig nogle opgaver og nogle oplevelsesorienterede aktiviteter, ofte med forskellige sværhedsgrader, som man frit kan vælge mellem. De forskellige aktiviteter og opgaver spænder bredt i karakter og udtryksform, men har det til fælles, at deres måde at formidle om kunstneren, værkerne og den kunstneriske proces, tager udgangspunkt i mediets unikke kvaliteter. Det vil med andre ord sige, at man får fingrene

i værkerne, idet man kan lege med billedets komposition og farver gennem forskellige små øvelser. Eksempelvis kan man ændre de forskellige delelementers farve samtidig med, at "originalen" "hænger" ved siden af til sammenligning. Projektet rummer også udtryksformer som en quiz, hvor man kan afprøve sin viden om Willumsen eller et spil, hvor man skal gøre Willumsen kunsten efter og placere de forskellige elementer korrekt i billedet. Den grønne ravn følger brugeren rundt i atelieret og instruerer i, hvad man skal gøre, og hvad man skal lægge mærke til. På den måde får man forklaret noget om billedkomposition, idet man opfordres til at lægge mærke til, hvorledes figurerne er placeret i forhold til hinanden. Projektet opnår således en meget fin balance mellem leg og læring og lever op til målsætningen¹¹ om, at "børn



Vild med Willumsen.

¹¹Vild med Willumsens projektbeskrivelse: www.kulturarv.dk/tjenester/kulturnet/stoettede_projekter/2004/willumsen.jsp

skal lege sig til viden". Dette kommer klarest til udtryk med brugeranalysens afsluttende kommentar til Vild med Willumsen: "Mange børn får mange rigtige svar i quiz om Willumsen, så deres viden vokser hurtigt fra aldrig at have hørt om Willumsen til at kunne svare rigtigt på mange detaljer om hans liv som kunstner¹²."

Hvem er Willumsen?

Testpanelet har naturligvis også nogle kritikpunkter til Vild med Willumsen, men ikke af særlig graverende karakter. Der er dog to punkter, som det er værd at nævne og kommentere. Det ene har at gøre med skærmformatet, der er problematisk. Navigationslinjen er ikke synlig i alle skærmformater, hvilket betyder, at man skal scrolle for at opdage de valgmuligheder, man har. Dette er yderst u hensigtsmæssigt for oplevelsen, fordi det er et irritationselement, at man skal scrolle op og ned på siden for at danne sig et fuldt overblik over såvel atelieret som navigationen. Det andet punkt har at gøre med rammefortællingen, idet det ikke er hensigtsmæssigt, at man ikke indledningsvist får at vide, hvem Willumsen var, hvilket testpanelet påpeger. Fortællingen starter på følgende måde:

På nettet forsvinder imidlertid det arkitektoniske og sociale rum omkring kunsten og dermed også de uskrevne regler for, hvordan vi ser på kunst. På nettet er vi overladt til os selv og af samme grund, er det vigtigt at stille noget i stedet for og dermed definere en anden ramme for oplevelsen.

"Lad mig præsentere mig selv. Jeg er Willumsens den grønne ravn....". Flere af børnene hører ikke denne speak, men er derimod fokuserede på at finde ud af, hvem Willumsen er, hvilket fremgår af overvejelsen om, hvorvidt han er dyrehandler¹³. Introduktionen

forudsætter således en viden, hvilket kan virke u hensigtsmæssigt for den videre udforskning af sitet, fordi man indledningsvist mødes af en modstand, der kan blive en barriere for oplevelsen. Hertil kan man sige, at

testpanelet naturligvis kommer til sitet ude af kontekst, hvilket ikke er sammenligneligt med en egentlig brugssituation. Man ville oftest stifte kendskab til sitet gennem museets hjemmeside eller blive introduceret til det på anden vis, hvilket vil betyde, at man ved, hvem J.F. Willumsen var. Det samme gør sig gældende med ArtXplorer, hvor indgangen til sitet ligeledes vil gå gennem Aros' site, hvorfor man i højere grad vil være tunet ind på den kunsthistoriske kontekst, hvilket sandsynligvis vil give en anden oplevelse af projektet. Sagt med andre ord ville man få den kunstmuseale ramme med og dermed måske være bedre rustet til at udforske kunsten på de præmisser, som ArtXplorer opstiller.

¹²Snitker & co., 2006

¹³Snitker & co., 2006

Konklusioner om de to projekter

Det er vanskeligt at undgå en sammenligning af de to projekter, når man har til opgave at vurdere dem begge. Ikke desto mindre bidrager sammenligningen til at synliggøre, hvad der synes at fungere i mediet. Begge projekter rummer meget godt materiale, og de formår hver især at udnytte mediets egenskaber til at give os et nyt syn på og en ny oplevelse af kunst. I modsætning til på museet, får vi her lov til at eksperimentere med værkernes farver, komposition, fortælling med mere, hvilket giver en meget konkret oplevelse af kunstens virkemidler samt en forståelse for, at det enkelte valg har en stor betydning for det endelige udtryk. Der er imidlertid forskel på, hvilken rolle disse erfaringer får lov at spille i de to projekter. Forskellen synes, som argumenteret, at manifestere sig i rammefortællingen. I ArtXplorer er rammefortællingen uklar, hvilket også brugerundersøgelsen fra Snitker & Co. peger på. Vi skal udforske, men det forekommer uklart, hvad målet er for udforskningen, hvormed de erfaringer, man gør sig, ikke åbenlyst fører til en større erkendelse af universet og de enkelte værker. I modsætning hertil forekommer rammefortællingen i Vild med Willumsen klar, hvilket understreges af både settingen og fortælleren, den grønne ravn. Man er ikke i tvivl om, at man skal lege sig til en viden om Willumsen. Gennem de små interaktionsdele gør man sig en række erfaringer, der er med til at opbygge en

viden om Willumsen og hans kunst. I de indledende betragtninger om den digitale kulturformidling argumenterer jeg for, at man er nødt til at eksplicitere rammen på nettet. Fordi værkerne ikke kan stå alene på nettet. For mig at se er det i en eller anden forstand, hvad der sker i ArtXplorer. I kraft af den uklare rammefortælling bliver afstanden til værkerne næsten større på trods af, at man kan interagere med dem, fordi der sker en overførsel af, hvordan man ser på kunst på museet. Når det er sagt, er det ArtXplorers store force, at projektet formår at synliggøre de processer, der er på spil i afkodningen af kunst. På den måde klædes brugerne på til at se på kunst på nye måder, når de besøger det fysiske museum.

Begge projekter viser på denne måde, at der ikke blot er en vilje til at eksperimentere med nye formidlingsformer, men også en forståelse for, hvad mediet kan bidrage med til en kunstoplevelse. Begge museer har formået at udvide deres informative hjemmesider til også at rumme egentlige digitale formidlingsprojekter for børn, hvorved de supplerer det fysiske udstillingsrum med et virtuelt, der kan føre til nye erkendelser af kunst. Suppleringsstanden bliver udtalt i det omfang, at det virtuelle og det fysiske udstillingsrum kobles gennem konkrete opgaver, der lader sig løse på museet som i tilfældet med Vild med Willumsen eller værktøjer til afkodning af kunst, som man stifter bekendtskab med i ArtXplorer.

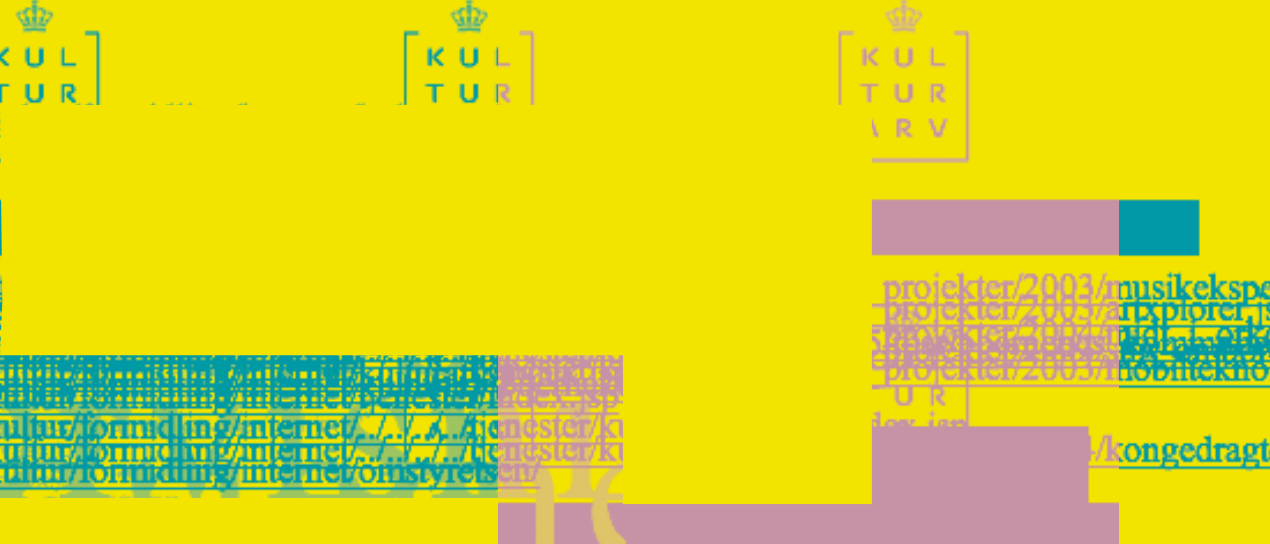
Digital kulturformidling for fremtiden

Hvordan kan den digitale kunst- og kulturformidling gribes an i fremtiden? For mig at se er det helt centralt, at erstatningstanken begravnes for i stedet at se og dyrke de muligheder, mediet rummer. Den engelske brugersundersøgelse fra 1999 synliggør en række forventninger til museerne, som museerne med fordel kunne tage til efterretning. Nettet udgør en væsentlig del af vores kultur, som kulturvaneundersøgelsen fra 2004 giver klart udtryk for. Man kan derfor med rimelighed argumentere for, at vores kulturinstitutioner i højere grad bør reflektere denne udvikling og dermed for alvor begynde at agere som kulturinstitutioner på nettet. Dette betyder, at museerne ikke udelukkende skal anvende www til at orientere om deres aktiviteter i det fysiske rum, men i højere grad begynde at integrere www som et supplerende udstillingsrum, hvor mediets interaktive og multimediale egenskaber udnyttes til at give nye oplevelser og erkendelser. En sådan udvikling ville optimalt set også betyde, at museerne begynder at tænke i digitale formidlings- og udstillingsprojekter til voksne. Det er indlysende, at en sådan udvikling kræver, at området prioriteres højere – ikke blot på museerne, men også fra politisk hold. Dette er ikke kun et spørgsmål om flere ressourcer, men også om et holdningsskifte. Det kræver med andre ord, at man er villig til at anerkende det potentiale, mediet så åbenlyst rummer.

Anne Sophie Warberg Løssings tre anbefalinger til de kulturinstitutioner, som vil udvikle digital formidling i de kommende år:

- **Afklar målgruppen**
Målgruppen og formidlingsformen skal afstemmes nøje, så brugerne ikke møder en række barrierer, der står i vejen for deres oplevelser og erkendelser.
- **Tænk i en rammefortælling**
Værkoplelsen er ikke den samme på nettet, og det er derfor nødvendigt at overveje, hvad det er for en fortælling eller oplevelse, man gerne vil formidle. Denne ramme skal ekspliciteres, så "brugssituationen" er transparent for brugerne. Målsætningen skal med andre ord fremstå klart.
- **Vær bevidst om mediet**
Hvad kan mediet bidrage med til kunstformidlingen og hvori adskiller det sig fra andre medier? Hvordan anvendes mediet bedst til at formidle den valgte historie og oplevelse? Og hvordan kan mediet bidrage med nye kunsterkendelser og -oplevelser?

Anne Sophie Warberg, stud. ph.d., Aarhus Universitet. Forskningsfelt: digital kunstformidling.



COMPUTERSPIL SOM KULTUR- FORMIDLING?



Computerspil som kulturformidling?

– med projektet MusX som eksempel

af Carsten Jessen

De to nyeste danske undersøgelser af børns mediebrug viser, at internettet spiller en stor rolle for børn, både i skolen og i fritiden. Knap fire ud af fem børn i alderen 9-16 år har internetadgang derhjemme, og de fleste anvender nettet flere gange om ugen. Ni ud af ti børn mellem 7-12 år spiller computerspil i større eller mindre omfang. Sådan så det vel at mærke ud i 2003¹. I dag bruger endnu flere børn endnu mere tid på disse aktiviteter, og de begynder i en stadig tidligere alder.

Computerspil på internettet forekommer på den baggrund at være et ideelt formidlingsredskab. Spil er kendt for at være stærkt motiverende for børns interesse, og set fra et formidlingsperspektiv betyder internettet, at det er muligt at få børnene direkte i tale uden om praktiske barrierer og komplicerede distributionskanaler. Nettet giver mulighed for at være til stede i børnenes hverdagsliv og endda nå helt ind i børneværelset, hvor computere med netadgang i stigende grad får plads. Hvor oplagt kombinationen af spil,

internettet og formidling til børn end virker, så har det vist sig at være vanskeligt at få det til at fungere i praksis, uanset om den konkrete kontekst er undervisning eller fritid. I relation til skolen er det eksempelvis svært at få spil accepteret på linie med andre undervisningsmidler. Computerspil betragtes normalt ikke som en seriøs beskæftigelse, hverken af undervisere eller forældre, og endnu har den pædagogiske forskning ikke leveret klare beviser på, at spil kan anvendes til målrettet og målbar læring². Beviserne er endnu mere fraværende, hvis kravet er, at spil skal være mere effektive end de undervisningsmidler, der normalt anvendes i skolerne, og det er, naturligt nok måske, en væsentlig forudsætning for, at lærere vil påtage sig besværet med at bruge et medie, de færreste af dem er fortrolige med i dag.

Musik formidlet igennem spil

At spil er gode formidlings- og læremidler er altså nøgternt set mere en antagelse end et faktum. Det afholder

¹ SAFT-undersøgelsen, Medierådet for børn og unge (<http://saft.medieraadet.dk>). Bille, Trine og Erik Wulff: *Tal om børnekultur*. (kan downloades på <http://www.boernekultur.dk>)

² I 2007 starter et større treårigt forskningsprojekt med det formål at kortlægge effekten af læringsspil. Projektet har deltagelse af Danmarks Pædagogiske Universitet, Syddansk Universitet og IT-Universitetet

heldigvis hverken producenter, forskere eller progressive undervisere fra at forsøge sig med computerspil som undervisningsmiddel. MusX er et blandt mange eksempler på et undervisningsprogram, der anvender computerspillets form med det formål at formidle et fagligt indhold. MusX er udviklet i tilknytning til Danmarks Radios klassiske musikkanal på P2 og er tilgængeligt som et netsted på adressen www.dr.dk/musx. Programmet præsenteres ikke direkte som et spil, men som "interaktivt univers i lyd og musik" for de 6-12årige, og formålet er "at åbne øjne og ører og pirre nysgerrigheden for en anden musik, end den børn typisk møder i medierne³." Konkret sigter programmet på at formidle klassisk musik og jazz til børn.

Skal man karakterisere MusX, står man med to mulige og ligeværdige perspektiver. For en umiddelbar betragtning er der tale om et computerspil, hvor spilleren begiver sig på en rejse ind i et ukendt eventyrlandskab, der rummer forunderlige væsener og besynderlige fænomener, som skal undersøges, anvendes eller overvindes for at nå spillets mål. På den anden side er MusX noget andet end de computerspil, målgruppen normalt spiller på deres Playstation eller Game Boy, for formålet er ikke at redde prinsessen ved at være hurtig på tasterne og kvik til lægge en strategi. I MusX er det i stedet spillerens opgave at komponere sit eget musikstykke ved hjælp af



MusX

lyde og musikstumper, som samles op undervejs gennem landskabet. MusX er et med andre ord "seriøst spil", hvor spillerne ikke skal lære at begå sig blandt trolde og uhyrer, som det som regel er tilfældet i kommercielle computerspil, men i stedet skal erhverve musikfaglig viden ved eksperimentere med lyde og korte musiksekvenser fra jazz og det klassiske musikrepertoire. Tankegangen bag programmet er naturligvis, at spil kan motivere børn til at beskæftige sig med et emne, som ellers kan være vanskeligt at skabe interesse for. Genremæssigt hører MusX til under betegnelsen "edutainment", som er den gængse betegnelse for produkter, der kombinerer undervisning og underholdning med det sigte at udnytte den høje motivation fra spil og leg til seriøs læring.

Det er relativt nyt at anvende interaktive spil til kulturformidling, og MusX begiver sig ind på et nyt territorium for kulturformidling med en række

³ Kulturarvsstyrelsens projektbeskrivelse (http://www.kulturarv.dk/tjenester/kulturnet/stoettede_projekter/2003/musik-eksperimentarium.jsp)

nye muligheder, men også med oplagte faldgruber, hvorefter den største givet er en ukritisk tiltro til computerspils anvendelighed som undervisnings- og læremiddel. Det forfalder MusX dog kun i mindre grad til, og det yder i realiteten ikke programmet retfærdighed alene at fokusere på det som et spil. Det er netop i

kraft af en række elementer, der adskiller produktet fra gængse edutainmentspil, at programmet har sine specifikke kvaliteter og tillige repræsenterer en mulig fremtidig udviklingsretning for tilsvarende produkter. For at kunne synliggøre og begrunde disse kvaliteter, er det imidlertid nødvendigt at placere MusX i en større sammenhæng og påpege nogle grundlæggende problemer i kulturformidling til børn – vel at mærke som denne artikels forfatter ser dem.

Kulturformidlingen i fri konkurrence

Børnekultur står i dag med en særlig formidlingsmæssig problemstilling, som en lang række områder inden for kulturformidling har til fælles. Problemstillingen er ikke ny, men den er blevet betydeligt skærpet inden for de sidste år i kraft af den teknologiske og mediemæssige udvikling. Man kan som formidler ikke umiddelbart forlade sig

på en forhåndsinteresse eller på en vis forhåndsforståelse hos målgruppen. Mens man tidligere i nogen grad kunne forvente, at børn kunne eller skulle føle sig tvunget til at tage imod det, formidlerne i kraft af deres særlige faglige ekspertise fandt vigtigt, så forholder det sig i stigende grad anderledes i dag.

For blot et par årtier siden var børns adgang til medier og de dermed forbundne oplevelser som bekendt under en relativ stærk og streng kvalitetskontrol i få statskontrollerede medier. Den tid er forbi, og det stiller naturligvis kulturformidlingen over for den overvældende opgave at skulle konkurrere med stærke kræfter om børnenes interesse.

Kulturformidling må skabe interesse for sit budskab hos børn i konkurrence med alle andre tilbud, og det gælder i stigende grad, uanset om der sigtes på formidling i tilknytning til undervisning eller i fritiden.

Når kulturtilbud udnytter nettet for at nå børn, træder de ind i et stærkt konkurrencepræget og kommercielt område, som med få undtagelser ikke er underlagt anden kvalitetskontrol end den, børnene selv udøver, når de beslutter sig for, hvad de vil bruge deres tid på. Denne ligestilling af kulturtilbud og kommercielle tilbud er historisk relativt ny, når det gælder børn, og den er endnu langt fra forstået eller accepteret i vores tilgang til kulturformidling. For blot et par årtier siden var børns adgang til medier og de dermed forbundne oplevelser som bekendt under en relativ stærk og streng kvalitetskontrol i få statskontrollerede medier. Den tid er forbi, og det stiller naturligvis kulturformidlingen over for den overvældende

opgave at skulle konkurrere med stærke kræfter om børnenes interesse.

Denne konkurrence er ulige, særligt når man tager i betragtning, hvor få offentlige midler vi i dag er villige til at investere i kulturformidling til danske børn. Realistisk set er det ikke en farbar vej at konkurrere med mul-

tionale koncerner

på deres hjemmebane, underholdning og leg. Virksomheder som for eksempel

Disney har bedre fat

i børn på det felt,

end kulturformidlere

nogensinde kan

håbe på at få. Det

skyldes ikke mindst,

at virksomhederne

satser på underhold-

ning for underholdningens egen skyld.

I en pædagogisk og formidlingsmæssig kontekst er det naturligvis ikke

tilfældet, fordi man som udgangspunkt

vil mere end at underholde. Desværre

har der gennem hele børnekulturens

historie hersket den holdning, at ren

underholdning er underlødigt og mang-

ler kvalitet. Denne holdning har dybe

historiske rødder i dannelseskulturen,

og antagelsen om, at kommercielle un-

derholdningsprodukter forfører børn,

er stadig dybt rodfæstet. Det fordrejer

perspektivet hos kulturformidlere og

forhindrer en nøgtern og nødvendig

præcisering af formidlingens mulighe-

der og begrænsninger. I særdeleshed

Den kulturelle indsats, der har satset på det, vi uden videre kalder "kvalitetskultur for børn", hverken kan eller skal underkendes. Men skal kulturformidling til børn udvikle sig tidssvarende i et mediasamfund, står den sig bedst ved at erkende, at skellet mellem kvalitet og underlødigt ikke kan baseres på et traditionelt dannelsesperspektiv.

gælder det i dag, hvor det ikke længere er realistisk at kontrollere, hvilke medieprodukter, børn får adgang til.

"Leg og læring"

Den kulturelle indsats, der har satset på det, vi uden videre kalder "kvalitets-

kultur for børn",

hverken kan eller

skal underkendes.

Men skal kultur-

formidling til børn

udvikle sig tidssva-

rende i et medie-

samfund, står den

sig bedst ved at

erkende, at skellet

mellem kvalitet og

underlødigt ikke

kan baseres på et

traditionelt dan-

nelsesperspektiv. Men i stedet erkende,

at der er tale om forskellige kvalitets-

kriterier og -skalaer, alt efter om der

sigtes på underholdning og leg eller

påvirkning, udvikling og læring⁴.

Sagt på en lidt anden måde, så mang-

ler kulturformidlingen ofte respekt for

produkter, der skaber leg og under-

holdning, som et fagligt felt i sig selv.

Et af de meget tydelige og omkost-

ningsfulde problemer, der udspringer

af en manglende respekt, er antagelsen

om, at kommercielle produkter tiltræk-

ker, fordi de benytter sig af særlige for-

føriske metoder. Problemerne opstår,

når producenter og formidlere tror, at

disse metoder kan aflures og overføres

⁴ Jessen, C. (2005). Legen som kvalitetskriterium. In: *Statusrapport 2004*, Børnekulturens Netværk 2004.

til såkaldt seriøse produkter. Præcis her befinder en meget stor del af børnekulturformidlingen sig i dag, og såvel nationalt som internationalt er det fælles for formidling og undervisning. "Leg og læring" har længe været et centralt pædagogisk motto, som har fået fornyet kraft med fremkomsten af interaktive medier, ikke mindst med computerspillene, hvor tiltrækningen og motivationen hos brugerne er særdeles synlig for enhver iagttager.

Tanken bag edutainment-genren er netop at tage konkurrencen op med de rene underholdningstilbud ved at pakke det seriøse indhold ind i legens og spillets form. Det er ikke en pædagogisk idé, der er opstået sammen med de elektroniske og digitale medier. Faktisk kan ideen følges gennem hele pædagogikkens historie i form af både pædagogisk legetøj og i form af leg som pædagogisk metode. I et historisk perspektiv er det imidlertid slående, at meget få produkter har kunnet leve op til kravet om på én gang at fange og fastholde børns opmærksomhed og samtidig føre til den ønskede læring. Trods en ihærdig indsats gennem en lang periode er det ikke lykkedes at skabe læremidler, som for alvor har været i stand til at tage konkurrencen op med markedet. I fritiden foretrækker børn til enhver tid de kommercielle underholdningstilbud.

Digital teknologi rummer imidlertid nye muligheder for at skabe interesse og interaktion, hvilket computerspil

tydeligt demonstrerer. Både når det gælder inddragelsen af brugerne og opbygning af universer, er digitale medier de analoge overlegne, og det har siden begyndelsen af 1990'erne givet producenter og formidlere nyt blod på tanden. Succesen er ikke entydig, og "edutainment" har i dag et blakket ry i pædagogiske kredse. Det skyldes næppe så meget teknologien eller spilmediet i sig selv som en manglende evne hos producenter, formidlere og pædagoger til at udnytte de nye muligheder. Sagt på en anden måde, så har det vist sig, at det ikke er noget enkelt projekt at kombinere leg og læring, heller ikke med brug af digital teknologi. Et godt stykke ad vejen skyldes det uden tvivl en forsimplet opfattelse af, hvordan børn lærer. En stor del af spillene i edutainmentgenren, særligt de tidlige udgaver, bygger på en traditionel opfattelse af læring, hvor et behavioristisk belønningsprincip, der bygger på stimuli og respons, er omdrejningspunktet. I alt for mange tilfælde står leg og læring derfor i et udvendigt forhold til hinanden i programmer, hvor børn i de værste tilfælde først skal løse et antal helt traditionelle matematikopgaver for derefter at få lov til at spille et helt traditionelt computerspil, der ikke har nogen faglig sammenhæng med matematik.

Computerspil, der bygger på et rent belønningsprincip har kun begrænset læringsmæssig værdi og virker naturligvis kun i de tilfælde, hvor en simpel færdighed skal trænes. I moderne

pædagogik har den form for indlæring kun en yderst begrænset plads, og derfor kan det undre, at der stadig produceres mange computerspil med et sådant indhold. Den nærliggende forklaring er givet, at spillene sjældent produceres uden medvirken af folk med viden om børns læringsformer, men af producenter

uden større indsigt i pædagogik og af opdragsgivere med en stor tiltro til spil og leg som midler til læring. For så vidt er det forståeligt nok, al den stund, at leg og læring også i brede pædagogiske kredse betragtes som to sider af samme sag i relation til børn. Forskningen i computerspil, børns læringsformer og læringsspil har

inden for de senere år nuanceret denne antagelse, først og fremmest ved at indføre en klar skelnen med leg og læring som henholdsvis mål og middel⁵.

Mens børns leg i traditionel pædagogisk teori antages at være et middel til læring af færdigheder og kompetencer, barnet skal bruge senere i sin tilværelse, betragter nyere forskning i børns læring og kultur leg som et mål i sig selv. Denne skelnen betyder bl.a., at der vendes op og ned på forståelsen af læ-

ring. Først og fremmest noget synligt, som i virkeligheden er indlysende for os alle, nemlig at læring har en vigtig funktion i relation til leg, fordi enhver form for leg kræver læring i større eller mindre omfang. Uanset om det handler om at boldspil, elastikhop, spædbarnets "tutte-bøh"-lege med forældrene

eller computerspil fordrer det læring. Pointen er, at læringen er et middel, ikke et mål. Den stærke interesse i at lære, man finder hos børn, der eksempelvis spiller komplicerede computerspil, henter således sin motivation i den leg og det sociale samvær, der opstår i og med, at man spiller spillet, og det er helt paral-

lelt med det motiv, man som voksen kan have for at spille kort, deltage i en festlig begivenhed eller i andre aktiviteter, herunder underholdning, hvor det efterfølgende, når aktiviteten er overstået, ikke er muligt eller nødvendigt at påvise en læringseffekt. Problemet i en unuanceret og naiv opfattelse af eksempelvis computerspil som læremidler er, at et sådant motiv ikke sådan uden videre lader sig overføre til andre aktivitetstyper som for eksempel arbejde eller undervisning.

⁵ Sørensen, Birgitte Holm, Carsten Jessen og Birgitte R. Olesen (red.): *Børn på nettet - kommunikation og læring*. Gads Forlag 2005

Forhåbentlig er det med ovenstående lykkes at skabe forståelse for, at spil og leg tjener sig eget formål, også når det gælder børn. Det er derfor principielt en sammenblanding af mål og midler, når man vil anvende leg som middel til læring. Risikoen for, at man fjerner motivationen, når formålet er at bibringe brugerne en bestemt faglig viden, er nærliggende. Omvendt er faren for, at de faglige mål fortaber sig i leg, lige så nærliggende. At sigte på en "naturlig balance" mellem de to poler, er en misforståelse af såvel leg som læring.



MusX

"Spillignende læring"

At skelne mellem leg og læring som det er gjort oven for, medfører dog ikke en påstand om, at kombinationen af spil og formidling af et bestemt fagligt indhold er en umulighed. Det betyder blot, at der ikke er nogen automatisk sammenhæng. Det er nødvendigt at adskille spil til læringsformål og spil til leg. Blandes de to former bliver det ofte meget uklart og forvirrende for spillerne. Inden for forskningen i spil som

undervisnings- og læremidler taler man af den grund i dag ofte om "spillignende læring" frem for om læringsspil⁶.

MusX er et godt eksempel på et aspekt, som den pædagogiske forskning i computerspil først langsomt er ved at blive opmærksom på, nemlig at spil ikke kan eller skal det samme som traditionelle undervisningsmidler, blot i en mere motiverende form. Spillene kan noget andet og mere, fordi de er baseret på en digital teknologi, der kan fusionere tekst, tale, lyd og billeder til interaktive fænomener. I et læringsperspektiv er det ikke spillet, men brugernes aktive interaktion, der er den centrale faktor.

Umiddelbart kan det være vanskeligt at skelne mellem interaktion og spil, fordi visse interaktionsformer nærmest er blevet synonym med computerspil. Men det lønner sig at foretage en analytisk adskillelse, hvilket lader sig illustrere på baggrund af MusX. I programmet møder spilleren et særligt univers, som man kun introduceres meget kortfattet til. Det er derfor spillerens egen opgave at lære universet at kende ved at begive sig ind i det. Der er tale om en omsætning af et centralt træk ved den type computerspil, der som regel kaldes adventurespil. De henter deres struktur fra de klassiske folkeeventyr, hvor hovedpersonen begiver sig ud på en rejse for at løse en eller flere opgaver. Det er en klassiske genre inden for computerspil, der findes i et væld af udgaver, og den er velkendt af alle børn,

⁶ Magnussen, R. og C. Jessen. Naturfaglig praksis og spil-lignende læring. *MONA* 2006(2)

som derfor vil have nemt ved at bevæge sig rundt i MusX´ særlige univers af lyd og musik. Børn forstår spontant strukturen og deres rolle som spillere.

Virtuel udforskning

Det stærkeste træk ved den type interaktive fænomener er ikke spillet, men at brugeren skal udforske et ukendt univers, løbende må prøve sig frem, danne hypoteser og eksperimentere. Det svarer mere til den måde, man lærer på i praksis end til traditionel indlæring, hvor underviseren forklarer og demonstrer. Det er centralt at forstå, at forskellen mellem de to måder at lære på ikke kan siges at være det samme som forskellen mellem spil og undervisning. Vi finder nemlig en helt parallel forskel mellem traditionelle spil og digitale spil. Skal man lære at spille brætspil, kræver det, at man først lærer reglerne, før man kan spille spillet. Man kan ikke eksperimentere sig frem til at forstå skak ved at udforske brikkerne og brættet. Spil, der er baseret på digital teknologi, giver netop den mulighed, og det skyldes ikke, at der er tale om spil, men at der er tale om et interaktivt fænomen. Med digital teknologi kan man materialisere de regler, der normalt er immaterielle, og det gælder uanset, om der er tale om spil eller an-

dre fænomener. Regler og mange andre egenskaber af immateriel karakter kan på denne måde gøres til det, der kan kaldes "virtuelt materiale", som børn så at sige kan "få i hænderne".

Af alle de muligheder, som digital teknologi åbner for formidling og læring, er dette aspekt uden tvivl det mest revolutionerende. MusX går et langt stykke ad den vej. Børnene får gennem programmet adgang til klassisk musik som

et materiale, de kan gå på opdagelse i og forsøge sig med. De får lejlighed til at skabe egne musikalske forløb og komponere, uden at det forudsætter flere års træning på et instrument. Derved ændres musikformidlingen fra passiv lytning til aktive eksperimenter. Det skal for en god ordens skyld understreges, at nyere læringsteorier fremhæver en sådan interaktiv relation

Det stærkeste træk ved den type interaktive fænomener er ikke spillet, men at brugeren skal udforske et ukendt univers, løbende må prøve sig frem, danne hypoteser og eksperimentere.



MusX

til stoffet som den mest effektive form for læring⁷.

Musik er langt fra det eneste fagområde, der kan udnytte den digitale teknologi som skitseret her. Nogle kunstneriske områder kan lettere udnytte teknologien på samme vis som MusX, eksempelvis billedkunst, men udtrykket "virtuelt materiale" bør dog ikke forlede til at antage, at mere abstrakte forhold ikke kan drage fordel af at materialisere regler og egenskaber, tværtimod. Der er utallige computerspil hvor historiske begivenheder er temaet, men det er naturligvis en stor faglig udfordring at udvælge de egenskaber og regler, der er relevante i et formidlings- og læringsperspektiv.

Det ligger implicit i ovenstående, at kulturformidling, der ønsker at udnytte de interaktive muligheder, som ligger gemt i computerspil, nødvendigvis må tage udgangspunkt i et fagligt indhold. Interaktiviteten kan ikke klistres på et fagligt fænomen eller stofområde som ren form. At anvende spil til læring stiller samme høje krav til professionel mediefaglighed som formidling i fortællingens form eller gennem tv's levende billeder.

Til forskel fra de sidstnævnte medier er spil stadig en ny og relativ uprøvet genre under udvikling. Derfor må det også være på sin plads at påpege problemer og mangler i et produkt som

MusX, der set med kritiske øjne og ører lader noget tilbage at ønske. Programmet bevarer en god balance mellem de indlagte små spil og den mere ordnede opgave, hvor spilleren skal samle lyde og musikstumper og anvende disse til at komponere, men det er vanskeligt at skabe kompositioner, der lyder rigtig godt. Brugerne kan ikke fuldt ud tilpasse afspilningen, og det bærer de færdige kompositioner præg af. I den forstand virker programmet ufærdigt. Det skyldes næppe, at producenterne mangler respekt for børns æstetiske sans, men som i så mange andre tilfælde, når det handler om kulturformidling til børn, et for lille budget som hindrer, at ideerne føres helt igennem, hvilket naturligvis er en forudsætning, hvis formidlingen skal gøre sig håb om at fastholde børns interesse.

Samarbejde nødvendigt

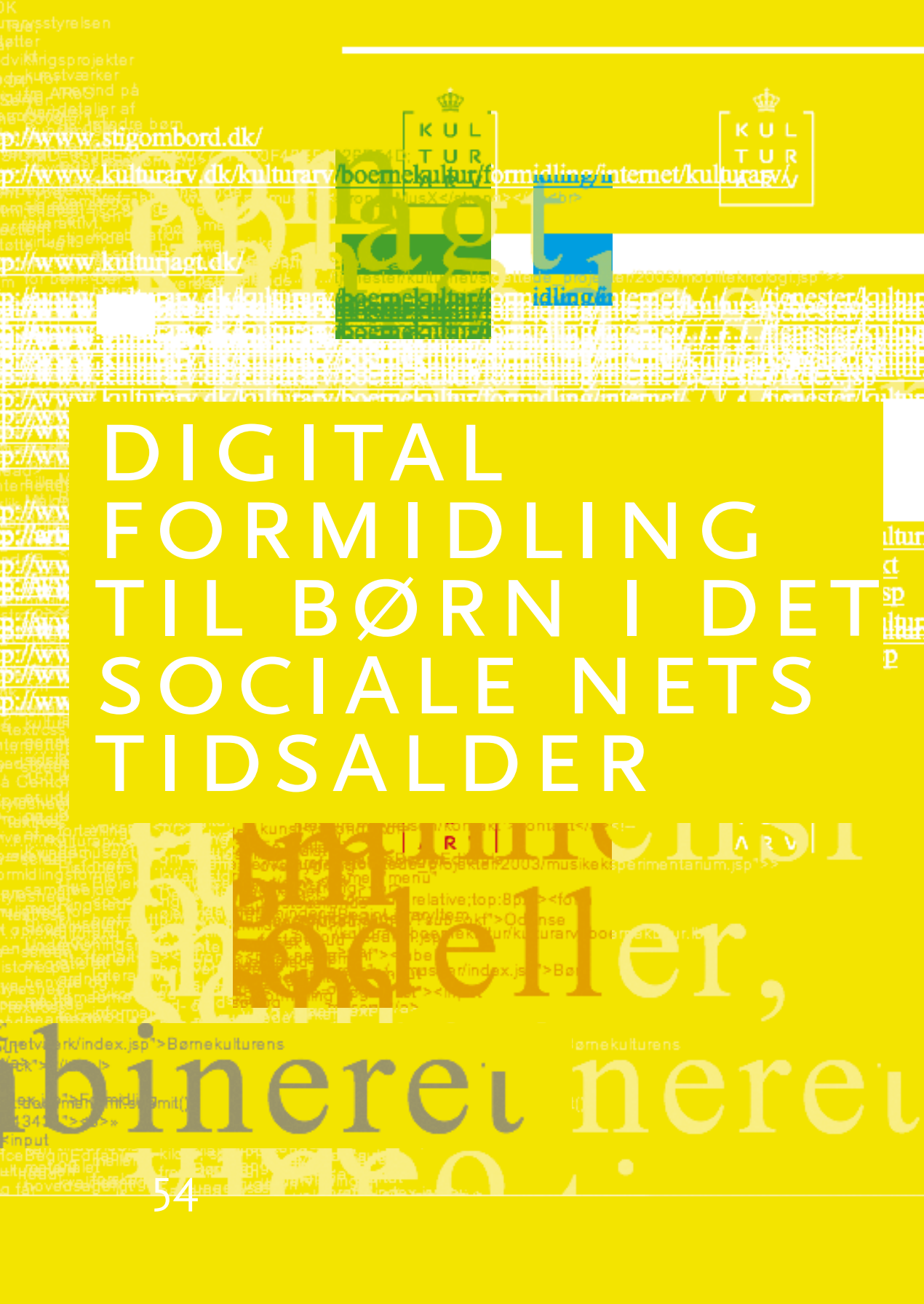
Afslutningsvis skal det tilføjes, at formidling via nettet nok har direkte adgang til børn uden om diverse barrierer, men at det naturligvis er nemmere sagt end gjort at nå børnene i konkurrence med andre tilbud, hvoraf en stor del er bakket op af enorme reklamebudgetter. Til forskel fra ældre medietyper kan netformidling ikke læne sig op ad traditionerne for mediebrug, som det eksempelvis er tilfældet med tv for børn, der fortsat nyder godt af de vaner, der blev skabt i mediemonopolets tid. Chancen for at børn

⁷Det er særligt udpræget i de konstruktivistiske læringsteorier, der bygger på bl.a. J. Piaget.

får øje på kulturtilbud af sig selv, er forsvindende lille. Kulturformidling til børn har erfaringsmæssigt størst chance for at trænge igennem i tilknytning til velkendte medier eller institutioner som folkeskolen og bibliotekerne⁸. Børnebibliotekernes aktive satsning på internettet gennem en lang årrække har skabt en formidlingsplatform, som er velkendt blandt børn, og det gælder i endnu højere grad for DRs tilbud på nettet. I et nationalt perspektiv savner vi dog et tættere samarbejde om børnekulturformidling på nettet (og i øvrigt på mange andre felter). Et sådant samarbejde kunne tillige koncentrere kræfterne, sikre en kvalitetskontrol og en større erfaringsudveksling, så kulturformidlere ikke behøver opfinde den dybe tallerken, når man begynder på et nyt børnekulturprojekt. De nye vilkår, som internettet har skabt, kalder på forsøgsprojekter som MusX, men også på nye samarbejdsformer både omkring udvikling, markedsføring og evaluering af børnekulturformidling.

*Carsten jessen, lektor, ph.d., Syddansk Universitet.
Forskningsfelt: Børn, legekultur og digitale medier.*

⁸ En nærmere beskrivelse af formidlingsformer på nettet til børn kan læses i : jessen. C.: Det bedste er, at man kan gøre noget selv. In *Når børn møder kultur*. Børnekulturens Netværk 2006.



DIGITAL FORMIDLING TIL BØRN I DET SOCIALE NETS TIDSALDER

Barne- og ungdomskulturen

Digital formidling til børn i det sociale nets tidsalder

– med Kulturjagt.dk som eksempel

af Lisbeth Klastrup

I løbet af 2006 er begrebet web 2.0, også kaldet det sociale web, vundet frem som betegnelse og fænomen. Denne bevægelse indvarsler en ny måde at tilrettelægge kommunikation på nettet. Men hvordan skal denne nye måde at tænke formidling påvirke den måde, vi tænker online kulturformidling til børn? Hvad web 2.0 betyder, og hvordan man kan inddrage web 2.0 på et kulturarvsformidlende site bliver diskuteret i denne artikel med inddragelse af en analyse af websitet Kulturjagt.dk.

Lad mig starte med at slå fast, at det sociale web tvinger producenter og afsendere til at tænke i nye baner: Når man taler om web 2.0, er der kort fortalt tale om en bevægelse hen imod et dialogbaseret, personligt og netværksorienteret internet, hvor alle udveksler viden med alle. Hvor brugerne selv, børn inklusive, på skift indtager rollen som både afsendere, modtagere og bedømmere af indhold. Man kan understøtte disse nye roller ved inddrage muligheder for brugergenereret indhold og dialog på sit website.

Det sociale net og web 2.0 bevægelsen

Hvis computermediet har det gjort det muligt "at gøre noget" andet end blot at læse, når man sidder foran skærmen, så er et omdrejningspunkt i web 2.0 bevægelsen netop, at brugeren i stigende grad forventer at selv at kunne være aktivt kommunikerende, når han eller hun bevæger sig ind på et website. At man selv til en vis grad kan bestemme, hvordan man klikker sig rundt i websites tekst og billeder, er ikke længere nok. Aktiviteten kan være at lægge en personlig kommentar til det man læser. Det er en mulighed, man typisk ser på de såkaldte weblogs eller blogs, der er hyppigt opdaterede personlige dagbøger på nettet. Det kan også være at bedømme det, man læser/ser, selv at kunne oprette en profil på sitet, og/eller selv at kunne bidrage med indhold på sitet (som f.eks. dagbogstekster, tegninger, fotografier eller små videoer).

Disse muligheder – og dermed forventningen om at de er til stede – er

selvfølgelig ikke opstået ud af det blå, men er et resultat af dels en teknologisk udvikling, dels en generation af bredbåndsbrugere, der er fortrolige med internetmediet. Brugerne har derfor også højere krav til, hvad mediet skal kunne tilbyde dem af oplevelser og services, ligeså vel som de selv er med til at udvikle dem. Man kan derfor også tale om brugergeneret indhold på to niveauer: indhold, der generes inden for de rammer, der tilbydes på et givent site, og generel udvikling af nye rammer for at genere indhold, som man kan bruge på mange forskellige sites.

Her-og-nu publicering

Teknologisk er muligheden for hurtig, "instant" publikation en af de vigtigste værktøjer, man nu har til rådighed. De mange blogservices, der findes på nettet, som f.eks. blogger.com eller gratisavisen Urbans blogservice (www.urbanblog.dk) har gjort det muligt for mennesker, der intet ved om at programmere hjemmesider, at oprette en side og lægge nye tekster ud på den dagligt, blot ved at trykke på en knap.

Børn og unge benytter sig også af denne mulighed, som man f.eks. kan se det på tv2.blogs, der har en del unge brugere eller på det populære site Arto.dk, der nu også har en blogfunktion. Andre services som f.eks. Flickr eller det danske 23hq.dk gør det muligt for folk nemt at uploade og dele deres fotografier med andre. Men det kan være mange slags materiale, man lægger ud. Et site

som digte.dk eller tegnebordet.dk har gjort det muligt for både børn, unge og voksne at mødes i et fællesskab omkring henholdsvis uploadede digte og tegninger, med mulighed for at kommentere hinandens værker, og i digte.dk's tilfælde, også med muligheden for at "remixe" andres digte.

Lokationsbestemmelse

En anden vigtig teknologisk nyskabelse er muligheden for i bred forstand personligt at lokationsbestemme ens indhold og placering, ved at tilføje "metainformationer" til et givet indhold. Eller ved at kommunikere direkte fra det sted i verden, man befinder sig. Det kan ske fysisk, som det f.eks. er muligt på webstedet Plazes.com, der fortæller andre brugere på sitet, hvor i verden, du fysisk befinder dig lige nu. Eller ved at kombinere googlemaps (googles alment tilgængelige kort over byer i hele verden) med et restaurant- og cafesite, som på sitet www.mitkbh.dk, hvor man på et kort over Københavns indre by kan se, hvor der ligger restauranter i et bestemt kvarter, og hvad andre brugere synes om maden på dem.

Opmærkning

Lokalisering af indhold kan også ske i overført forstand ved, at man personligt opmærker det indhold, man selv producerer eller som andre har produceret ved hjælp af "tags". Tags er egne nøgleord, der beskriver indholdet i ord, der giver mening for en selv, altså

giver det en lokal mening (det kunne være "mums" eller "hundede" f.eks.). Endeligt kan det ske ved, at man simpelthen sidder på selve restauranten og via sin mobiltelefon sender et indlæg til sit website, om hvad man oplever her og nu.

Denne form for opmærkning gør, at det at søge på indhold også forandres radikalt. Frem for eksempelvis at bruge en traditionel menustruktur, et hierarkisk sitemap eller en traditionel søgefunktion (hvor man søger på et ord inde i selve dokumentet), vil man, når man skal finde information på et site ofte fremover blive præsenteret for en såkaldt "tagcloud", en afbildning af alle de tags, der er blevet anvendt til at beskrive indholdet på sitet eller en liste over selvvalgte kategorier af indhold på sitet. Anvender man en tagcloud, er de mest brugte tags typisk fremhævet ved større fontstørrelse, så man med det samme kan se, at her er tale om indhold, der enten er meget af, eller som mange brugere er interesseret i.



Fig.1. En såkaldt "tagcloud", som den ser ud på det brugerdrevne anmeldersite mitkbh.dk

Wikien og den kollektive intelligens

Tags giver imidlertid først rigtig mening, hvis man også respekterer og undersøger de tags, andre brugere anvender. Hvis man kollektivt er enige om at anvende de samme tags, sikrer man nemlig, at det bliver nemmere for andre brugere at finde alt indhold inden for en kategori (det kunne f.eks. være billeder af "København").

Her ser man så også et simpelt eksempel på et andet aspekt af web 2.0, nemlig værdien af – og troen på – den kollektive intelligens. At brugerne ved at undersøge og dele information om en bestemt form for indhold er i stand til producere mere viden om det end blot en enkelt ekspert. Det indebærer også troen på, at dem, der konkret og fysisk er tættest på indholdet, f.eks. beboerne i København, der elsker indiske restauranter, måske har mere relevant at sige om de indiske restauranter i København end tilfældige turistguides.

Denne form for kollektivt delt og redigeret indhold kan man se i sin reneste form i en platform som "wikien" – en applikation, der gør det muligt for alle brugere at tilføje og redigere indhold på en side. Wiki-platformen understøtter "wikipediaen", det kollektive leksikon som har fået stor succes de sidste par år, og som også findes i en dansk udgave, som f.eks. gymnasieelever og studerende benytter flittigt som opslagsværk. Det implicite grundlag for at wikipediaen fungerer er først og

fremmest tillid, at man stoler på, at det faktisk er folk, der ved noget om et emne, der skriver om det. Og at der, hvis informationen er forkert, er andre, der ved noget om området, som ser det som deres ansvar at justere fejlene.

Ny navigation på nettet

Når man taler om web 2.0, er der altså ikke kun tale om nye former for software, men også om ændrede praksisser for, hvordan man navigerer på nettet. I takt med at stadig flere mennesker er tilstede på nettet i form af adskillige personlige profiler rundt omkring, er der også blevet flere at sammenligne sig med, flere ligesindede med de samme interesser. Amazon.com var en af de kommercielle virksomheder, der hurtigt fik øjnene op for de muligheder, der ligger i at give kunderne adgang til andres købsmønstre: muligheden for at se hvad andre, der har købt

samme bog som en selv, har købt, har mange online-bogkøbere vist ladet sig forføre af. På et site som det førnævnte, mitkbh.dk, kan man f.eks. se hvilke andre restauranter og steder i byen en bruger-anmelder foretrækker.

Fælles smag, delt med en eller mange andre, snarere end ekspertviden (den professionelle anmelders mening) bliver i mere end én forstand retningsgivende. Denne form for horisontal surfing har mere karakter af en eksplorativ, associativ tænkning, som i princippet altid har kendetegnet vores surfvaner, men nu altså også i stigende grad ses i den måde, vi bevæger os gennem informationssites på.

En opsummering af nogle af de ovenfor beskrevne tendenser kan ses i dette skema, der i punktform forsøger at vise nogle af de væsentligste forskelle mellem det "gamle" internet og det nye internet:

"Web 1.0"	"Web 2.0"
FORMIDLING / INFO	DELTAGELSE / FORTÆLLING
statisk indhold	dynamisk
hjemmesider	blogs
indholdsfortegnelse	"tagging", "folksonomy", sociale bogmærker
"anbefalet læsning"	ranking
få folk til at blive på hjemmesiden længst muligt	syndikering (få dem til at komme igen)
sitemaps	googlemaps

Der er overordnet set altså tale om en bevægelse fra autoritativ informationsformidling til en mere social og kommunikativ måde at dele informationer på. En bevægelse bort fra troen på ekspertens viden til en tro på den "kollektive intelligens" og den subjektive fortælling.

Denne måde at tænke formidling på går fint i tråd med nyere pædagogiske teorier om læring, der lægger vægt på læring som en aktiv selvdannende proces: "Børnene skal ikke modtage undervisning i form af et tilrettelagt stof, men de skal i stedet være i stand til – i fællesskab med andre – at skabe viden" (Tapscott, cf. Jessen 2002, p. 22). Det er ikke tilfældigt at man også bruger betegnelsen "det sociale web" eller de "sociale medier" om web 2.0 bevægelsen. Mange web 2.0 sites fungerer også som en form for netfællesskaber, hvor man ved at deltage har mulighed for at møde andre med samme interesse og dermed udvide sit netværk. Tiltræknin-gen ved at bruge "web 2.0. services" ligger i høj grad i også at bruge dem som netværksskabere (møde nye venner) og netværks-vedligeholdere (familie og venner kan se, hvad man laver nu og diskutere med en).

Kulturjagt.dk – et web 2.0 website?

At evaluere et website produceret i det sociale webs tidlige dage er ikke nogen nem opgave, for udover at man selvfølgelig altid skal vurdere et site på

"web 1.0's" betingelser (brugervenlighed, opdatering, læsbarhed med mere), er der så nogle særlige indholdsaspekter man skal lægge vægt på og særligt kritisere eller rose? Kan man identificere objektive kriterier for, hvad der er "god" dialog, og for hvornår et website er socialt nok? Og er der særlige krav, der gør sig gældende, når der er tale om børn som målgruppe? Det er svært at vurdere graden af socialitet på et site, men mængden af (inter)aktivitet og brugergenereret indhold må man forvente er en rimelig indikator for, om sitet bliver brugt eller ej. Samtidig kan man også se på sitet på dets egne præmisser: Hvor autoritativ er iscenesættelsen af afsenderen - tåler og åbner vedkommende op for kritik og andre tolkninger af materialet? I hvor høj grad lægger det op til dialog med sine brugere – altså dialog mellem afsender og modtager? Kan brugeren selv at komme til orde på nogen måde. Og sker det i redigeret eller uredigeret form? Er muligheden for brugertilføjelser af indhold overhovedet tænkt ind i sitet?

Kulturjagt.dk og dialogen med børnene

Kulturjagt.dk blev søsat på nettet i april 2006, som del af modelprojektet "Alle børn har en kulturarv". Formålet med sitet er at give skolebørn på 3.-5. skoletrin kendskab til og kulturhistorisk forståelse af deres lokalområde gennem en tematisk udforskning af områderne "Skoler", "Slotte", "Villaer og enfamiliehuse", "Ordrup Bymidte",

"Togstationer", "Særlige landskaber", "Industri", "Veje", "Befæstninger", "Det gamle Gentofte", "Kirkegårde" og "Etageboliger".

Alle disse temaer har adskillige tilknyttede underområder, som man efterfølgende præsenteres for, når man klikker på et af de ikoner, der repræsenterer de overordnede emner på forsiden store tegneseriekort over det geografiske område (se fig. 2). Der er et bredt og enkelt kulturelbegreb på spil. Den lokale kulturarv formidles både gennem et geografisk, arkitektonisk, historisk og brugsorienteret perspektiv.



Fig. 2. Kulturjagt.dk's forsider.

Mulighed for brugerbidrag og dynamisk indhold?

Der er ingen tvivl om, at producenterne af Kulturjagt.dk har haft de bedste

ønsker om at få børnene i målgruppen til at bidrage aktivt til indholdet på sitet. Allerede på forsiden linkes der til funktionen "Billedjægerne" med ordene "Dine billeder søges" – en klar opfordring til brugerne af sitet¹.

Umiddelbart ser det dog ikke ud til, at de billeder som børnene kan bidrage med, er tænkt ind som en integreret del af formidlingen på det øvrige site. Når man bevæger sig rundt på sitet, fremstår det i høj grad som interaktiv billedbog, hvor børnene kan bladere og klikke sig frem og tilbage mellem en mængde statiske informationer. Flere steder linkes der ud af sitet, hvilket giver mulighed for en mere dynamisk supplerende af informationer (de eksterne sites opdateres muligvis hyppigere end kulturjagt.dk sitet gør), men der er i formidlingen på sitet ikke gjort plads til, at børnenes egne billeder kan indgå som en naturlig del af udviklingen af indholdet på sitet. For at blive opmærksom på "billedjæger"-aktiviteten skal man således scrolle ned til bunden af tema-indgangssiderne for overhovedet at få øje på den. Af lærervejledningen, som der også linkes til fra forsiden, fremgår det, at intentionen med billedjægerne er, at "børnene selv kan være med til at præge sitet". Men det fremgår samtidig, at billederne primært er tænkt som en funktion, der kan give

¹ Billedjægerfunktionen har desværre ikke været tilgængelig i det meste af den periode, hvor jeg har observeret sitet (november 2006 – januar 2007) på grund af serverflytningen. Der har ikke været mulighed for at tilføje indhold i den periode og der er pt (februar 2007) meget lidt materiale at vurdere ud fra.

dynamisk indhold til forsiden:

“Billedjægerne er børnenes egen mulighed for at præge kulturjagt.dk med det, de synes er skørt, sjovt, spændende og interessant ved deres lokale kulturarv. Billeder og tekster kan uploades til sitet direkte fra mobiltelefonen ude i lokalmiljøet eller via e-mail. På forsiden af kulturjagt.dk vises et udpluk af de nyeste billeder.”

Kun få billeder er i dag (februar 2007) tilgængelige (tilknyttet temaet ”togstation”) og kvaliteten og teksterne kunne tyde på, at det er eksempelmateriale produceret af en voksen.

Mobile bidrag

Ud fra tanken om at den lokalt forankrede og umiddelbare kommunikation generelt har stor tiltrækning, så er det en glimrende tanke at gøre billedbidraget mobilt. Altså opfordre børnene til at bidrage med billeder fra det her og nu, de befinder sig i. Der er på sitet faktisk en god og tilgængelig forklaring på, hvordan børnene kan sende billeder fra mobilen. Det lader til at være tanken, at billederne indsendes i relation til de 12 overordnede temaer, idet hvert tema har en indsendelses-email².

Her ligger det lige for at arbejde med endnu mere snævert tematiserede

bidrag for at inspirere børnene til at fotografere, ligesom det også ville gøre det nemmere for børnene at sammenligne bidrag på tværs af skoleklasser. Der findes da også et enkelt interessant tiltag i den retning: under punktet ”Munkegaardsskolen” opfordres børnene i en tekstboks til at fotografere det, de synes er godt eller skidt ved deres skole. ”Lav en lille udstilling med billederne. Eller læg dem ud på kulturjagt.dk via billedjægerne.” Den lille opgave er et godt eksempel på en orientering mod en mere fokuseret anvendelse af billedjægerne. Opgaven kunne yderligere optimeres, hvis der var et direkte link til billedjægerne. Og mulighed for at kategorisere billederne via f.eks. tags som ”skoleplus” eller ”skoleminus”, som efterfølgende kunne danne udgangspunkt for sammenlignende søgninger på billederne.

Afsenderstyret versus brugerstyret navigation

Navigationen på sitet er forholdsvis traditionel, men der er arbejdet en del med de mere associative krydslæsninger på sitet. Forfølger man et spor under et tema, befinder man sig pludselig i et andet tema, hvilket giver en stor grad af frihed i udforskningen af sitet. Her er et problem dog, at der ikke er nogen nem måde at klikke sig tilbage

²Har man aktiviteter, hvor børn skal bruge deres egne mobiler, skal man være opmærksom på at afsendelse af billeder fra mobilen koster noget mere end en sms, og disse penge trækkes fra børnenes eller forældrenes taletidskort eller abonnement. Prisen på mms har til nu været en væsentligt årsag til at børn og unge ikke har anvender mms i stor udstrækning.

til en tema-indgangsside på, den eneste mulighed for at gå tilbage, er enten ved at bruge tilbage-knappen eller trykke på "forside-knappen" (der her noget uklart er et kort-ikon i øverste venstre hjørne).

På andre områder har producenten foretaget nogle lidt uforståelige valg på børnenes vegne. Den til sitet tilknyttede ordbog kan kun tilgås ved, at børnene på bestemte sider kan klikke på ord, som afsenderen mener, børnene ikke kender, og så kommer de ind på en lang liste af ord, uden at det tydeligt indikeres, at der er tale om en samlet ordbog og ikke blot en ordforklaring. Her kunne man have valgt at gøre ordbogen globalt tilgængelig, og lade børnene selv tilføje ord til den, som de ikke forstår, og som en lærer for eksempel kunne skrive en forklaring på.



Fig. 3. Et eksempel på hvordan der gives mulighed for udforskning af sitet på tværs af temaer: Under kirkegårdstemaet bliver man spurgt, om man vil vide noget om vejskilte.

Social interaktion og brugergeneret indhold

Der er meget begrænsede muligheder for social interaktion og dialog på sitet. Selvom børnene mange steder på sitet adresseres i en slags pseudo-dialog à la "Vil du se?" og "Tror du?", så virker spørgsmålskarakteren ofte overflødig, som når et link bliver kaldt "Vil du prøve at designe dit eget vejskilt?". Hvis barnet ikke vil, lader det jo bare være med at klikke, og hvis det klikker, så vil det altid lande på øvelsen. Da spørgsmålene tydeligvis er tænkt til brug i en klassesituation, findes der i øvrigt intet sted på sitet mulighed for at søge svar på de stillede spørgsmål, hvilket umiddelbart gør sitet mindre egnet til egen udforskning derhjemme.

Der er en lille fortalt historie tilknyttet hver tema, som man kan sætte i gang ved at trykke på en knap, et billedbånd, den såkaldte "tidsmaskine", som børnene kan spole frem og tilbage i med musen. Og nogle få steder findes funktionen "imagoskopet", hvormed man gennem et forstørrelsesglas kan se detaljerne i et billede, men der er ingen mulighed for f.eks. selv at designe eller konstruere billeder og indhold på selve sitet, så interaktiviteten fremstår forholdsvis passiv.

Et eksempel er, at der under gravstemaet findes en side af et billede af en gravsten, hvortil der stilles spørgsmålet "Kan du gætte, hvad den døde har lavet, mens han levede?", men der gives intet svar. Generelt er der derfor

på sitet tale om, hvad man betegner som en "konsulterende interaktivitet", hvor der lægges op til dialog, men hvor det reelt er umuligt at opleve nogen form for samtale med afsenderen³. Der er ingen tilknyttet spørgsmål og svar-funktion på sitet. Der findes heller ikke en gæstebog, chatrum, skole- eller personprofiler, der kunne gøre det muligt at komme i dialog med de andre brugere på sitet for at diskutere svarene på de spørgsmål, der bliver stillet. Eller for at diskutere sitets indhold i det hele taget.



Fig. 4. Her stilles der et spørgsmål til børnene, som de (og underviseren) ikke kan finde svar på.

Mulighed for sammenligning og bedømmelse

Der er på Kulturrjagt.dk ingen mulighed for at sammenligne svar eller løsning af opgaver og give bedøm-

melser og kommentarer til indholdet. Sitet tilbyder en quiz i forbindelse med temaerne, men man kan ikke se, hvad de rigtige svar er, eller hvordan man klarer sig undervejs, ligesom der heller ikke er mulighed for eksempelvis at konkurrere med andre børn i quizen. Muligheden for at konkurrere med andre, og derved have en mere spilorienteret interaktion på sitet, åbner op for en mere legeorienteret læring og kan være med til at skabe yderligere motivation for faktisk at benytte sig af de tilbud, der findes på sitet. På Kulturrjagt.dk er der imidlertid tale om en forholdsvis traditionel forståelse af læringsprocesser, med producenten ("eksperten", "læreren") som autoritativ formidler af en veldefineret og primært faktisk orienteret viden, som børnene så testes i individuelt.

Et andet område, hvor det vil være oplagt at give mulighed for at uploade indhold og sammenligne løsninger, er inden for temaet "vejskilte", hvor børnene opfordres til at lave deres eget skiltedesign. På nuværende tidspunkt er denne øvelse udformet til kun at finde sted offline, men også her kunne man have opfordret til, at børnene skulle fotografere deres egne skilte og lægge dem online, så andre kunne blive inspireret af skiltedesignet.

³ Jens F. Jensen opstiller, på baggrund af Bordewijk and van Kaam, i artiklen "Interaktivitet

- på sporet af et nyt begreb i medie- og kommunikationsvidenskabene" fra 1997, en mediematrix med fire former for computer-medieret interaktion: transmitterende (bruger modtager information), konverserende (bruger udveksler information med anden bruger), konsulterende (bruger henter information) og registrerende (bruger afgiver information), alle med forskellige relationer mellem afsender- og brugerstyring.

Kulturjagt.dk's udviklingspotentialer

Der er mange interessante muligheder, der kunne udbygges eller realiseres på dette site. Der bør herefter arbejdes videre med at integrere børnenes egne billeder med sitets øvrige indhold ved at gøre billedjægerfunktionen mere synlig. Det kunne ske ved at give børnene mulighed for at tage egne og kommentere andres billeder eller bedømme dem på en kvantitativ skala. Så ville et alternativ blive, at man ikke blot så de nyeste, men også de mest populære billeder, når man gik ind på billedjægerfunktionen.

Eftersom mange børn efterhånden har kameratelefoner, der kan optage små videofilm i en rimelig kvalitet, kunne man yderligere udbygge billedjægerfunktionen, så den også gav børnene mulighed for at uploade små film inden for et tema. Et initiativ som get-moving.dk, et site hvor børn og unge i 2006 blev opfordret indsende små film på max. 30 sekunder om, hvordan de får motion i hverdagen, har til inspiration vist sig at være en pæn succes. 189 børn og unge indsendte film til sitet. De faste rammer omkring indholdet (tema og tidsramme) lader i dette tilfælde til at have fremmet den kreative proces, hvis man skal bedømme ud fra indholdet.

Lad børnene udstille

Da kulturjagt-sitet på nuværende tidspunkt er komplekst og svært at finde

rundt i, kunne en udviklingsmulighed være, at man gav børnene mulighed for at designe deres eget spor gennem sitet, for eksempel ved at pege på de sider, som de synes er de mest informative, sjove eller spændende. En anden måde at skabe nye tilgange til sitet på, kunne være at lade børnene skabe deres egne udstillinger med det materiale, der er tilgængeligt på sitet og skrive deres egen fortælling til det. Det er en funktion, man f.eks. kan se udfoldet på Ringsted Lokalmuseums "Historiens Hus" website, www.kulturhistorier.dk, eller på Dansk Arkitektur Centers "ARKSITE Kanon" (lanceret i slutningen af 2006), hvor man opfordres til at lave sin egen arkitekturkanon ved at vælge mellem en lang række arkitektureksempler, gjort tilgængelige på sitet.

En måde at gøre sitet mere dynamisk og åbne op for brugerskabt indhold på, kunne ske ved at give børnene mulighed for at oprette klasseprofiler, så en klasse, der havde arbejdet med et eller flere temaer på sitet, kunne uploade deres eget materiale inden for dette tema. Et godt eksempel på dette kan ses i Miljøministeriets "Ren Uge"-kampagne, hvor skoleklasser hvert år opfordres til at skrive og uploade en "skraldeavis", hvorefter det bedste klassebidrag bliver kåret som vinder (www2.mim.dk/renuge).

En ny form for kulturformidling?

Allerede i 2004 viste den store danske

kulturvaneundersøgelse, at 39% af børn mellem 7 og 9 år brugte internet; i aldersgruppen 10-12 år steg tallet til 68% - og generelt havde 92% af disse børn adgang til en computer. I 2006 afslørede en europæisk undersøgelse af nyhedsmediebrug (Jupiter Research 2006), at unge mellem 15 og 24 år bruger 6 timer online om ugen, men kun 2 timer

på at læse aviser.

Denne gruppe bruger også dobbelt så

meget tid som andre

aldersgrupper på at

konsumere musik og

videoer online. Disse

tal taler forhåbentligt

for sig selv. Nettet

er på vej til at blive

en af de mest brugte

medieformer blandt

børn og unge, og man bliver som kulturformidler nødt til at tage kulturformidlingens online-dimension særdeles alvorligt, hvis man vil have fat i den målgruppe, der allerede fra en meget ung alder vil være vant til at opsøge information gennem interaktive digitale medier.

Når børnene kommer til ens site, har jeg her forsøgt at pege på nogle konkrete måder, hvorpå man kan gøre interaktionen på websitet dels mere socialt orienteret, dels mere åbent for bruger-bidrag. Men det handler ikke kun om at forbedre sit site: kulturformidleren står generelt over for en meget større udfordring, som jeg også

pegede på i begyndelsen af denne artikel: I fremtiden vil kulturproducenterne ikke længere skulle fungere – eller tænke sig selv som – formidlere. I websammenhæng vil deres rolle også være at fungere som en slags styrende serviceorgan: De skal skabe rammer for, at brugerne selv kan være medskabere af og kommentatorer til den kul-

I fremtiden vil kulturproducenterne ikke længere skulle fungere – eller tænke sig selv som – formidlere. I websammenhæng vil deres rolle også være at fungere som en slags styrende serviceorgan: De skal skabe rammer for, at brugerne selv kan være medskabere af og kommentatorer til den kultur, der aktuelt er på plakaten.

tur, der aktuelt er på plakaten. Hvor førstegenerations webformidlerne har lært at forbinde webdesign med grafisk layout og logisk organisation af information, er mit bud, at andengenerations webformidlingen i stigende grad vil

handle om personalisering af kommunikationen og design af værktøjer og sociale processer. Formidling, også kulturformidling, vil ikke længere udelukkende være formidling på eksperternes vilkår, men også have karakter af en subjektiv og lyttende tilstedeværelse. Det handler om at give brugerne mulighed for at skabe deres egen webkultur, der fortolker og kommenterer den kultur, der eksisterer "offline".

Et radikalt bud vil være, at man på længere sigt måske ikke vil have fast afgrænsede websites, der repræsenterer en kulturinstitution på nettet. Den utrolige popularitet, der knytter sig til websites som Arto, Myspace og YouTube som "alt-

i-en-portaler”, hvor folk i mange aldre både kan oprette personlige profiler, blogge, deltage i interessegrupper osv., er måske en indikation på, at fremtidens bruger ikke længere vil bevæge sig uden for disse universer, men derimod vil forvente, at kulturinstitutionerne selv bevæger sig ind i disse universer. Et interessant eksempel på, at det kan have en positiv effekt, kan man se på Brooklyn Museums profilside på Myspace.com – museet har på nuværende tidspunkt (januar 2007) 7054 tilknyttede ”venner”, heraf adskillige børn.

Endeligt må man ikke glemme, at online fællesskaber ikke nødvendigvis har nogen alder. Det for tiden ekstremt populære World of Warcraft, der har over 8 million spillere ”worldwide”, spilles af folk fra 7 – 60, og tegnebordet.dk eller bloggen som fænomen har brugere i alle aldre. I fremtiden behøver man som kulturproducent måske ikke at fokusere snævert på børn og voksne som separate målgrupper, selvom man selvfølgelig må tilrettelægge sit site efter at imødegå begge gruppers kompetencer: som på Myspace.com kan det være frugtbart at turde lade børn og voksne mødes under samme tag, og lade dem berige hinanden ved at dele fortællinger og syn på den kultur, som vi altid allerede alle er en del af.

Litteraturliste

Bille, Trine, Torben Fridberg, Svend Storegaard og Erik Wulff: *Danskernes kultur- og fritidsaktiviteter 2004 – med udviklingslinier tilbage til 1964*. Akf forlaget, København 2005. Tilgængelig på: www.kum.dk, også i en søgbar elektronisk form.

Jens F. Jensen: Interaktivitet – på sporet af et nyt begreb i medie og kommunikationsvidenskaberne.

Mediekultur nr. 26, 1997.

Web-version på: www.komm.ruc.dk/Netpub/MK/MK26.htm.

Carsten Jessen: Det kompetente børnefællesskab - Leg og læring omkring computeren.

Arbejdspapir 5. Børne- og ungdomskultur, Center for Kulturstudier, Odense Universitet, 2002.



HVOR MØDER BØRNE DEN DIGITALE KULTUR- FORMIDLING?

Hvor møder børnene den digitale kulturformidling?

af redaktionen i samarbejde med Carsten Jessen

Kulturinstitutionernes arbejde med digital kulturformidling har hidtil fokuseret mest på indhold og form. Naturligt nok, da arbejdet med dette medie jo har en kort historie, der knapt rækker ti år tilbage. De seneste år er der dog sat øget fokus på målgrupper og brugerundersøgelser, og i den sammenhæng dukker også spørgsmålet om distribution op. For at sikre den bedste modtagelse af formidlingen er det afgørende, at man som afsender reflekterer over adgangen til det konkrete site. I hvilken sammenhæng ønsker man, at børnene skal møde sitet. Indgår sitet i ikke-virtuelle sammenhænge, og hvordan finder børnene frem til det på nettet? Det er ikke muligt at give en kort og præcis vejledning til den gode distribution, alene af den grund, at området er præget af hurtige tekniske forandringer, men der kan her peges på nogle udviklingstendenser.

Et centralt emne for kulturinstitutionerne generelt er forholdet mellem dannelsestradition og oplevelsesøkonomi. Den samme problematik gør sig også gældende, når det handler om digital formidling og distribution – for

hvor og med hvilken dagsorden når man bedst sit børnepublikum? I skole- og undervisningssammenhæng eller i fritiden? Artiklen her undersøger problematikken, sammenholdt med undersøgelser af børns brug af it.

Distribution i undervisningssammenhæng er en forholdsvis kontrollerbar størrelse, mens konkurrencen er større, når man bevæger sig ud, hvor børn og unge færdes i deres fritid. Det er let at tage konsekvensen af dette: nemlig at distribuere via voksenkanaler, typisk henvendt til lærerene. Men fremfor udelukkende at placere digital kulturformidling i et lærings- og danelsesmiljø, bør kulturinstitutionerne overveje muligheden af også at spille en rolle i børns fritid, hvor netop de kan tilbyde en oplevelsesbaseret formidling. Spørgsmålet er, om kulturinstitutionerne kan gøre sig gældende uden de budgetter og virkemidler, vi kender fra de kommercielle børnetilbud og eksempelvis spilindustrien. Hvilke forhold bør man være opmærksom på – og hvilke kvaliteter er det, man måske bør satse på?

Brugerundersøgelser og forskerbidrag i denne publikation peger på flere perspektiver for kulturformidling til børn i fritidssammenhæng. De opløftende pointer er kort fortalt, at kulturinstitutionerne både kan og bør være med. Udviklingen af det såkaldte sociale web, som er en markant tendens på internettet, rummer

nogle af de kvaliteter, som kulturinstitutionerne traditionelt har som styrke, nemlig formidling drevet af personligt engagement, viden og dialog. Navnlig kravet om det bruger-drevne og dialogiske

er i udvikling, og der er derfor også særlige, nye forhold, der gør sig gældende i distributionssammenhæng. Tager institutionerne disse udfordringer op, er der til gengæld gode muligheder for, at kulturinstitutionerne også virtuelt kan fastholde og udvikle den brede formidlerrolle for børn og unge i fritiden.

Undersøgelser af børns brug af it

De nyeste danske undersøgelser af børns netbrug er fra 2003 og omfatter de 9-16årige. Disse tal er kort omtalt i artiklerne i denne publikation, og som det nævnes, forøges og ændres børns brug af nettet sig hastigt. En ny norsk undersøgelse fra 2006, der viser udviklingen

siden 2003¹, rammer næppe helt ved siden af de danske forhold, når det gælder klare udviklingstendenser, og den skal derfor omtales her – med en advarsel til læserne om, at der er en del tal i vente. I undersøgelsen påpeges, at antallet af børn, der anvender computere i hjemmet ikke er steget voldsomt i

perioden, men det kan også være vanskeligt at sige, for hele 97 % af de 9-12årige er brugere, og der er ikke den store forskel på drenge og piger. En af de klare tendenser er, at børnefamilier har flere computere

i hjemmet, og ganske som med tv har børn i stigende grad deres egen computer og internetadgang. Mens 38% havde egen computer i 2003, er tallet i 2006 vokset til 50% i 2006. 92% af børnene har adgang til internettet hjemmefra, og heraf har halvdelen børnene adgang til internettet fra deres egen pc.

Men den klareste forskel over den korte periode på tre år er, at internettet bliver et hverdagsfænomen for børn. Næsten halvdelen af børnene bruger internettet flere gange om dagen i 2006 mod kun 14% i 2003. Væksten i forbruget hænger givet sammen med udbredelsen af bredbåndsforbindelser, og alt peger på en yderligere stigning i de nærmeste år.

¹ Undersøgelsen er tilknyttet et fælles europæisk initiativ, SAFT ONLINE, og er tilgængelig på www.saftonline.no

Undersøgelsen viser også, at de børn, der bruger nettet jævnlig, primært anvender nettet hjemme, mens brugen i skolen halter efter. Denne tendens er helt tilsvarende i Danmark, og en dansk undersøgelse af lærerstuderendes forhold til it fra 2006 tyder på, at der kan gå lang tid, før det for alvor ændrer sig².

Hvad bruger børnene så nettet til? Ikke overraskende scorer spil højest. 70% af børnene siger, de spiller på nettet, lidt flere drenge end piger. Spillet på nettet dækker her over alle slags spil, fra quizzer på fansider over små reklamespil til deltagelse i store, globale onlinerollespil. Det er næppe en overraskelse, at en stor del af børnene downloader musik og chatter med andre børn. Disse aktiviteter kommer ind på en tredje og fjerdeplads over netbrugen. Andenpladsen er måske mere uventet lektier og skolearbejde. Det er helt på linie med en dansk undersøgelse fra 2003³. Den viste samtidig, at internettet rangerer på linie med bibliotekerne, når det gælder om at finde viden og informationer i forbindelse med skolearbejde og lektier. Dertil kommer, at børnene også bruger en god del af tiden på nettet

på at søge anden information end den skolerelaterede.

Det bør nævnes, at børn i stigende grad også selv er produktive på nettet. Ud over kommunikation via chat og email dukker også hjemmesideproduktion og især blogs op på listen over aktiviteterne. (I publikationen her behandles dette emne nærmere i Lisbeth Klastups artikel)

Tilbud i undervisningen

Brugerundersøgelsen konkluderer, at børnene opfatter de seks projekter som noget, de ville møde i skolen eller sammen med en voksen, ikke som noget de ville opsøge i fritiden og på egen hånd.

To af publikationens artikler rummer indirekte begrundelser for, at kulturformidlingen bedst foregår i et undervisningsrelateret eller voksenguidet miljø – når der vel at mærke er en

læringsintention på færde. Anne Sophie Warberg Løssing fremhæver formidlingssituationen som afgørende – det er nødvendigt, at der introduceres til det konkrete site og sendes klare signaler. I hendes eksempler bliver det desuden klart, at den digitale kunstformidling

Kontrakten med barnet må være klar: hvornår er det leg for legens egen skyld, hvornår er det formidling eller direkte læring. Ikke mindst for at undgå, at kulturformidlingen drukner sig selv i den kommercielle underholdning på nettet.

² Danske seminarier uddanner it-analfabeter. *Computerworld*. www.computerworld.dk/art/36464?a=fp&i=1

³SAFT ONLINE på www.saftonline.dk

vinder ved et samspil med museet som fysisk ramme, ligesom en ramme-fortælling tydeligt styrker formidlingen. Carsten Jessens pointe i forhold til spil, leg og læring er, at kontrakten med barnet må være klar: hvornår er det leg for legens egen skyld, hvornår er

det formidling eller direkte læring. Ikke mindst for at undgå, at kulturformidlingen drukner sig selv i den kommercielle underholdning på nettet.

I undervisningssammenhæng er der med portalen e-museum.dk skabt en lettilgængelig adgang til museernes digitale ressourcer, og på folkeskole- og gymnasieområdet findes undervisningsportalen emu.dk, der har status som den vigtigste danske undervisningsportal. Dette er to eksempler på portaler, der giver lettere adgang til kulturinstitutionernes digitale formidlingsressourcer.

I udgangspunktet er perspektivet i disse portaler underviserens. Men på trods af den målrettede tilrettelæggelse til voksne har det vist sig, at eleverne i stigende grad anvender emu-portalens som ressource for deres selvstændige projekter. Behovet for en mangfoldighed af materiale er vokset sammen med projektarbejdets udbredelse i sko-

Det lægger op til en friere formidlingstilgang, der er åben for børnenes egen udforskning, og dermed også til en distribution der sigter mod fritiden og de kanaler, som børnene foretrækker, når de er på nettet. For børn ønsker ikke kun leg og underholdning i fritiden, de er også nysgerrige, videbegærlige og har deres særlige interesseområder.

ler og gymnasier – og den traditionelle undervisningsbogs rolle aftager i samme takt. Mange kulturinstitutioner får i dag flere henvendelser fra elever, end de kan magte – viden, materialer og eksperthjælp er efterspurgte ressourcer.

At skolerne er en vigtig målgruppe for digital kulturformidling, skal der ikke herske tvivl om, og at der skal udvikles formidling med fokus på dette er indlysende. Her er distributionen imidlertid i nogenlunde faste rammer.

Tilbud i fritiden

Anderledes med fritidens mediebrug. En af de store fordele ved nettet er, at det potentielt giver kulturformidlingen en direkte adgang til børnene (og forældre) i fritiden. Det er vanskeligere at trænge igennem i konkurrence med de kommercielle tilbud, men der er flere gode grunde til at medtage dette i overvejelserne over, hvordan kulturformidlingen når frem til børnene. Dels er det oplagt, at institutionerne også virtuelt varetager en tilsvarende bred formidlingsrolle som i den fysiske verden, og dels viser alle statistikker klart, at børns primære brug af nettet sker i fritiden. Her er der rig mulighed for at udvikle samspillet mellem den

digitale formidling og den, der foregår fysisk og konkret på landets kulturinstitutioner.

I publikationens artikler finder vi argumenter for, at kulturformidlende sites fremover i højere grad vil kunne placeres på steder, hvor børnene selv vil finde frem til dem – på egen hånd og i fritiden. Der peges også på det digitale medies altoverskyggende potentiale, nemlig interaktiviteten, hvor den afprøvende, legende og intuitive tilgang er central. Det lægger op til en friere formidlingstilgang, der er åben for børnenes egen udforskning, og dermed også til en distribution der sigter mod fritiden og de kanaler, som børnene foretrækker, når de er på nettet. For børn ønsker ikke kun leg og underholdning i fritiden, de er også nysgerrige, videbegærlige og har deres særlige interesseområder.

Den friere tilgang er også i centrum i Søren Polds artikel og Lisbeth Klastups introduktion til fænomenerne det sociale web eller web 2.0, der repræsenterer nettets udvikling lige nu. I denne fremvoksende digitale kultur – hvor børnene er superbrugere om nogen – er der sat interaktivitet, brugerstyring og udveksling på programmet. Brugerne, herunder især børn og unge, forventer mere end nogensinde at kunne være kreative, når de er på nettet. Indhold er noget, der skabes, og helst kollektivt. Den voksne – læreren, formidleren, institutionen – optræder ikke længere med den samme autoritet

som tidligere i formidlingen til børn, men må se sig selv i en anden, men ikke nødvendigvis mindre udfordrende rolle. Formidleren bliver en slags facilitator, som det hedder hos Lisbeth Klastup.

Dialogbaseret formidling

Det afgørende nye er her dog ikke så nyt, som det lyder, for i centrum står interessen for dialogen, ganske som vi kender det fra den fysiske verden. Det er mest indlysende en dialog mellem børnene, som det eksempelvis ses på kommercielle sites som MySpace og Arto, men det ville være forkert at antage, at børn ikke også ønsker dialog med voksne, herunder med voksne eksperter med viden om et fagligt felt. Det gør de i høj grad. Udfordringen er, at de ønsker en reel dialog, de kan deltage i, og ikke blot en faglig monolog.

I den sammenhæng er det værd at bemærke, at museerne ses som et særligt befordrende miljø for uformel læring, med deres tradition for forskningsbaseret formidling. Der er altså grund til at mene, at kulturinstitutionernes digitale formidling rummer et stort potentiale, når det gælder den personlige, engagerede dialog. Søren Pold anslår i sin artikel, at de digitale medier netop giver mulighed for, at kulturinstitutionerne i højere grad kan forholde sig friere, mere eksperimenterende og åbent til deres egen position og praksis. Som invitation til dialog.

Social distribution

I et sådant dialogbaseret rum bliver distributionen en anden. Digital kulturformidling kan ikke længere kun tage form af "en digital bog", men må i stedet være båret af dialogen og den personlige kontakt, der også i de digitale universer har vist sig at være den største force. Fra at have været centrale, autoritative ressourcer, der kan konsulteres, så kan kulturinstitutionernes digitale formidling fremover i højere grad operere som barfodslæger, der rykker ud, hvor behovet er. Direkte ud hvor brugerne færdes. Eksemplet hos Lisbeth Klastруп er Brooklyn Museum, der gør sig tilgængeligt via det populære MySpace.com. Andre, lignende eksempler findes i det univers, der pt. bygges op i onlinemødestedet Second Life, hvor flere kulturinstitutioner og uddannelsesinstitutioner optræder med egne virtu-

elle bygninger og medarbejdere, der iværksætter udstillinger og arrangementer.

Til gengæld for den store udfordring, en sådan distribution uden tvivl er, får man en spredningsgevinst. Hvad man kunne kalde den virale smitte mellem brugerne, er både hurtig og effektiv på nettet. Sitet vil

Fra at have været centrale, autoritative ressourcer, der kan konsulteres, så kan kulturinstitutionernes digitale formidling fremover i højere grad operere som barfodslæger, der rykker ud, hvor behovet er.

blive kommenteret, linket til, anmeldt, rate't, opmærket og på alle måder cirkuleret, hvis det er interessant nok. Det vil indgå i nye, brugerstyrede sammenhænge, blive blogget om, fotodelt, wiki'et, folksonomiseret, og hvad det ellers hedder i det sociale web eller web2.0⁴, hvor det brugerskabte onlineleksikon Wikipedia er det mest kendte eksempel.

Distributionen vil med andre ord blive genstand for den samme udvikling, som den der sker på indholdssiden, nemlig en fortsat bevægelse, der hele tiden bringes videre af brugerne, deres indbyrdes udvekslinger og af dialogen med formidlerne. Sådanne distributionsformer vil også være uovertrufne, når det gælder formidlerens mulighed for at møde (børne-)brugerne og lære dem at kende.

Med det sociale web kan man tillige iagttage, at skellet mellem voksne brugere og børn nogle steder udviskes. Lisbeth Klastруп giver et onlinecom-

puterspil, World of Warhammer, som eksempel på et interessefællesskab på tværs af alder, men sådanne fællesskaber er ikke begrænset til spil. På

⁴Se http://en.wikipedia.org/wiki/Web_2

nettet får man status ud fra, hvad man yder og kan, uden på forhånd at være rubriceret i en bestemt kategori. Måske vil kultur fremover i større grad kunne distribueres målrettet efter interesseområder og brugersegmenter, snarere end efter aldersgrupper.

At sætte distributionen på dagsordenen indebærer således en række overvejelser om målgruppe, formsprog og æstetik, men også refleksioner over helt nye kommunikations- og dialogformer. Nettet stiller krav til kulturformidlerne om at kunne og turde finde nye veje.

*Redaktionen og Carsten Jessen, lektor, ph.d.,
Syddansk Universitet.*

De seks projekter

Kulturjagt

www.kulturjagt.dk

Projektet er udviklet som en del af modelprojektet "Alle børn har en kulturarv".

Projektet er blevet til i et samarbejde mellem Gentofte Kommune, Lokalhistorisk Arkiv for Gentofte Kommune, Kropedal Museum og Øregaard Museum. Kulturarvsstyrelsen har støttet projektet som sit eget første børneprojekt med tanke på udviklingen af en model for en børnersion af de lokale kulturarvs-atlas, der findes for store dele af landet. Målet er at udvikle metoder til kulturformidling om lokalområdet for børn.

ArtXplorer

<http://artxplorer.aros.dk>

Projektet er udviklet af ARoS, Aarhus Kunstmuseum og billedkunstner Bodil Sohn. Projektet er skabt som et oplevelsesorienteret webforum, der understøtter en eksplorativ, skabende og kollektiv tilgang til museets kunstværker og kunst generelt. Projektets virtuelle formidling inddrages som en synlig og aktiv del af museets fysiske udstillingsvirksomhed.

Kongedragter.dk

www.kongedragter.dk

Projektet er udviklet af Rosenborg Slot, De Danske Kongers Kronologiske Samlinger, som en virtuel og interaktiv præsentation af museets unikke samling af kongedragter. 3D-præsentationer giver mulighed for at komme tæt på dragter, der sjældent udstilles – og formidlingsmæssigt lægges der op til kommunikation på flere niveauer: projektet henvender sig til børn, voksne og fagligt interesserede. Leg og læring er elementer i denne formidlingsstrategi, ligesom projektet er integreret i sitet for Rosenborg Slot.

MusX

www.dr.dk/musx

Projektet er udviklet af Danmarks Radio som et musikeksperimentarium, der introducerer børn til genrer som klassisk, jazz og cross-over, i tilknytning til børnemusikprogrammet Piccolo på P1. Børn møder musikken i en spillende sammenhæng og får mulighed for selv at komponere. Der samarbejdes med skiftende komponister om formidlingen på sitet.

Stig ombord

www.stigombord.dk

Projektet er udviklet af Vikingskibsmuseet i samarbejde med Danmarks Designskole som en formidling af vikingetidens handel og skibsbyggeri igennem en præsentation af de to Skuldelev-både. Formidlingen er tilrettelagt tværmedialt og kombinerer det lærings- og vidensbetonede med det oplevelsesorienterede. 3D-præsentationer brugt som fortælling og navigationsform er en del af denne strategi.

Vild med Willumsen

www.vildmedwillumsen.dk

Projektet er udviklet af J.F. Willumsen Museum i samarbejde med billedkunstner Ole Sparring. Websitet introducerer til Willumsens liv og værk i en interaktiv formidlingsform, der tager udgangspunkt i aktuel læringsteori. Der er lagt vægt på, at sitet i indhold og udtryk er så differentieret som muligt for at imødekomme børn med forskellige læringspræferencer.

For uddybende projektpresentationer se www.kulturarv.dk

Kulturarvsstyrelsen

Kulturarvsstyrelsen er en styrelse under Kulturministeriet siden 2003. Styrelsens opgave er at dels at sikre kulturarven, dels at gøre den vedkommende for den enkelte borger – også børn og unge.

Kulturarvsstyrelsen har det overordnede nationale ansvar for fortidsminder i landskabet og for fredede og bevaringsværdige bygninger, ligesom museumsområdet hører under Kulturarvsstyrelsen.

Børn og digital formidling

Kulturarvsstyrelsen støtter udvikling af nyskabende digital kulturformidling via Kulturnet Danmark-puljen. Statslige og statsstøttede kulturinstitutioner indenfor hele Kulturministeriets område er ansøgningsberettigede.

Museernes digitale og fysiske formidlings- og læringsressourcer udvikles og distribueres via projektet e-museum.dk, der er et samarbejde mellem Undervisningsministeriet og Kulturministeriet.

Overblikket over fortidsminder, fredede

bygninger og museernes samlinger er tilgængeligt via Kulturarvsstyrelsens databaser, der kan danne udgangspunkt for formidling, også til børn og unge.

Børn og kulturarv

Kulturarvsstyrelsen ønsker at styrke kulturarvsformidlingen til børn og unge, og deltager i den sammenhæng i Børnekulturens Netværk, ligesom styrelsen selv gennemfører projekter for børn.

→ Børnekulturens Netværk er siden 2003 kulturministerens og Kulturministeriets rådgivende organ for børnekultur. Netværket er et samarbejde mellem Biblioteksstyrelsen, Det Danske Filminstitut, Kunststyrelsen og Kulturarvsstyrelsen – og fra 2005 også Undervisningsministeriet og Ministeriet for Familie- og Forbrugeranliggender. Netværket fungerer rådgivende, koordinerende og igangsættende på børnekulturområdet. Se Netværkets hjemmeside www.boernekultur.dk og portalen www.boernogkultur.dk

- Historiens Dag er Kulturarvsstyrelsens årligt tilbagevendende, landsdækkende kampagne, hvor børn og voksne ved temaarrangementer i hele landet inviteres til at møde kulturarven på nye måder.
- Kulturarvsstyrelsens børneprojekt. Nærværende publikation er Kulturarvsstyrelsens andet børneprojekt. Første projekt er modelprojektet Alle børn har en kulturarv, der med www.kulturjagt.dk har udviklet et kulturarvsatlas for Gentofte med børn som målgruppe. Erfaringerne fra dette projekt er anvendelige i videreudviklingen af kulturarvsatlas for børn i andre dele af landet. Projektet indgår i denne evaluering, for også at denne vej at kvalificere arbejdet med kulturarvsformidling for børn.

For nærmere information om Kulturarvsstyrelsens aktiviteter, se www.kulturarv.dk

Litteratur og links

Museumsformidling

Johnsen, Mette:

Digital museumsformidling til børn.

Kulturarvsstyrelsen, 2004

Kan downloades her: www.kulturarv.dk

Udredning om museernes formidling.

Red. Kulturministeriet, 2006.

Kan downloades her: www.kum.dk

Vild med viden!

Red. Videnskabsministeriet, 2005.

Kan downloades her: www.vtu.dk

Brugerinddragelse i digitale projektarbejder

Snitker, Thomas Visby: *Brug brugerne.*

Teknisk Forlag 2001.

Kan downloades gratis her:

<http://nyttf.dk/>

?pagetype=book&vareid=44064-1

Kulturformidling til børn

Når børn møder kultur.

Red. Børnekulturens Netværk, 2006.

Slip fortællingen løs.

Red. Børnekulturens Netværk, 2006.

Begge kan downloades her:

www.boernekultur.dk

Kulturstatistik

Bille, Trine og Erik Wulf: *Tal om børnekultur.*

Børnekulturens Netværk, 2006.

Kan downloades her:

www.boernekultur.dk

Bille, Trine og Erik Wulf: *Danskernes kultur- og fritidsaktiviteter 2004.*

Kan downloades og desuden ses i elektronisk form, der muliggør søgning på www.kum.dk/sw2004.asp.



Digital kulturformidling

– børn og forskere har ordet

Internettet er på vej til at blive en af de mest anvendte medieformer blandt børn og unge, i skolen og især i fritiden. Det er børn, der er vant til at benytte interaktive digitale medier, med nysgerrighed, krav og forventninger til det, de møder. Og de kan møde meget og vælge frit: det kommercielle udbud er stort og monopolkulturen under afvikling. Samtidig står vi midt i udviklingen af det sociale net - også når det gælder børn.

Den digitale kultur er med andre ord vigtig at orientere sig i og ikke mindst placere sig i, hvis man som kulturinstitution fortsat vil nå målgruppen af børn og unge.

Med denne publikation håber Kulturarvsstyrelsen at være med til at inspirere og kvalificere det arbejde, der foregår på kulturinstitutionerne, hvor mange allerede har kastet sig ud i at eksperimentere med det digitale medies muligheder og udfordringer.

Vi har derfor bedt både børn og forskere om at se nærmere på seks udvalgte digitale kulturformidlingsprojekter med det formål at kaste et evaluerende blik på området og samtidig sætte pejlemærker for den fremtidige udvikling.

KULTURARVSTYRELSEN

H.C. ANDERSENS BOULEVARD 2

1553 KØBENHAVN V

TELEFON 33 74 51 00

post@kulturarv.dk

www.kulturarv.dk