

Reserapport, Museums and the Web, 8–12 april 2015

Aron Ambrosiani, producent för digitala medier, Nordiska museet

Tillsammans med kollegorna på avdelningen för Nya medier vid Nordiska museet besökte jag årligen återkommande konferensen Museums and the Web, som i år arrangerades i Chicago. Från svenska museer deltog även medarbetare vid Historiska museet och Moderna museet.

Om konferensen

Museums and the Web, som arrangerats sedan 1997, lyfter digitala frågor i allmänhet och webbplatser och deras innehåll i synnerhet. Inte bara ren webb utan också audioguider, samlingsdatabaser, digitala installationer i utställningarna. Olika medier har också i omväxling kommit att överlappa varandra – ljudfiler kan presenteras på nätet, i mobilguider eller dedikerade audioguider för uthyrning.

Konferensen, som samlade ca 700 deltagare, är en av två stora årliga konferenser om museer och digital teknik som ordnas i USA. Den andra, MCN (Museum Computer Network), ordnas under hösten.

Deltagare

De flesta deltagarna kom från amerikanska museer, men deltagarna representerade ändå 35 olika länder. Föredragshållarna var i hög grad från amerikanska konstmuseer – jag vet inte om det är pga att konstmuseerna ligger i framkant (jämfört med naturhistoriska museer, kulturhistoriska museer och science centers) eller om det beror på arrangörernas institutionstillhörighet.

Föredrag i urval

Scott Sayre vid Corning Museum of Glass i Corning, NY, USA berättade om infrastrukturen kring museets nya mobila startsida, "the Glass App". I samband med en utbyggnad valde museet att förmedla digitalt innehåll till besökarnas egna enheter ("Bring Your Own Device", BYOD), snarare än att låna ut egna audioguider. Att slippa ta hand om trasiga apparater och krångliga utlåningsförfaranden låter ju lockande, men Sayre betonade att även en BYOD-lösning kräver infrastruktur. Corning Museum of Glass valde att göra ett antal kringräddningar i samband med lanseringen av the Glass App. De största investeringarna var i ett nytt wifinätverk samt i att placera ett femtiotal "laddningsstationer" (sittplatser med tillgång till eluttag) runt om i museet. Museet har även kompletterat butikssortimentet med mobiltillbehör.

Emily Robbins vid San Francisco Museum of Modern Art (SFMOMA) presenterade en undersökning av ett fyrtiotal välbesökta museers youtubeklipp och vilka typer av filmer som fick störst genomslag. Endast museer med engelska som förstaspråk ingick i undersökningen, så det vore helt klart intressant med en liknande studie av svenska museers videoklipp. Robbins visade ett antal exempel på museers videor och youtubekanaler och gick igenom några konkreta tips som visade sig leda till betydligt större räckvidd:

- planera videoserier med gemensam ton och gemensamt format. Ladda upp dessa som spellistor på museets kanal eller i separata kanaler
- använd ordentligt med nyckelord och försök att hitta till dina egna videor med hjälp av Youtubes sökmotor
- använd ett direkt tilltal och låt tittarna påverka kommande innehåll
- nätverka med andra youtubekanaler med liknande innehåll

Elena Villaespesa vid Tate (numera vid Metropolitan Museum of Art) redovisade hur organisationens webbenkät försökt ringa in både *varför* och *hur* deras webbesökare använder sajten. Besökarnas egenrapporterade syfte med besöket på webbplatsen kombinerades med Google Analytics-data för att hjälpa webbredaktörerna att prioritera vilka delar av sajten som behövde utvecklas och förbättras.

Shelley Mannion och Will Robinson vid British Museum presenterade en ambitiös besökarundersökning av museets befintliga audioguide, lanserad 2009. Undersökningen är en del i arbetet med att göra om audioguideinnehållet inför sommaren 2015. En viktig poäng (beskriven i detalj av John Falk i *Identity and the museum visitor experience*, 2009) är att besökarnas sätt att använda museet (och audioguiden) växlar under själva besöket – något som många målgruppsanalyser missar. Audioguidens upplägg behöver vara flexibelt för att kunna användas av besökarna på dessa olika sätt.

Trendspaning

Vilka ämnen och tillvägagångssätt var i ropet under Museums and the Web 2015? Jag vill framför allt lyfta fram tre teman som återkom i ett flertal paneler och seminarier:

1) Öppna länkade data

Museer har kämpat i många år med att digitalisera sina samlingsdatabaser. Nästa steg är att göra begreppen semantiska och länkade institutioner sinsemellan. Projekt som Wikidata och svensknorska Kulturnav syftar till att erbjuda kopplingar mellan olika museers (och andra institutioners) data med hjälp av gemensamma auktoritetslistor. **Duane Degler** och **Neal Johnson** introducerade länkade öppna data och presenterade de (ur ett amerikanskt perspektiv) viktigaste resurserna för att lära sig mer.

2) API till samlingsdatabaser

Sökbara samlingsdatabaser på nätet är numera vanligt förekommande. Några museer har tagit detta ett steg längre och tillgängliggör dessutom sin databas som ett API (Application Programming Interface). Kortfattat innebär ett API i den här kontexten att inte bara människor kan söka i samlingarna – även andra webbsidor, appar och databaser kan göra det. Till exempel skulle Wikipedia (med hjälp av länkade öppna data) kunna hämta uppgifter om en konstnärs verk och länka till dem i konstnärens wikipediaartikel. Under konferensen presenterade SFMOMA sitt API och några exempel på tillämpningar som tagits fram under en endagsworkshop i oktober 2014.

3) Inomhuspositionering

Diskussionen kring inomhuspositionering på Museums and the Web rörde sig mellan två perspektiv: möjligheten att kunna erbjuda skräddarsytt innehåll och möjligheten att kunna komplettera kvalitativa besöksstudier med kvantitativa data om rörelsemönster. Ett exempel på det förstnämnda var **Johanna Barnbecks** experiment på Rijksmuseum med besökarskapade ljudspår som spelades upp för andra besökare på samma position.

Robert Strohmaier mfl från FH Joanneum, ett tekniskt universitet i Österrike, redovisade en undersökning av besökarflöden i vandringsutställningen *Heart Over Heels*. Data kring vilka interaktiva stationer som används mest kan användas för att veta vilka stationer som behöver vidareutvecklas och hur utställningsdelarna placeras i nya lokaler – högst relevant för en vandringsutställning.

En aktuell teknik som flera museer experimenterar med (exempelvis Rijksmuseum ovan) är iBeacons, Apples lösning för inomhuspositionering. **Matthew Tarr** vid American Museum of Natural History gick igenom olika typer av inomhuspositionering, såväl automatiska (iBeacons, wifitriangulering, bluetooth, videoövervakning) som besöksstyrda (siffer/bokstavskoder, QR-koder, RFID-taggar, bildigenkänning). **Loic Tallon** vid Metropolitan Museum of Art, avrådde dock från iBeacons tills vidare i väntan på att tekniken blir mer stabil och lättskött.

Helhetsintryck

Årets konferens var mitt andra besök på Museums and the Web (jag besökte även 2012 års upplaga i San Diego). Konferensen erbjuder en bra mix av storskaliga projekt och små iterativa förbättringar av museers digitala närvaro. De högtflygande visionerna saknades, men hands on-perspektivet innebär att jag fick med mig mycket matnyttigt hem. Jag tycker nog inte att det är en konferens värd att besöka varje år – ett nästan veckolångt USA-besök kostar en hel del – men att någon gång då och då få en statusrapport kring vad som händer på området museer och digitala medier är mycket värdefullt.

Digitala medier i museiorganisationen

På många svenska museer är webben fortfarande en ren marknadsföringskanal, och den eller de som arbetar med webb är en del av en kommunikationsavdelning med många andra kanaler att ta hand om. Webbsatsningarna kan också vara en del i digitaliseringssatsningar där huvudfokus är att flytta katalogkortsinfo till sökbara databaser. Hur databaserna, med information som ofta skrivits av museiintendenter för andra museiintendenter, ska tillgängliggöras och förmedlas digitalt blir ofta en icke-fråga när museerna ansluter sig till befintliga aggregatorer som Digitalt museum eller K-samsök.

Det är få museer som likt Nordiska museet (min nuvarande arbetsplats) har en särskild avdelning för nya medier – vanligare är att webbpublicering, webbutveckling, strategi och publicering i sociala medier kombinerat med lite IT-support ligger på en enda person. För mig (och flera som jag pratade med på konferensen) är därför det största värdet i *Museums and the Web* möjligheten att träffa andra museianställda som arbetar med webb och digitala medier. Det kan kännas väldigt ensamt att driva digitala frågor på sitt museum och då är det värdefullt att träffa och kunna diskutera med andra i samma situation. En fördel med digitala medier är dessutom att såväl design som kod ofta går att kopiera mellan museer – inte minst på grund av de ramverk med öppen källkod som numera används av de flesta webbplatser.

Länksamling

Museums and the Web 2015 <http://mw2015.museumsandtheweb.com>

Museum Computer Network <http://mcn.edu/conferences/>

Digitalt museum <http://digitaltmuseum.se/>

K-samsök <http://ksamsok.se/>

Scott Sayre om BYOD <http://mw2015.museumsandtheweb.com/paper/bring-it-on-ensuring-the-success-of-byod-programming-in-the-museum-environment/>

Emily Robbins om Youtube <http://mw2015.museumsandtheweb.com/paper/art-museums-and-youtube-current-practice-and-potential-strategy/>

Elena Villaespesa om Tates webbenkät <http://mw2015.museumsandtheweb.com/paper/finding-the-motivation-behind-a-click-definition-and-implementation-of-a-website-audience-segmentation/>

Shelley Mannion och Will Robinson om British Museums audioguide <http://mw2015.museumsandtheweb.com/paper/an-audio-state-of-mind-understanding-behaviour-around-audio-guides-and-visitor-media/>

Duane Degler och Neal Johnson om länkade öppna data <http://mw2015.museumsandtheweb.com/proposal/how-and-when-to-use-lod-starting-your-institutions-conversations-about-linked-open-data/>

Wikidata <http://www.wikidata.org/>

Kulturnav <http://www.kulturnav.org/index>

Sarah Bailey Hogarty mfl om SFMOMAs API <http://mw2015.museumsandtheweb.com/paper/art-data-building-the-sfmoma-collection-api/>

Johanna Barnbeck om besökargenererade, platsspecifika ljudspår <http://mw2015.museumsandtheweb.com/proposal/social-augmentation-using-ibeacons-augmenting-masterpieces-in-the-rijksmuseum-hide-your-story/>

Robert Strohmaier mfl om besökarflöden <http://mw2015.museumsandtheweb.com/paper/enhancing-visitor-experience-and-fostering-museum-popularity-through-deep-insights-in-the-placement-of-exhibits-by-new-techniques-in-visitor-flow-visualization-in-space-and-time/>

Matthew Tarr om inomhuspositionering <http://mw2015.museumsandtheweb.com/paper/location-location-location-the-proliferation-of-indoor-positioning-and-what-it-means-and-doesnt-mean-for-museums/>