

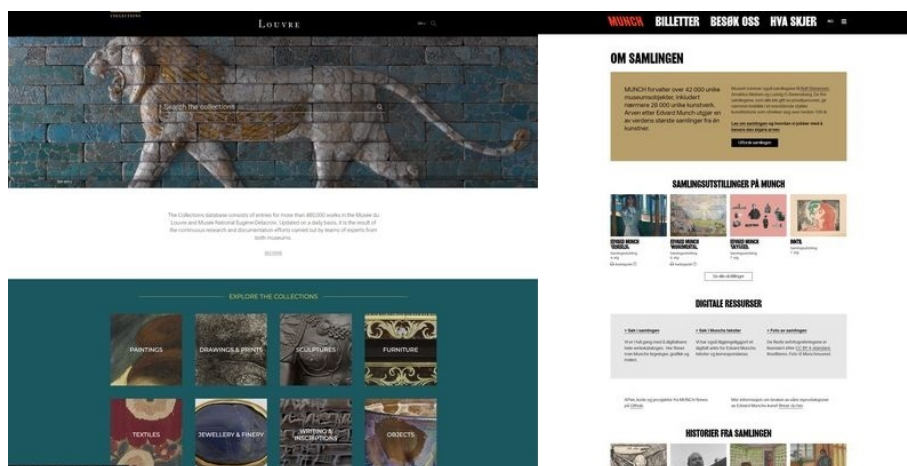
Ingvild Klakken

# Undersøkelse av brukervennlighet, digital tilgjengeliggjøring og digital formidling ved to nettportaler, Munchmuseet.no og Musée du Louvre

Bacheloroppgave i arkiv- og samlingsforvaltning

Veileder: Guro Jørgensen

Mai 2022



collections.louvre.fr og munchmuseet.no



Ingvild Klakken

# **Undersøkelse av brukervennlighet, digital tilgjengeliggjøring og digital formidling ved to nettportaler, Munchmuseet.no og Musée du Louvre**

Bacheloroppgave i arkiv- og samlingsforvaltning  
Veileder: Guro Jørgensen  
Mai 2022

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet  
Fakultet for samfunns- og utdanningsvitenskap  
Institutt for lærerutdanning



Kunnskap for en bedre verden



# Innholdsfortegnelse

<b>Sammendrag</b>	<b>1</b>
Takk til	1
<b>Innledning</b>	<b>2</b>
Munchmuseet og Musée du Louvre	3
<b>Teori og bakgrunn</b>	<b>5</b>
Digitalisering, digital formidling og digital tilgjengeliggjøring	6
Globalisering og standardisering	8
Det digitale økosystemet og kulturarv	11
Hvem bruker det digitale museet?	13
Brukerundersøkelser av DigitaltMuseum.no og Munchmuseet	14
Hva er en god nettside?	16
Brukergrensesnitt og brukervennlighet	16
<b>Brukeropplevelse</b>	<b>17</b>
Kriterier	19
<b>Undersøkelsen</b>	<b>20</b>
Lærbarhet	20
Effektivitet	22
Memorabilitet	22
Feil	23
Tilfredshet	24
Verktøy	24
Eksempler ved søk i database	27
<b>Samlet vurdering</b>	<b>29</b>
Undersøkelsen	29
Digital tilgjengelighet og formidlingstilbud	29
Brukervennlighet	30
<b>Kildeliste</b>	<b>31</b>
Nettsider	32

# **Sammendrag**

Denne bacheloroppgaven omhandler digitalmuseum og dens brukere. Oppgaven går inn på temaene digitalisering, digital tilgjengeliggjøring, digital formidling, globalisering og standardisering av digitalisering innenfor museumssektoren, oppgaven knytter dette opp mot det digitale økosystem og digitalisering av kulturarven. Oppgaven knytter også museumstermologien opp mot IKT, hvor design, brukergrensesnitt og brukervennlighet blir diskutert, som støtter opp undersøkelsen av brukervennligheten og formidlingstilbud ved de to nettportalene til Munchmuseet og Musée du Louvre.

## **Takk til**

Takk til min veileder Gro Jørgensen, for god veiledning og fagligstøtte under skriveprosessen. Også en takk til min familie og venner, som hjalp med å holde motivasjonen oppe og hjalp meg med korrekturlesning.

# Innledning

Mitt tidligste møte med digitalt museumsformidling var gjennom et gammelt pc-spill fra 90-tallet: *“Kunst for barn, Louvre Museum”*, (en CD-ROM plate) til Windows 95.

Programmet ble utgitt i 1996 og inneholdt bilder av kunstverk, med lydfiler som fortalte om kunstverkene. Mange av de mest kjente gjenstandene til Musée du Louvre i Paris, som Leonardo da Vincis *“Mona Lisa”*, marmorskulpturen av den greske seiersgudinnen Nike *“Nike fra Samothrake”*, selv Napoleon Bonapartes suite ved Louvre var kunstverk formidlet av CD-ROM-en.



Fra venstre til høyre: *“Mona Lisa”*, *“Nike fra Samothrake”* og Napoleon Bonapartes suite  
Foto: Louvre, Marie-Lan Nguyen (2007) og Louvre

Men denne bacheloroppgaven skal ikke handle om historiske PC-spill fra min barndom, men om museumsformidling gjennom digitale verktøy, altså digital museumsformidling. I denne teksten ønsker jeg å analysere det digitale formidlingstilbudet til Munchmuseet i Oslo og sammenligne innholdet med Musée du Louvres i Paris. Jeg skal se på nettportalenes formidling, tilgjengeliggjøring og brukergrensesnitt. Hvor brukervennlig er den digitale formidlingen på nettportalene til Munchmuseet og Musée du Louvre? Hva er formidlingstilbudet og hvor enkelt er det for brukerne å bruke samlingsdatabasene deres?

## Munchmuseet og Musée du Louvre

Munchmuseet er for tiden relevant ettersom de har fått nye lokaler i et signalbygg sentralt i Bjørvika i Oslo, og har vært mye i det norske nyhetsbildet. De skaper og tilbyr også en grundig nettside, som inneholder mye informasjon om museet og dets samlinger. I likhet har Louvre tilgjengelig gjort mye av sine samlinger, på sine nettsider. Munchmuseets hovedsamling er verker av Edvard Munch, men museet forvalter over 42 000 unike gjenstander, hvor 26 724 verker er verker av Edvard Munch (munchmuseet.no/om-samlingen, dato: 22.05.2022).

Edvard Munch levde fra 1863 til 1944, og er en av Norges mest kjente kunstnere fra ekspresjonismen, en modernistisk retning innenfor 1900-tallets billedkunst, hvor kunstneren uttrykker sin subjektive tolkning av virkeligheten gjennom sterke farger, bestemte penselstrøk og sterke konturer. Andre kjente kunstnere fra samme kunstrening er Vincent van Gogh og Paul Gauguin.



“Solen” av Edvard Munch

Foto: Munchmuseet





“Stjernenatt” av Vincent van Gogh, og “Tahitiske kvinner på stranden” av Paul Gauguin  
Foto: Google Art Project og DIRECTMEDIA Publishing GmbH (public domain)

Musée du Louvre ligger i Paris, Frankrike, og har en internasjonal kunst- og kulturhistorisk samling som strekker seg fra blant annet Egypt og det gamle Hellas, til renessansen og opplysningstid, og fra Sør-Amerika til Japan. Samlingen har gjenstander fra hele verden og inneholder mer enn 480 000 gjenstander ([collections.louvre.fr/en/page/aPropos](https://collections.louvre.fr/en/page/aPropos), dato: Mai 2022). Musée du Louvre er også et av de største museene i verden, som må tas i betraktning når man sammenligner disse to museene.

# Teori og bakgrunn

Ifølge International Council of Museums (ICOM) er et museum

*“en permanent institusjon, ikke basert på profitt, som skal tjene samfunnet og dets utvikling og være åpent for publikum; som samler inn, bevarer/konserverer, forsker i, formidler og stiller ut materielle og immaterielle vitnesbyrd om mennesker og deres omgivelser i studie-, utdannings- og underholdningsøyemed” (ICOMs statutter, artikkel 3, paragraf 1).*

Statsmelding nr. 49 (2008-2009) *Framtidas museum – Forvaltning, forskning, formidling, fornying* fastslår museumssektorens fire kjerneoppgaver som forvaltning, forskning, formidling og fornying.

Forvaltning handler om sikring og bevaring av museenes samlinger. Forskning er en del av kunnskapsutviklingen og legger faglig grunnlag for museets innsamling, dokumentasjon og formidlingsarbeid. Formidling er med på å kommunisere institusjonens kunnskap til folket, og åpner for kritisk refleksjon og innsikt. Fornyning er med på å videreutvikle institusjonen, og gir rom for nytenkning og profesjonalisering.

Gjennom disse oppgavene skal museene sikre samfunnets arv, kunnskap og demokrati. Fokuset skal ligge på kjerneoppgavene formidling og fornying i denne teksten. Formidling blir definert i statsmelding nr. 49 slik “museene skal nå publikum med kunnskap og opplevelse og være tilgjengelig for alle. Det innebærer målrettet tilrettelegging for ulike grupper og aktuell formidling som fremmer kritisk refleksjon og skapende innsikt” (St.meld. nr. 49, 2009, s.13). Statsmelding nr. 49 fortsetter med å definere fornying som “gjennom faglig utvikling, nytenking og profesjonalisering, skal museene være oppdaterte og aktuelle i alle deler av sin virksomhet, være solide institusjoner og ha en aktiv samfunnsrolle. Et delmål vil være å utvikle digital forvaltning og formidling” (St.meld. nr. 49, 2009, s.13).

Statsmelding nr. 23 (2020-2021) *Musea i samfunnet — Tillit, ting og tid* bygger videre på statsmelding nr. 49 (2008-2009), hvor museumsinstitusjonenes samfunnsoppgave utdypes nærmere. Formidlingen ved museene skal gi publikum innsikt og mulighet for refleksjon, for å utvikle kritisk tenkning blant folket. Ved å være en del av demokratiets infrastruktur, skal museene være med på å sikre for en bærekraftig samfunnsutvikling.

*“Gjennom målretta tilrettelegging og nyskapande formidling skal musea fremja innsikt og refleksjon. Det inneber at dei som institusjonar må vera med på å rettleia folk, fremja kritisk tenking og læring, og å streva etter kvalitet og kunnskap id en utåtretta verksemda. Slik er dei ein del av den berande infrastrukturen for demokrati og frie ytringar i samfunnet og bidreg til ei sosialt berekraftig samfunnsutvikling “*  
*(St.meld. nr. 23, 2021, s.57).*

## **Digitalisering, digital formidling og digital tilgjengeliggjøring**

Det er alltid behov for rask og effektiv tilgang til museets samlinger, enten det gjelder samlingsforvaltning, formidling eller forskning. En gjennomgående digitalisering vil være til nytte både for museene selv og for brukerne. Dette øker også tilgjengeligheten til museets samlinger, og fører videre til demokratisering av kultur- og naturarven. Digitale fellesløsninger gi også tilgang til mer presise data om hva museene har samlet, og hva det enkelte museum har av digitalt innhold og digitale tjenester (St.meld. nr. 49, 2009, s.159).

Statsmelding nr. 49 (2008-2009) *Framtidas museum – Forvaltning, forskning, formidling*, definerer digitalisering til hovedsakelig to oppgaver. Den første oppgaven er å overføre katalogposter; metadata, fra konvensjonelle medier til digital form. Den andre oppgaven er å lagre digitale kopier eller representasjoner av fysiske samlinger.

Dette omhandler først og fremst museets dokumentasjon av institusjonens samlinger. Ved å opprette digitale kataloger letter arbeidet for museets ansatte, og de får oversikt over hva samlingen omhandler. For at katalogen skal kunne være digitalt tilgjengeliggjort, må katalogen omgjøres til digitale kopier eller representasjoner, altså registrere gjenstander med digitalt foto, som videre kan brukes til digital formidling. Det er en målsetting at opplysninger om gjenstandene i størst mulig grad skal være tilgjengeliggjort og søkbare over nett. I 2009 var 15% av kulturhistoriske gjenstander registrert med digitalt foto (St.meld. nr. 49, 2009, s. 91).

Tidligere samme år ble Statsmelding nr. 49 (2008-2009) *Nasjonal strategi for digital bevaring og formidling av kulturarv* publisert, som beskrev den nasjonale digitaliseringsstrategien hvorvidt hovedfokuset på digitaliseringen innenfor museumssektoren falt på digitalisering av samlingen, mens satsning på formidling og tilgjengelighet ble satt i andre rekke. De uttrykker i statsmelding nr.49 at sektoren krever mer kompetanse for at målene ved digitalisering skal bli møtt, det samme konkluderte statsmelding nr.24.

*“En utvikling av museenes digitale virksomhet krever kompetanse, digital infrastruktur, veiledning, standarder, god praksis og nok arbeidskraft både til produksjon av digitale representasjoner av samlingene og produksjon av gode metadata, for at samlingene skal være søkbare og plasseres i en forståelig kontekst”*  
(St.meld. nr. 24, 2009, s.74).

Digitale samlinger er en forutsetning for å kunne lage godt digitalt innhold. Det er viktig at museene satser på digitalisering og tilgjengeliggjøring av slikt materiale. Dette vil være med på øke tilgangen til både samlingene og formidlingen ved museet, og fører til et større bruksmangfold (St.meld. nr. 23, 2021, s.66).

Digitalisering har lenge handlet om registrering og formidling for museene sin del. I Statsmelding nr. 23 (2020-2021) *Musea i samfunnet — Tillit, ting og tid* konstaterer Regjeringen av det vil være nødvendig å øke den digitale forretningsforståelsen og kompetansen til museene fremover. Ikke minst er dette sentralt i møtet med dei store, globale aktørene for publisering og deling. Det eksisterer også et stort formidlingspotensial i digitale plattformer og digital teknologi (St.meld. nr. 23, 2021, s.41).

Taran Wold og Gro Ween skriver i sin tekst *Digitale visjoner. En kartlegging: Identitet, tilgjengelighet og digitalt demokrati (2018)* at full digitalisering fremdeles fremstår som et mål i seg selv i Norge. Det er lite snakk om prioritering, men mer om et ønske om å digitalisere mest mulig, forttest mulig (Wold & Ween, 2018, s.94). Statsmelding nr.23 *Musea i samfunnet — Tillit, ting og tid* utdyper videre prioriteringen innenfor digitaliseringsarbeidet, hvor innspill fra museumssektoren tyder på at flere museum erfarer at den digitale formidlingen ble nedprioritert for annet digitaliseringsarbeid, blant annet katalogisering av samlingene (St.meld. nr. 23, 2021, s.65). En lignende nedprioritering av digitalisering fant Riksrevisjonen i 2017 (s.10), hvor undersøkelsen deres viste at bare halvparten av museene hadde planer for digitalisering av samlingene sine i 2016. Wold og Ween bemerker at de

fleste museers samlinger ligger imidlertid tett opp til det tradisjonelle katalogformatet med enkle digitalfoto og katalogopplysninger tilknyttet hver gjenstand (Wold & Ween, 2018, s.102), selv om statsmelding nr.49 (2008-2009) hadde konstatert et tiår før at tilgang til museenes samlinger har liten verdi for brukerne hvis det ikke er knyttet opp til formidling eller opplevelser. De fleste museer tilbyr i dag nettutstillinger, og noen museer har også utviklet ulike digitale læringsressurser (St.meld. nr. 49, 2009, s.156). Wold og Ween påpeker i sin tekst at mange større internasjonale museer har egenfinansiert sine digitaliseringsprosjekter på grunn av ugunstige rammebetingelser. De fleste av de har laget egne skreddersydde databaser tilknyttet egne hjemmesider, hvor de tilgjengeliggjør samlingene sine for et digitalt publikum (Wold & Ween, 2018, s.103).

## **Globalisering og standardisering**

Globalisering, økt mobilitet og stor tilgang på informasjon og opplevelser, setter museene i en internasjonal kontekst, som åpner opp for både muligheter og utfordringer. Det åpner opp for blant annet større brukergrupper, men det legger også grunnlag for større konkurranse blant institusjonene til å tiltrekke seg brukere (St.meld. nr. 23, 2021, s.41). Ved internasjonalisering, lages også standarder for verktøy. EU har utviklet Europeana, som er en nettside som har tilgang til europeiske arkiver, biblioteker og museer med 58 millioner digitaliserte objekter, som viser den europeiske kulturarv. Europeana er et godt eksempel på internasjonalt samarbeid som fremhever verdien av åpne data, kunnskapsdeling og demokratisk tilgang til kunnskap, samt behovet for å utvikle en ny, kreativ kulturell økonomi basert på åpent tilgjengelige kulturarvdata- og bilder (Europeana 2015). Europeana blir ofte brukt som en gullstandard når det gjelder andre digitaliseringsprosjekter skriver Wold og Ween. Alle de nordiske landene har egne, nasjonale aggregater som høster data fra ulike steder og leverer til Europeana. Slik får selv små, lokale museer muligheten for å nå et globalt publikum. (Wold & Ween, 2018, s.92).

Tilgjengeliggjøring skiller seg fra formidling ved at innholdet ikke er omarbeidet eller tilpassa en definert målgruppe, i motsetning til hvordan en utstilling blir presentert, enten på det fysiske museet eller digitalt. Mens tilgjengeliggjøring handler om å gi tilgang til materialet og gjenstandene i museene, handler formidling om å medarbeide og tilpasse innhold og budskap til bestemte målgrupper. Publisering av digitaliserte og digitalt skapte gjenstander, er et viktig grep for å trygge at stadig større deler av materielle og immaterielle kulturarven er tilgjengeliggjort for alle (St.meld. nr. 23, 2021, s.65).

*“Målet er at samfunnet med alle sine individuelle brukere og behov, i større grad enn før, skal kunne dra nytte av kunnskap i museene, ubunde av tid og sted.”*  
(St.meld. nr. 23, 2021, s.65).

Riksrevisjonen (2017) påpeker at Statsråden bemerket at under halvparten av det digitaliserte materialet i museumssektoren ikke var tilgjengelig for publikum i 2016. Kulturrådet mente det er for stort gap mellom tallet på objekt som er digitaliserte, og talet på objekt som er gjort tilgjengelig. Ifølge Kulturrådet vil ikke publisering av det allerede registrerte materialet gi mye ekstraarbeid for virksomheten (Riksrevisjonen, 2017, s.80). Ved å holde tilbake upublisert materiale vil museene bryte FNs menneskerettigheter, hvor det er stadfestet at museene skal tilgjengeliggjøre materiale for alle.

Statsmelding nr.23 (2020-2021) *Musea i samfunnet — Tillit, ting og tid* definerer FNs menneskerettighet om deltagelse ved kulturelle aktiviteter slik:

*“FNs Verdserklæring om menneskerettar slår fast at alle har rett til å delta i kulturelle aktivitetar. Det å gjera musea tilgjengelege for alle er slik ikkje eit spørsmål om velvilje, det er ein demokratisk rett å kunna gjera seg nytte av kulturtilbod.”*  
(St.meld. nr. 23, 2021, s.58).

Formidling er ikke avgrenset til de fysiske utstillingene ved museet, og det digitale er ikke lengre bare et tillegg til det fysiske museet. Digital formidling er nå blitt et selvstendig formidlingsbegrep, som utspiller seg på de digitale plattformene og utvider museenes handlingsrom for å kunne nå flere i samfunnet, men krever andre tenkemåter og prioriteringer av ressurser og kompetanse (St.meld. nr. 23, 2021, s.65).

Digitale verktøy og plattformer egner seg godt for formidling av immateriell kulturarv, levende tradisjoner og tradisjonell kunnskap, hvor tidligere museene har praktisert med fysisk og muntlig videreføring av denne type kulturarv (St.meld. nr. 23, 2021, s.66). Et annet felt med stort utviklingspotensiale innenfor digital formidling er kunsthistorie, konstanteres i statsmelding nr. 24 (2008-2009) *Nasjonal strategi for digital bevaring og formidling av kulturarv*. Digitale kunstutstillinger og tilgjengeliggjorte digitale kataloger over kunstverk er gode formidlingsverktøy. Norske museer hadde kun elektronisk registrert en fjerdedel av det kunsthistoriske materialet i 2009. Samtidig fantes det få muligheter til å søke i dette materialet på nett. Et av unntakene var Munchmuseet, som hadde lagt ut en komplett og søkbar katalog over Munchmuseets grafiske arbeider sine nettsider (St.meld. nr. 24, 2009, s.78).

Geoffrey Gowlland og Gro Ween skriver i teksten *Nuts and bolts of digital heritage: Bringing the past into the virtual present* (2018) at det er også en forskjell mellom de digitale ambisjonene og hva institusjonene greier å levere. Nasjonalmuseum oppfordrer brukerne til å bruker kommentarfelt for å delta med kunnskap om gjenstander tilgjengelige i museets database, men det er ikke alltid at museet bruker informasjonen som ble delt (Gowlland & Ween, 2018, s.11). Museumsformidling oppfordrer dialog og deltakelse, og det er slike digitale funksjoner som kan simulere denne typen dialog mellom brukerne og institusjonen. Interaksjon kommer nok mer naturlig på plattformer som er åpne for debatt, som sosiale media.

Robert Engels skriver i teksten *Åpen og samordnet tilgang til kulturarven : Anbefalinger for en vellykket tilstedeværelse i den digitale kulturelle verden* (2010) at brukerne har blitt vant til deltagelse og mobilitet. Informasjonsspredning og nettdugnad er blitt vanligere, som på Wikipedia og Youtube, kvaliteten kan være høy, men det er ikke alltid tilfellet. Den økte tilgangen til informasjon i samfunnet gir forventninger til hva som bør være tilgjengelig i hverdagen samt når og hvordan man kan bruke det (Engels, 2010, s.10). Brukerne er interessert i informasjon som kan deles lett, og som kan tagges, et element som kunne benyttes av ABM-sektoren.

## Det digitale økosystemet og kulturarv

Den digitale verden kan ses på som et komplekst økosystem, med fragmenter som knytter seg opp mot hverandre på kryss og tvers. Grensene mellom verktøy og plattformer er nærmest utvasket. I stedet for å se på de forskjellige løsningene individuelt, er det enklere å se hvor brukbar de er ved hvordan de interakterer med hverandre og hvordan de henger sammen. Gowlland og Ween argumenterer med at digitalisert kulturarv kan for eksempel sirkulere på forskjellige plattformer, hvor noe originalt kommer fra museums kataloger, men som blir gjenbrukt og modifisert på sosiale media. Når det blir fanget opp igjen av museet kan tilleggsinformasjon ha dukket opp, ved at publikum har delt sin kunnskap om gjenstanden (Gowlland & Ween, 2018, s.4). I teorien høres dette bare positivt ut, men det eksisterer også negative sider med denne type informasjonssamling, ettersom gjenstanden kan bli borte i det store datahavet, samt usannheter kan deles. En annen fordel med deling, er at det er enklere å overføre gjenstanden og informasjonen over til nye plattformer når de gamle går ut av bruk.

Gowlland og Ween påpeker at kompleksiteten av den digitale kulturarven stiller også spørsmål på akademisk nivå, rundt hva definisjonen på “digital kulturarv” er, spørsmål om gjenstandens biografi og historikk, for ikke å snakke om tilhørighet, copyright og kontroll over sensitive kunnskap, autensitet og kunnskapssikret informasjon ved nettdugnad av amatørgenerert innhold (Gowlland & Ween, 2018, s.5).

Taran Wold og Gro Ween peker på i sin tekst at deres bidrag til dokumentering av digitaliseringspolitikk og kulturarv i Norden, taler om hvor lite museum vet om sitt publikum, hvordan de bruker digitale ressurser, og hva de skal forvente av brukerne, at de bruker de digitale ressursene på forskjellige måter. Hvordan de bruker ressursene bygger på deres motivasjon og mål for besøket, om de søker etter noe spesifikt, eller ønsker å utvide sin generelle kunnskap. Med andre ord, digitalisert kulturarv gir mange muligheter til å anvende kunnskapen forskjellig etter brukernes behov (Gowlland & Ween, 2018, s.6). Selv om digitalisert kulturarv åpner opp for muligheter, skriver Gowlland og Ween som et eksempel at digitalisering gir ikke nødvendigvis den typen tilgang, kunnskap, eller opplevelse som er kulturelt passende som urfolket lengter etter (Gowlland & Ween, 2018, s.7).



Et resultat av den digitale verdenen er en indre trang til å lage større plattformer, som samler alle museets aktiviteter, alle nasjonalmuseum, regionale osv. Driven av en teknologisk optimisme fører til introduksjoner av stadig nye plattformer og systemer, som foreldrer de systemene som allerede er i bruk, og gjør dem til “digitale ruiner” (Gowlland & Ween, 2018, s.10).

Kanskje må litt av entusiasmen holdes tilbake, skriver Gowlland og Ween, for å kunne stille kritiske spørsmål rundt hvordan digitale løsninger kan føre til den digitale kulturarvens mål: kulturell bærekraftighet. Det digitale er fortsatt i startfasen, og problemet om bærekraftighet er ennå ikke blitt utrettet nok. Bærekraftighet antyder ikke kun lagringsmuligheter, men også om det eksisterer planer for slutten av prosjektet, om hvordan kunnskapen kan holdes oppdatert og relevant, og hvordan det kan overføres til nyere system, når de gamle ikke drives lengre (Gowlland & Ween, 2018, s.12). Wold og Ween stiller også spørsmål knyttet til bærekraftig langtidslagring og håndtering av digitalt skapt kulturarv er blant de mest profilerte, men også områder som rettighetsproblematikk, interoperabilitet, datakvalitet og felles standarder inneholder viktige utfordringer som må løses både av den enkelte institusjon og i fellesskap (Wold & Ween, 2018, s.104).

## Hvem bruker det digitale museet?

Formålet bak digitalisering er å tilgjengeliggjøre og formidle museenes samling til folket. Men hvem bruker de digitale ressursene? Er det de samme som brukerne som bruker det fysiske museet som også bruker de digitale ressursene?

Ettersom museenes samlinger og formidling i stadig større grad blir tilgjengelige på digitale plattformer, vil det også være behov for mer kunnskap om brukeren, og hvordan de bruker det digitale museumsrommet. Ved å samle inn denne type informasjon kan museene lettere utvikle de digitale tilbudene sine, og videreutvikle helhetlige virkemidler for denne delen av museumsvirksomheten (St.meld. nr. 23, 2021, s.53). Statsmelding nr. 23 (2020-2021) *Musea i samfunnet — Tillit, ting og tid* henviser til at undersøkelser har også vist at brukerne av den digitale kulturarven er i stor grad de samme som bruker de fysiske museene. For å kunne nå flere digitalt, og de digitale verktøyene skal bidra til dette, er det behov for å øke kunnskapen om hva brukerne ønsker og gjør digitalt. *Den nasjonale brukar- og brukerundersøkelsen for 2019* viste at kun et lite mindretall av de som besøkte de fysiske museene, oppsøkte museet på sosiale media eller museets nettside (St.meld. nr. 23, 2021, s.65). Kulturdepartementets statistikk for museum med driftstilskudd viser at hjemmesidene deres totalt hadde 11 288 721 besøk i 2019, et tall som har holdt seg stabilt de fire siste årene (St.meld. nr. 23, 2021, s.58).

Under koronapandemien, nærmere bestemt våren 2020, var de fysiske museene stengt. Dette førte til at digital formidling ble midlertidig prioritert, og mange museum hadde gratis digitalt innhold på sine nettsider for publikum. Perioden ga større kunnskap for hvilke vilkår som måtte være til stede for at god digital formidling skulle kunne utvikles. Den europeiske museumsorganisasjonen NEMO, avdekket i sin undersøkelse at det var samme tendenser over hele Europa. Fire av fem museum utvidet sin digitale tjeneste, hvor to av fem rapporterte om økt nettbesøk i løpet av rapporteringstida. NEMO konkluderte med at situasjonen har vist verdien av digital kulturarv, og hvordan den kan skape digitalt engasjement. museene som var tilstede på nett er en komplementerende utvidelse av det fysiske museet (St.meld. nr. 23, 2021, s.66).

## **Brukerundersøkelser av DigitaltMuseum.no og Munchmuseet**

Flertallet av norske museer jobber med å digitalisere sine samlinger og tilgjengeliggjøre disse til et digitalt publikum. En god del av de digitaliserte samlingene finner man på DigitaltMuseum.no, som har tilgang til 250 museer og samlinger (digitaltmuseum.no, dato: Mai 2022). Kostnader og kunnskaper er ord som dukker opp ved diskusjoner rundt digitalisering, og en påstand er at digitalisering kun er en av mange arbeidsoppgaver hos museumsansatte, og som kanskje nedprioriteres i forhold til andre oppgaver, som fysisk formidling eller forebyggende konservering. Det kan settes spørsmålstegn om digitalisering er nødvendig, ettersom mye av museenes finansiering går til digitaliseringsprosessen, men hvis det viser seg at brukerne er de samme som bruker det fysiske museet, er det da verdt å digitalisere samlingene? En norsk brukerundersøkelse rundt DigitaltMuseum.no i 2019 fant at superbrukerne deres var eldre personer med høyere utdanning. De fant også at etniske og nasjonale minoriteter var underrepresentert, men at undersøkelser på forskjellige plattformer gav forskjellige resultater. Yngre folk var ikke underrepresentert når sosiale media som Facebook, Instagram og Google Image ble nevnt i undersøkelsen (Gran, 2019, s.58-78).

Årsberetning 2021 til Munchmuseet har også en liten brukerundersøkelse, med oversikt over alder og kjønn av de som benytter seg av nettsiden. De fant at det var en flertall av kvinner (55%) blant brukerne, og at spredningen i alder var jevnere enn tidligere år, men gruppen 25-34 var fortsatt størst.

## **Brukerundersøkelse av Musée du Louvre**

Yves Evrard og Anne Krebs skriver i sin artikkel *The authenticity of the museum experience in the digital age: The case of the Louvre* (2017) om en kvantitativ undersøkelse av bruken til Musée du Louvres digitale ressurser, hvem som bruker dem, og hva de bruker ressursene til. De ønsket blant annet å finne ut om de to opplevelsene, fysisk og digitalt museumsbesøk, kunne erstatte hverandre eller støtte opp hverandre. De undersøkte alder, kjønn, utdanning, nasjonalitet, kjennskap til digitale verktøy, og brukernes personlige forhold til kunst.

Undersøkelse utført av Musée du Louvre i 2017 fant at majoriteten av deres digitale brukere (27%) var internasjonale brukere fra I-land, hvor studenter var overrepresentert som digitale brukere, og at de yngre brukerne bruker de digitale ressursene for dets mulighet for samarbeid og deling på sosiale media, og bruk av Open Access. Open Access, også omtalt som *Åpen tilgang* på norsk, er digitalt materiale som er fritt tilgjengelig på internett, og brukes ofte i forbindelse med vitenskapelig publisering.

De fant også at brukere av kun det fysiske museet tilhørte middelklasse eller lavere sosial stand, og menn (5%). I kontrast fant de at brukere av både det fysiske og digitale museet, såkalte fullstendige brukere (69%) var hovedsakelig franske, kvinner, eldre, lærere, overklassen, høyt utdannede og profesjonelle kunstnere, som er nærmere den tradisjonelle profilen til superbrukere av museum. Fullstendige brukere brukte de digitale ressursene for det kulturelle ressurser og databaser (Evrard og Krebs, 2017, s.355-356). Evrard og Krebs konstaterer i artikkelen at de fant en klar korrelasjon mellom sosial status, kulturell bakgrunn og teknologisk kompetanse.

## Hva er en god nettside?

En undersøkelse gjort av Moo og Lundgars i 2010 fant kjennetegnene til en god museumsnettside. En dårlig nettside kjennetegnes som dårlig oppdatert, har tunge tekstpassasjer og en belærende tone. En god museumsnettside derimot, ble beskrevet som moderne og godt designet, enkel å navigere, og funksjonell på to nivåer – både med praktiske opplysninger om museet, åpningstider og utstillinger, og muligheter til fordypning i materialet gjennom tekst og bilder (Wold & Ween, 2018, s.98).

Det finnes mange måter på å formidle kunst, også når det kommer til digitale ressurser. Formidlingen kan være så enkel som et billedgalleri med beskrivelse av gjenstand på museets nettside eller sosiale media, og har samme oppbygning som en samlingsdatabase, eller det kan være omfattende sider med informasjon om gjenstandene, tidsperioder, kunstnerne og har en søkbar samlingsdatabase.

Nettsiden til Munchmuseet og Musée du Louvre havner under den siste kategorien, og derfor er området som skal undersøkes i denne oppgaven begrenset, så det tar ikke for seg hele nettportalen, men et avgrenset område.

## Brukerghrensesnitt og brukervennlighet

Vi bruker ordet brukergrensesnitt i sammenheng med programvarer til datastyrte enheter. Målet med brukergrensesnitt er å utvikle et design som er enkle å bruke og behagelige, og brukes i denne teksten til å bedømme hvor god nettsiden er.

Brukervennligheten er et kvalitetsattributt som vurderer hvor enkelt brukergrensesnittet er å bruke. Brukervennlighet knyttes opp mot brukeropplevelse. Brukervennlighet vurderes etter seks punkter, lærbarhet, effektivitet, memorabilitet, feil, tilfredshet og verktøy. Med lærbarhet menes hvor enkelt det er for brukerne å bruke nettsiden ved førstegangsbruk. Med effektivitet menes hvor raskt kan brukerne utføre oppgaver etter å ha lært seg designet til nettsiden? Memorabilitet beskriver hvor enkelt å huske hvordan man bruker nettsiden etter en periode med inaktivitet. Med feil menes hvor mange feil brukere kan gjøre, hvor alvorlige feilene er og om det er vanskelig å rette opp i senere. Tilfredshet sier noe om hvor behagelig det er å bruke. Og verktøy forteller om brukergrensesnittet lar brukeren få gjøre det de ønsker.

# Brukeropplevelse

Jeg har undersøkt brukervennligheten av den digitale formidlingen ved henholdsvis Munchmuseet og Musée du Louvre basert på observasjoner av institusjonenes nettportaler. <https://www.Munchmuseet.no/> og <https://www.louvre.fr/en/>. Svarene på undersøkelsen er basert på min subjektive opplevelse av nettportalene.

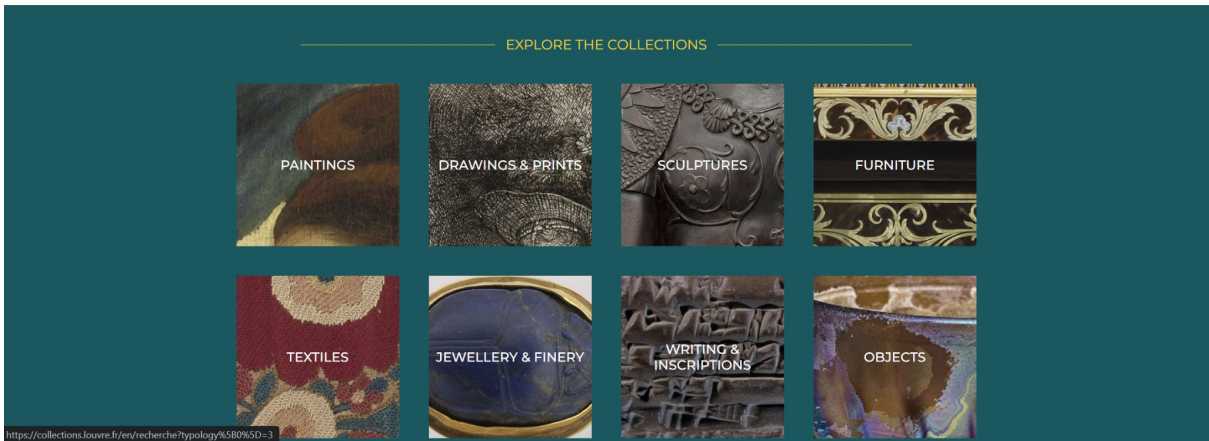
The screenshot shows the Munch Museum website's 'OM SAMLINGEN' (About the Collection) page. At the top is a navigation bar with 'MUNCH', 'BILLETTER', 'BESØK OSS', 'HVA SKJER', and a language selector 'NO' with a menu icon. The main heading is 'OM SAMLINGEN'. Below it is a large text block with two columns of text. The left column states that MUNCH manages over 42,000 unique museum objects, including nearly 28,000 unique artworks, and that the inheritance from Edvard Munch is one of the world's largest collections. The right column mentions that the museum also houses collections from Rolf Steiner, Amalidus Nielsen, and Ludvig O. Ravensberg, and that these collections, including private individuals, provide a unique insight into a fascinating art history spanning nearly 100 years. A link 'Les om samlingen og hvordan vi jobber med å bevare den skjøre arven' and a button 'Utforsk samlingen' are present. Below this is a section 'SAMLINGSUTSTILLINGER PÅ MUNCH' with four exhibition cards: 'EDVARD MUNCH VENDELUG' (4th floor), 'EDVARD MUNCH MONUMENTAL' (6th floor), 'EDVARD MUNCH SKYTTER' (7th floor), and 'DNTIL' (7th floor). A 'Se alle utstillinger' button is below. The 'DIGITALE RESSURSER' section has three sub-sections: '> Søk i samlingen' (full digitalization of the inventory), '> Søk i Munchs tekster' (digital archive of Munch's texts and correspondence), and '> Foto av samlingen' (photographs of the collection). At the bottom, there are links to GitHub for code and projects, and a link for more information on reproduction rights. The final section is 'HISTORIER FRA SAMLINGEN' with a row of five small images.

Skjerm bilde av Munchmuseets nettside om samlingen (dato: mai 2022)



The Collections database consists of entries for more than 480,000 works in the Musée du Louvre and Musée National Eugène-Delacroix. Updated on a daily basis, it is the result of the continuous research and documentation efforts carried out by teams of experts from both museums.

[SEE MORE](#)



Skjerm bilde av Musée du Louvres nettside om samlingen (dato: mai 2022)

## **Kriterier**

**Lærbarhet:** Hvor enkelt det er for brukerne å bruke nettsiden ved førstegangsbruk? Hva blir formidlet?

**Effektivitet:** Hvor raskt kan brukerne utføre oppgaver etter å ha lært seg designet til nettsiden?

**Memorabilitet:** Hvor enkelt det er å huske hvordan man bruker nettsiden etter en periode med inaktivitet.

**Feil:** Hvor mange feil brukere kan gjøre, hvor alvorlige feilene er og om det er vanskelig å rette opp i senere.

**Tilfredshet:** Hvor behagelig er det å bruke designet?

**Verktøy:** Om brukergrensesnittet lar brukeren få gjøre det de ønsker.



# Undersøkelsen

## Lærbarhet

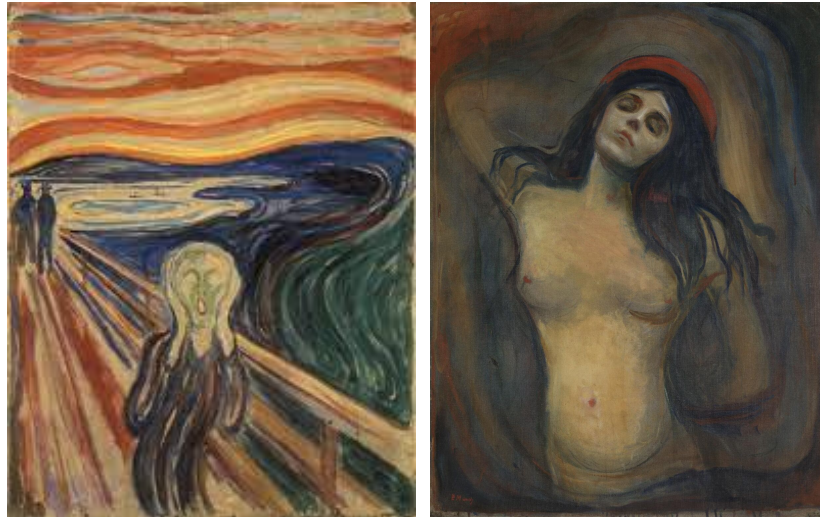
Vi blir møtt på begge forsidene med åpningstider, anbefalte pågående utstillinger, praktisk informasjon og lenker til sosiale media. Begge nettportalene bruker kontrasterende farge på tekst med den hvite bakgrunnen, og begge sidene bruker mange bilder. Designet er enkelt og moderne, og enkelt å lese. Begge portalene har en svart sammentrekkbar header, som gir muligheter til å utforske portalene videre.

Begge portalene har undersider, samt lenker til sosiale media, og tilgang til egen søkbar samlingsdatabase. Navigasjon av nettsidene er litt forskjellig, ettersom Musée du Louvre har flere undersider som kan gjemme ting man ønske å finne, mens Munchmuseet har mindre undersider, men gjør det enklere med å navigere.

Musée du Louvres undersider er inndelt i praktisk informasjon, utforskning og samling, arrangementer og butikk, men Munchmuseet inndeling er praktisk informasjon, utstillinger, arrangementer, medlem, butikk, om museet, samlinger og digitale opplevelser, og søk.

Musée du Louvre tilbyr god praktisk informasjon om åpningstider og billettpriser, fasiliteter ved museet, logistikk til museet ved transport, besøksregler, hva som foregår på museet, samt ofte stilte spørsmål. Munchmuseet har den samme praktiske informasjonen. Begge har informasjon om sine faste utstillinger, samt og skiftende utstillinger. Begge museene tilbyr workshops og turer for barn og tenåringer, samt kreative aktiviteter de kan gjøre hjemme. Munchmuseet har også oversikt over hendelser som musikk og opptredener.

Både Musée du Louvre og Munchmuseet formidler om sine forskjellige faste utstillinger, om beliggenhetens historie Louvre som palass eller det gamle Munchmuseet, og hvilke kunstverk som er sett på som verdenskjene mesterverk, som Edvard Munchs “Skrik” og “Madonna”, eller Da Vincis “Mona Lisa” og “Sabinene” av Jacques-Louis David.



“Skrik” og “Madonna” av Edvard Munch. Foto: Munchmuseet



“Mona Lisa” av Leonardo Da Vinci og “Sabinene ” av Jacques-Louis David

Foto: Louvre

Musée du Louvre tilbyr forskjellige media under de forskjellige utstillingene, hvor lenker til youtubevideoer, podcast, artikler og lignende kan utfylle teksten som beskriver og gir grunnleggende bakgrunnsinformasjon, sammen med bilder av verk som finnes på dette fysiske området. Videoene varierer fra side til side, hvor noen linker direkte til omvisningene, mens andre videoer inneholder demonstrasjoner av utvalgte kunst teknikker som pastell, produksjon av papir, og gravering.

Munchmuseet tilbyr en lignende oppbygning, men er mer sparsommelig på tekst, og de gir deg tilgang til et bestillingsskjema for audioguider, som kun kan brukes fysisk. Utenfor utstillingssidene har Munchmuseet en rekke artikler om kunstneren, mesterverk og annet, hvor mesteparten av artiklene kan leses både på norsk og engelsk, det er kun tilleggsinformasjon som ikke er så vesentlig som ikke er oversatt.

Musée du Louvre har to typer digitale omvisninger. Den ene måten er ved beskrivelser av de beste ruten for å få med seg de mest berømte verkene, den andre metoden er små raske videoer uten verbal formidling. Munchmuseet benytter video for digitale omvisninger, ofte med guidingen er enten på norsk eller engelsk, de samme turene varierer hvilket språk som brukes, men de er hovedsakelig på norsk.

## **Effektivitet**

Brukeren kan raskt utføre oppgavene de skal etter å ha lært seg protalenes oppbygging. Sideinndelingen på begge portalene er relativ intuitiv og beskrivende, så brukeren vil ha lite problemer med å finne fram til riktig område, enten det er snakk om praktisk informasjon, informasjon om utstillinger eller å finne fram til samlingsdatabasen.

## **Memorabilitet**

Det er enkelt å huske hvordan man bruker hovedssidene ved begge portalene, altså de sidene som informere om det fysiske museets tilbud. Den enkle sideoppbygningen gjør til at det er enkelt å finne fram igjen etter en inaktiv periode på begge nettsidene, men sideoppsettet er ikke alltid selvføklarende. Det samme skjer når man ser på innholdet av formidlingen, hvor man må ha forkunnskaper eller finne kunnskap et annet sted enn museumsnettsidene. Å bruke databasene tar litt lengre tid å huske, men den er relativt raskt å gjenlære etter å utforske noen søk. Munchmuseets database har tilgang til bruksanvisning

## Feil

Det er vanskelig å begå feil generelt, begge portalene har mulighet for å forflytte seg fra en side til en annen raskt på grunn av en sammenleggbare stig i headeren. Men det er mulighet for å sette seg fast på Musée du Louvres samlingsdatabase, ettersom den er lagret på en egen nettside. De fleste feilene som kan begås på begge nettportalene er via søk i samlingsdatabasene.

Musée du Louvres nettside formidler både på fransk, engelsk, spansk og japansk. Samlingsdatabasen deres er begrenset til fransk og engelsk, hvor informasjon om gjenstander, metadata og søkemotoren er begrenset til fransk. Dette vil si at hvis man søker etter den venetianske renessansekunstneren “Tizian”, vil resultatet kunne komme opp hvis man søker på “Le Titien”, hans franske navn, eller ved søk “Tiziano Vecellio” som er hans fulle navn på italiensk. Munchmuseets nettside formidler på både norsk og engelsk, men noe av tilleggsinformasjon er begrenset til norsk. Munchmuseets samlingsdatabase har en søkemotor som aksepterer begge språk, ettersom metadataen også er lagret på norsk og engelsk. Jeg la også merke til at noen av materialene fortsatt hadde norske navn, som sink- og kobberplate, mens tempera og fargestift på ugrundert papp var oversatt. Munchmuseets fysiske audioguides tilbyr norsk, engelsk, tysk, fransk, japansk, kinesisk og tegnspråk. Musée du Louvres fysiske audioguides tilbys på engelsk, fransk, spansk, italiensk, tysk, portugisisk, kinesisk, japansk og koreansk.



“Bacchus og Ariande” av Tizian

Tittel i databasen: “Bacchanale (d'après Titien)”

Foto: Louvre Collection

## Tilfredshet

Begge portalene har en svart header, hvor Munchmuseets header er sammentrekkbar. Munchmuseets header blir rød når den aktiveres og sidevalgene presenteres i en stige, mens Musée du Louvres header forblir svart, og sidevalgene dukker opp på venstresiden når man klikke meny. Begge nettportalene bruker kontrasterende farge på tekst med den hvite bakgrunnen, og begge sidene bruker mange bilder. Designet er enkelt og moderne, og enkelt å lese. Begge nettportalenes sideoppbygging er enkel å forstå, men ikke alltid like enkel å finne fram hvis man leter etter noe spesifikt. Dette feiler begge nettportalene på, selv om Munchmuseet tilbyr mulighet for søk gjennom sine nettsider.

## Verktøy

Begge nettsidene er enkle å bruke, og krever lite forhåndskunnskap for å brukes. navnene på de forskjellige områdene på nettportalen er godt beskrevet, og vil gi en type informasjon som en vanlig bruker ønsker. Brukeren vil ha lite vanskeligheter med å finne praktisk informasjon om museene, samt litt informasjon om museenes mesterverker. Det er derimot når brukeren prøver å bruke samlingsdatabasene til museumsportalene at brukergrensesnittet ikke alltid lar brukerne få lov til å gjøre som de ønsker, ettersom databasene krever forkunnskaper for å kunne søke i databasen, forkunnskaper som ikke alle brukere besitter, som de må gå utenfor nettportalene for å tilegne seg.

Musée du Louvres samlingsdatabase fordeler databasen på åtte samlinger etter teknikker, malerier, tegninger og grafikk, skulpturer, møbler, tekstiler, smykker og juveler, tekst og inskripsjoner, gjenstander. I tillegg har de seks album, med kjente kunstverk inndelt etter tema. Alle verkene som ligger i et album har mye tilleggsinformasjon, i motsetning til tilfeldige verk i teknikker. Samlinger formidler bilde, historie (på fransk), proveniens, bibliografi, metadata, hvem som eier det og hvor det henger/hvor det er lånt ut. Siden gir også brukerne tilgang til å utforske flere verk av samme kunstner, tidsepoke eller kategori. Metadata er på fransk. Brukerne har tilgang til å laste ned bildet, forstørre bildet, dele bildet og laste ned en pdf med informasjonen

Munchmuseets samlingsdatabase gir tilgang til et søkefelt, og seks kategorier; tegninger, utvalgte verk, motiver, portretterte og artikler. Samlingen formidler bilde, historie på norsk og engelsk, bibliografi, og samme motiv. Brukerne har mulighet for å laste ned en pdf eller excel-fil, og kan lagre verket i en egen samling med påloggingstilbud, som deretter kan deles. De deler mellom samlinger av maleri/tegninger, foto, og tekster skrevet av Edvard Munch. De har også info om forskjellige typer samlingsforvaltning, fra konservering og forskning, til bibliotek og sponsorsamarbeid.

Musée du Lovers samlingsdatabase har flere varierte knagger for metadata, og benytter rundt fem knagger per verk, men alle knaggene er på fransk. Munchmuseet bruker mindre knagger, rundt tre pre verk, men de oversettes ved bytte av språk. Musée du Louvres søkemotor er enklere å bruke, men den aksepterer kun franske titler og franske eller originale navn på kunstnere. Munchmuseets søkemotor aksepterer både norsk og engelsk, men gir færre resultater per søk.

Som nevnt under kapittelet om digitalisering, har museene hatt fokus på å dokumentere institusjonenes samlinger, hvor metadataen som ble påført til de digitale kopiene av gjenstanden hovedsakelig var forbeholdt søk for institusjonens ansatte. Museets ansatte besitter mer kunnskap enn en gjennomsnittlig museumsbruker, og gir dem den forkunnskapen de trenger for å søke i databasen. Dette vil si at institusjonene antagelig har en annen måte å søke på gjenstander enn generelle brukere av åpne ressurser. ressurser som er nå blitt tilgjengeliggjort for offentligheten, men som må møte visse krav av søkeord for å gi resultat ved søk.

Metadataen som er påført de digitale kopiene gjenspeiler altså de ansattes behov for søk i databasen, som historisk sett var hovedgrunnen til museene for å katalogisere gjenstandene. En måte å vite hva museet eide, hva slags gjenstander samlingen bestod av og hvor gjenstandene befant seg, enten i utstillingslokalet, på magasin eller om gjenstanden var til utleid til andre museer.

Ettersom at dagens brukere av samlingsdatabasen har økt etter at databasene er blitt åpne ressurser for offentligheten, vil også krav om brukervennlige søkemotorer i databasen bli høyere, og tagging med metadata spille en større rolle, ved å registrere mer metadata til gjenstanden, vil søkeresultatene som vises hos brukerne øke. Hvis søkemotoren i databasen så har måter på å innskrenke søkeresultatet etter brukerens ønsker, etter for eksempel ved å eliminere spesifikke teknikker, kunstnere eller tidsepoker, vil søket bli mer raffinert. Avanserte søk eksisterer i både Munchmuseets og Musée du Louvres databaser.

## Eksempler ved søk i database

Ved for eksempel å søke i feltene tittelen “skrik”, kunstner “Edvard Munch” og teknikk “tempera” i Munchmuseets avaserte søk i samlingsdatabasen gi “skrik” av Edvard Munch som første treff, i motsetning til hvis man bruker kategorien motiv i åpent søk og skriver “skrik”, da vil maleriet havne på side to av søketreffet.

På lik linje vil søk i Musée du Louvres database gi forskjellige resultat etter hvilket søkeord som er brukt. For eksempel, hvis man søker “Mona Lisa” i frisøk, vil ikke maleriet “Mona Lisa” av Da Vinci dukke opp i resultatene, men fem kopier i forskjellige teknikker laget av andre kunstnere. søker man dermed etter den franske tittelen “La Joconde” eller den originale italienske tittelen “Monna Lisa”, vil maleriet enten dukke opp på første side av treffene, eller som øverste treff ved søket på den italienske tittelen. Det avanserte søket i Musée du Louvres databaser gi forslag på kunstners navn under søkefeltet for kunstner, så vi søker på “Leonardo Da Vinci” som ser ut til å ha flere kategorier knyttet opp mot seg, ettersom taggen viser blant annet Da Vincis fulle navn på italiensk. På tittel søker vi på “la joconde”, og velger malerier under feltet samlinger. Søket gir tolv sider med treff, men maleriet dukker ikke opp på de tre første sidene, som er druknet i tegninger av Da Vinci. Går tilbake til avansert søk og søker på flere felt, men med samme resultat. Finner til slutt ut at feltene må godtas så søkeordet blir likt det som skjedde når Da Vinci ble selektert på grunn av at søkemotoren ga forslag. etter å ha gjort søkeordene om til tagger, gir søket treff på maleriet “Mona Lisa”. Modifiserer så søket til å finne ut hvor lite informasjon som må til for å finne noe i søkemotoren og gir kun tittel og kunstner, hvor resultatet gir to treff av “Mona Lisa”. Et av problemene med at jeg ikke fikk det søket jeg ønsket å få først, var på grunn av at fransken min ikke er stødig nok til å lese bruksanvisningen, men nok til å vite hvilke søkefelt som skulle fylles inn.

Begge samlingsdatabasene inneholder lite tilleggsinformasjon for allmennheten, som gjør verkene mindre tilgjengelig for folk uten spesialkompetanse innenfor kunst, kultur eller historie. De verkene som har mer informasjon rundt seg er de mer populære verkene som igjen mer henviser til anbefalt lesning av bibliografi, snarere enn å formidle det selv. Så de verkene som har to sider med tekst er heller unntak enn regel. Mesteparten av tilleggsinformasjonen ligger tilgjengelig på de mest kjente kunstverkene, om motiv, kunstner eller tidsepoke. De fleste kunstverkene i samlingsdatabasen til Musée du Louvre har kun



tittel, årstall, teknikk, størrelse, kunstner, opphav og metadata. Noe generell kunnskap om epoker og tidsaldre eksisterer på sidene mens kun generell kunnskap om kunstnerne som navn, årstall og land, så brukeren må oppsøke kunnskap selv på andre kilder hvis de ønsker mer informasjon. De fleste kunstverkene i samlingsdatabasen til Munchmuseet har kun tittel, årstall, teknikk, størrelse, kunstner, opphav og metadata. Informasjon om Edvard Munch er tilgjengelig i artikler om kunstneren rundt omkring på siden.

Spesialkompetanse som kunnskap rundt teknikker, motiv og symbolisme mangler på de fleste kunstverkene. Jeg finner ingen plass hvor de blir beskrevet for allmennheten, selv om Musée du Louvre demonstrerer noen få under innstillingssiden sin, men ellers må brukerne søke opp selv hva tempera eller litografi er, i stedet for å ha en side hvor teknikkene kan slås opp som et leksikon, så brukerne vet at litografi er trykk, mens tempera er en type maling.

# Samlet vurdering

## Undersøkelsen

Begge nettsidene er moderne og godt designet, de er enkle nok å navigere. Musée du Louvre gjemmer bort lenken til samlingsdatabasen under utforskning, mens Munchmuseet har samlingen som en selvstendig lenke i menyen. Begge sidene er funksjonelle, ved at de inneholder den praktiske informasjonen man trenger for å besøke det fysiske museet, samt gir mulighet til fordypelse i materialet gjennom tekst og bilder. Brukerne av nettportalene finner mest sannsynlig det de leter etter, enten det er nyheter, praktisk informasjon eller informasjon på Museenes mest kjente verker.

## Digital tilgjengelighet og formidlingstilbud

Munchmuseet og Musée du Louvre er med på å forsterke brukernes tilgang til kulturarv ved å ha publiserte samlingsdatabaser. Selv om museene har forskjellige fokus på samlingsgjenstander, er de begge med på å formidle en del av verdensarven, ettersom de ikke bare gir tilgang, men også knytter opp katalogene sine til formidlet informasjon på de gjenstandene som er undergått forskning. De mest kjente kunstverkene i samlingene har mer informasjon og formidling rundt seg, men det er nokså naturlig ved at disse gjenstandene er blitt forsket mer på. Museene prøver så godt de kan med å tilrettelegge informasjonen som blir formidlet, men noe av kunnskapen må søkes opp på kunnskapskilder utenfor museets nettsider, især når det forklaringer på teknikker, ettersom det ikke forklares hva de forskjellige teknikkene er. Det meste av informasjonen er formidlet til et voksent publikum, med egne sider til utforskning for barn. Brukergruppen av de den digitale formidlingsplattform gjenspeiler museets brukergruppe. De fire forskjellige kildene, statsmelding nr. 23, Gran, Evrard og Krebs, og årsberetningene til Munchmuseet var alle samstemte. De gjennomsnittlige brukerne av det digitale museet var nesten de samme som var brukerne av det fysiske museet. Hovedsakelig kvinner, alderen 25-40, overklassen, høyt utdannede og profesjonelle kunstnere, som er tilnærmet den tradisjonelle profilen til superbrukere av museum. NEMO avdekket ikke så mye hvem som brukte tjenesten under pandemien, men at situasjonen har vist verdien av digital kulturarv, og at museene som var tilstede på nett er en komplementerende utvidelse av det fysiske museet. Det var søk i databasen som skåret dårligst i brukervennlighet på begge nettportalene, ettersom

brukergrensesnittet ikke lot brukerne få søke fritt i databasene. Musée du Louvres database hadde nok metadata som tagger, og foreslo tagger ved avansert søk, men fungerte kun med franske søkeord. De største begrensningene til nettportalene er praktiske valg, som språk, som tidligere nevnt var Musée du Louvres database begrenset til fransk, men i gjengjeld hadde Musée du Louvre den praktiske informasjonen på flere språk. I sammenligning hadde Munchmuseet kun to språk å velge i mellom, norsk og engelsk.

Det er vanskelig å sette for konkrete kriterier rundt nettportalene, ettersom de også tilhører et større økosystem, som kobler portalene sammen med sosiale media, og andre kunnskapskilder. Som et eksempel, begge nettportalene er knyttet opp til Europeana, som har tilgang til begge museenes samlingsdatabaser i sin søkemotor. Både Europeana og DigitaltMuseum jobber begge med å standardisere fellesløsninger for å samle museumsdatabaser inn i en nettportal for å tilgjengeliggjøre europeisk og norske museer til de digitale museumsbrukerne. Ellers linker flere av nettsidene til Munchmuseet og Musée du Louvre til blant annet Youtube for å kunne vise videoer, og museene er aktive på sosiale media.

## **Brukervennlighet**

Både Musée du Louvre og Munchmuseet har moderne nettportaler som er brukervennlig for brukere som ønsker praktisk informasjon som åpningstider eller kort informasjon om hva museene tilbyr, som også er en av de vanligste ønskene ved en brukers besøk av nettportalen. Derimot når det kommer til tilgjengeliggjøring av den digitaliserte samlingen, har begge museene potensiale til å forbedre seg, ved å videreutvikle søkemotorene for samlingsdatabaser sine og videreformidle samlingen til brukerne. Brukerne har ikke bruk for tilgjengeliggjort materiale hvis materialet ikke er formidlet, og faren for at materialet kan bli misrepresentert i det digitale økosystemet øker når brukeren mangler kunnskap rundt materialet uten formidling. Dette fører oss tilbake til hvor grensen på digitalisering går, og om det er vits i å fulldigitalisere hele museumssamlinger, hvis brukerne ikke får noe ut av informasjonen som er tilgjengeliggjort. Men dette er en diskusjon innenfor fagfeltet som absolutt ikke er ny, og som kommer til å være sentralt i museenes digitaliseringsprosess i lang tid framover.

## Kildeliste

- Engels, R.H.P. (2010). Åpen og samordnet tilgang til kulturarven : Anbefalinger for en vellykket tilstedeværelse i den digitale kulturelle verden (Vol. #66), ABM-skrift (trykt utg.). Oslo: ABM-utvikling. [http://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb\\_digibok\\_2013090527022](http://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2013090527022).
- Evrard, Y., & Krebs, A. (2017). The authenticity of the museum experience in the digital age: The case of the Louvre. *Journal of Cultural Economics*, 42(3), 353-363.
- Gowlland, G. & Ween, G. (2018). Nuts and bolts of digital heritage: Bringing the past into the virtual present. *Nordisk Museologi*, 2(3), 3-13.
- Gran, A., Lager Vestberg, N., Booth, P., & Ogundipe, A. (2019). A digital museum's contribution to diversity - a user study. *Museum Management and Curatorship* (2019), 34(1), 58-78.
- Riksrevisjonen (2016-2017) Riksrevisjonens undersøkning av digitalisering av kulturarven. Dokument 3:4 (2016-2017).
- Stortingsforhandlinger. Meld. St. nr. 24 (2008-2009) Nasjonal strategi for digital bevaring og formidling av kulturarv.
- Stortingsforhandlinger. Meld. St. nr. 49 (2008-2009) Framtidas museum— Forvaltning, forskning, formidling, fornying.
- Stortingsforhandlinger. Meld. St. nr. 23 (2020-2021) Musea i samfunnet — Tillit, ting og tid.
- Wold, T. & Ween, G. (2018). Digitale visjoner. En kartlegging: Identitet, tilgjengelighet og digitalt demokrati. *Nordisk museologi* 2018(2-3), 90-106. <http://dx.doi.org/10.5617/nm.6657>.

## Nettsider

Munchmuseet (2022. Mai). <https://www.munchmuseet.no>.

Munchmuseet (2022. Mai). *MUNCH-digital*. <https://www.Munchmuseet.no/MUNCH-digital>.

Munchmuseet (2022. Mai). *Om samlingen*.

<https://www.munchmuseet.no/om-samlingen/om-samlingen-en-skjor-arv>.

Munchmuseet (2022. Mai). *Samlingen*. <https://www.Munchmuseet.no/samlingen>.

Munchmuseet (2022. Mai). *Årsberetning 2021*.

[https://www.Munchmuseet.no/globalassets/arsberetninger/arsberetning-mum-2021\\_ny.pdf](https://www.Munchmuseet.no/globalassets/arsberetninger/arsberetning-mum-2021_ny.pdf).

Musée du Louvre. (2022, Mai). *About the collections website*.

<https://collections.louvre.fr/en/page/aPropos>.

Musée du Louvre. (2022, Mai). *Louvre Museum Official Website*. <https://www.louvre.fr/en>.

Musée du Louvre. (2022, Mai). *Louvre at Home*.

<https://www.louvre.fr/en/online-tours#louvre-at-home>.

Musée du Louvre. (2022, Mai). *Louvre site des Collections*. <https://collections.louvre.fr>

Musée du Louvre. (2022, Mai). *Online Tours*. <https://www.louvre.fr/en/online-tours>.

Taxler Endiosk, (2015, 26. Mars). *CD-ROM: Museums of the World for Kids - The Louvre*.

Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=YqOahvFQUwU>.

Voyager, (1996). *The Louvre Museum - Museums of the World for Kids*. The Voyager Company.

