

Sammanställning av enkät om digital insamling

Som en del i översynen av den digitala insamlingsprocessen vid Nordiska museet skickades våren 2015 en enkät till museer på temat *Digital kultur och digitala medier*. Enkäten var en uppföljning av en tidigare, som sändes ut inför Samdoks höstmöte 2009. Då medverkade 43 museer/institutioner. Alla dessa 43 fick ta del av den nya enkäten, som enbart handlade om insamling via digitala kanaler. Tjugofem svar inkom.

Följande 8 frågor ställdes:

1. Använder ni internet och sociala medier som instrument för insamling av bilder, berättelser, upprop eller föremålsinsamling (t ex Facebook, Youtube, Flickr, Instagram, bloggar)?

Drygt hälften – 16 av 25 museer – har svarat att de använt sociala medier för att exempelvis efterlysa föremål och fotografier, sprida information om upprop eller projekt, samla in berättelser, skapa kontakter med nya informanter eller inleda samarbete med publiken. De medier som hittills har använts är: bloggar, Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, egna hemsidor samt kommentarsfältet på Digitalt museum. Kulturarvsportalen har nämnts som ett intressant alternativ för framtida insamling. Några museer har använt särskilda formulär för att samla in berättelser eller synpunkter från allmänheten. Det vanligaste tycks dock vara att använda sociala medier för att sprida information om upprop eller pågående projekt. Nio har svarat nej eller ”någon enstaka gång” på fråga 1.

Exempel på digitala insamlingsprojekt:

- **Lumpenminnen** som genomfördes av Armémuseum åren 2012-2014 och där även Flygvapenmuseum deltog med föremålsinsamling (dock ej digitalt). Materialet samlades in genom ett formulär på nätet www.lumpenminnen.se
- Sörmlands museum har arbetat med Instagram i projektet ”**bilder som berättar**”, med en tävling för ungdomar om att skicka in bilder på sin sommar. Dessutom har museet sedan flera år seniorbloggen.blogg.se och youthhood.blogg.se där utomstående samarbetspartners skriver regelbundet och träffas varannan vecka för att välja tema och hitta inspiration i samlingarna.
- Arbetets museum utlyste en tävling på Facebook för att få in **tatueringsbilder** i samband med utställningen ”**Tro, hopp och kärlek**” men fick endast in ett fåtal bilder på Instagram.
- Livrustkammaren samlade in **Kungaminnen**, berättelser om möten med kungen, i samband med utställningen ”40 år på tronen” via sin egen webbplats samt filmade under nationaldagen personer som visade och berättade om föremål. Filmerna publicerades på YouTube och länkades till hemsidan. <http://livrustkammaren.se/sv/kungaminnen>

- Nordiska museet har samlat in berättelser genom separata webbplatser som **Livsbild**, **Hårwebben**, **Brödbanken** och **Plast**.
- Stockholms stadsmuseum har samlat in berättelser digitalt inom projektet **Hemmet** samt om **Slussen**, där den senare gjordes via webformulär i www.stockholmskallan.se. De planerar att fortsätta samla digitalt via sin egen hemsida med projektet **Stadsmuseet på plats – Farsta**.
- Västerbottens museum har en Facebooksida, **Gamla bilder från Umeå**, med möjlighet att diskutera bilder, **WiGo**, en dialogkanal där vem som helst kan förmedla berättelser, minnen, allmän kulturhistoria och lokalhistoria via bilder, text och ljud.
- **INLAND**, ett samarbetsprojekt kring glesbygdens möjligheter och utmaningar i Sverige i dag mellan Västerbottens museum, Norrbottens museum, Murberget och Jamtli. Projektet har genomförts via Sune Jonsson Centrum för Dokumentärfotografi och har resulterat i en utställning som för närvarande visas eller kommer att visas på de deltagande museerna. I samband med detta genomförs en insamling av minnen och bilder med hjälp av digitala frågelistor samt korta livsberättelser om hur det är att leva i glesbygd idag, via inland.nu samt en Facebooksida.

2. Beskriv gärna i detalj hur insamlingen gått till – om svaren inkommit via e-post exempelvis, eller på annat sätt.

Svaren har inkommit via olika kanaler som till exempel e-post, formulär på hemsidan, berättartävlingar (i några fall med prisutdelning), telefonkontakter, kommentarer på facebook om föremål, bilder eller företeelser som museet lagt ut, bilder på instagram som taggats med hashtag (#), enkäter, djupintervjuer, upprop, brev samt i ett fall filmning av människor som berättar om föremål. Informanterna har ofta kunnat välja mellan att svara analogt eller digitalt.

Sju museer har ej besvarat frågan, förmodligen för att de inte samlar in digitalt ännu.

3. Vilka fördelar och nackdelar ser ni med metoden? Finns det några speciella problem?

De flesta museer som provat ser både fördelar och nackdelar med att samla in digitalt.

Positiva erfarenheter är att det är lätt att få kontakt med nya målgrupper (ålder, kön, klass) och att nå ut till många människor samtidigt. Metoden är snabb, spontan, billig och underlättar för den som ska svara. Det går att samla in mycket material på kort tid från skilda ämnesområden. Användningen av sociala medier ger fler marknadsföringskanaler och möjlighet att informera om museets projekt och aktiviteter samtidigt som insamlingen pågår. Materialet i en digital databas kan dessutom med lätthet bearbetas på olika sätt, genom sortering, sökning och analys. Att samla digitalt kan snabbt ge ett fylligare material kring bilder exempelvis, men det är viktigt att följa upp vilka som deltar och att försöka få in berättelser från människor som inte tillhör de givna grupperna.

Negativt är att det är svårt att kontrollera källsäkerheten, svaren kan vara torftiga eller påhittade, den personliga kontakten försvinner, svårt att nå äldre personer och att påverka urvalet. Det tar tid att bearbeta det insamlade materialet som ofta kräver både analys och kritisk granskning. Kvaliteten på bilderna är ofta låg. Problem med bevarande och tekniska lösningar för insamlingen. Metoden kräver kunskaper i hur man använder sociala medier och vad som menas med begrepp som exempelvis hashtag (#).

4. Hur arbetar ni med källsäkerhet, personuppgifter och medgivande?

Bland de 12 museer som svarat på frågan använder några **gåvohandlingar/samtyckesblanketter, fotoavtal, avtal om personuppgifter, villkorstexter** och liknande vid digital publicering. Hänsyn tas till personuppgiftslagen, PUL, samt Svenska fotografers förbunds rekommendationer. Vid upprop ber man om personuppgifter som namn, ålder och bostadsort samt ett skriftligt medgivande om hur materialet får användas, medan det däremot är svårare att ställa krav på berättelser i kommentarsfältet på facebook eller bloggar, som ett museum konstaterar. Några museer erbjuder anonymitet om så önskas, särskilt i utställningssammanhang. Tillgängligheten till materialet i databasen kan vara strikt reglerad.

Kommentarer som inkommer via exempelvis Digitalt museum bedöms från fall till fall om de är säkra nog för att föras över till databasen. Någon har svarat att frågor om proveniens och tillstånd till gallring är rutin vid föremålsinsamling samt att notera uppgifter om givarens namn och vem som använt föremålet.

Källsäkerhet har diskuterats vid ett museum där man kom fram till att i första hand använda ursprungskällan eller andra källor som anses tillförlitliga. Ett annat museum har diskuterat frågan om personuppgifter ingående och har beslutat att erbjuda anonymitet och bara arkivera material där uppgiftslämnare har gett sitt medgivande samt att endast lämna ut anonymiserade enkätsvar till forskare (om inte särskilda skäl föreligger). Rutiner för digital insamling är något som behöver utvecklas!

5. Hur kommunicerar ni för att nå ut bättre? Har ni utarbetat metoder för att få fylligare svar?

De museer som har försökt att nå ut bättre nämner att de använt twitter, facebook, webb, instagram och filmklipp på YouTube för att nå ut till en större skara med upprop eller efterlysningar av föremål. Kontakter via telefon eller personliga möten förekommer samt annonser, pressmeddelanden, nyhetsbrev, utskick via e-post samt artiklar om ett visst ämne som man vill belysa.

Tydlig kommunikation och förenklat språk i upprop är också något som används för att nå ut till fler. Några upprop utformades som en tävling där de bästa berättelserna belönades med priser. I ett större insamlingsprojekt anlätades en kommunikationsbyrå för att göra enkäten

visuellt tilltalande och tekniskt smidig. De använde också mycket bilder för att väcka respondenternas minnen till liv. Detaljerade frågelistor ger fylligare svar samt uppföljning med intervjuer.

Många museer – 15 st – har dock inte svarat alls på frågan eller skrivit att de inte arbetar med detta.

6. Hur stort har gensvaret varit? Vilka resultat har ni uppnått?

Resultaten visar stora variationer. Några projekt har fått stort gensvar, exempelvis insamlingarna av lumparminnen, som gav över 2200 enkätsvar. Dessa finns nu tillgängliga i arkivet tillsammans med transkriberade intervjuer, brev, dagböcker, fotografier etc. Projektet har resulterat i boken ”Lumpen från mönstring till muck” och en utställning som visades på Flygvapenmuseum 2014 och nu 2015 på Armémuseum. Livrustkammarens filmning av människor som berättade om kungaminnen fick ett stort genomslag medan uppropet lockade färre deltagare. Stockholms stadsmuseum fick in drygt 300 berättelser i projektet om Hemmet. Nordiska museet har lyckats bäst med de projekt som kommunicerats ut via flera kanaler eller gjorts i samarbete med andra organisationer.

Rydals museum fick mycket stort gensvar för en insamling i samband med en lokalhistorisk utställning. Den gav både föremål, information och fotografier. ”Folk vill berätta!” skriver de. Västerbottens museum har fått så stort gensvar för facebooksidan ”Gamla bilder från Umeå” att det nästan varit svårt att hantera. De framhåller dock att inga digitala satsningar sköter sig själva, utan kräver arbete.

Bohusläns museum har fått ca 2 000 användarkommentarer/år. Bilder som Jönköpings läns museum lagt upp på Flickr har uppmärksammats positivt över hela världen, men det har varit svårt att få information om bilderna.

Andra museer skriver att gensvaret har varit mindre än väntat, eller att det varit svårt att mäta det eftersom man samtidigt använt sig av andra kanaler. Några har bara fått få eller mycket korta kommentarer som inte säger så mycket. Ibland är det samma personer som återkommer med svar.

7. Kompletterar ni insamling via sociala medier med andra metoder?

Flera museer svarar att de snarare använder sociala medier som komplement till utställningar eller traditionella insamlingsmetoder än tvärtom.

Metoderna varierar mellan intervjuer, deltagande observation, frågelistor, upprop, fotoworkshops, fokusgrupper och konkret insamling av föremål och fotografier. Att lägga ut material på sociala medier underlättar både insamling och marknadsföring av en utställning.

Det händer att man går vidare med intervjuer och följdfrågor om material som inkommit genom internet och sociala medier, även om det inte är så vanligt. Intervjuer genomförs via telefon eller vid direkt möte. Intervjuer sparas antingen genom inspelningar eller genom att föra anteckningar.

Ett museum lägger ut önskelistor på hemsidan om föremål som saknas i samlingarna.

8. Hur lagras svaren?

Ungefär hälften av museerna sparas svaren digitalt på egna servrar eller lägger in relevanta uppgifter/kommentarer i databasen. Några museer gör utskrifter på papper och sparas dem i arkivet. I ett par fall sparas material i både digital och analog form. Ett museum bevarar skärmdumpar av bilder tillsammans med utställningsdokumentation och ett annat fotograferar med jämna mellanrum sin hemsida och Facebook för digital lagring.

Museer/institutioner som besvarat enkäten

- Arbetets museum, marinette.fogde@arbetetsmuseum.se
- Arkitektur- och designcentrum, antonio.molin@arkdes.se
- Armémuseum, anna.maria.forssberg@armemuseum.se
- Blekinge museum, karin.nilsson@blekingemuseum.se
- Bohusläns museum, anna-lena.segestam.macfievgregion.se
- Flygvapenmuseum, annika.hallinder@flygvapenmuseum.se
- Hallands kulturhistoriska museum, anna-lena.nilsson@museumhalland.se
- Institutionen för kulturvård, Göteborgs universitet, charlotta.hanner.nordstrand@gu.se
- Jönköpings läns museum, liselotte.munther@jkpglm.se
- Kulturmagasinet, birgitta.witting@helsingborg.se
- LSH – Livrustkammaren, Skokloster, Hallwylska museet, lizette.graden@lsh.se
- LSH – Hallwylska museet, ingalill.jansson@lsh.se
- Murberget, Länsmuseum Västernorrland, marie.svedin@murberget.se
- Nordiska museet, kajsa.hartig@nordiskamuseet.se
- Norrbottens museum, sophie.nyblom@nll.se
- Rydals museum, christina.shearer@mark.se
- Sjöfartsmuseet Akvariet Göteborg, cilla.2.ingvarsson@kultur.goteborg.se
- Statens maritima museer, eva.hult@maritima.se
- Stockholms stadsmuseum, anna.ulfstrand@stockholm.se
- Sörmlands museum, josefin.svensson@dll.se och gudrun.anselm@dll.se
- Tekniska museet, peter.durietz@tekniskamuseet.se
- Upplandsmuseum, cecilia.bygdell@upplandsmuseum.se
- Uppsala medicinhistoriska museum, eva.ahlsten@surgsci.uu.se
- Värmlands museum, susanne.olsson@varmlandsmuseum.se
- Västerbottens museum, asa.stenstrom@vbm.se