

Digitalt dilemma

Museumsgæsters oplevelse af Sæby Museum

Trine Bundgaard

er cand. mag. i Historie fra Aalborg Universitet (2014), og hun har specialiseret sig i implementering af interaktive digitale medier på kulturinstitutioner. Derudover har hun udarbejdet en særudstilling på Bangsbo Museum, som var baseret på et oplevelsesøkonomiskdesign. Hun har siden arbejdet hos BusinessAalborg som projektkoordinator på Oplev Vækst.

Bo Poulsen

er lektor i miljøhistorie ved Aalborg Universitet. Det meste af hans forskning undersøger menneskets forhold til naturen i langtidsperspektiv særligt inden for fiskeri og havforskning. Poulsen har modtaget Videnskab.dk's pris for årets forskningsresultat i Danmark (2009), Hoogendijkprisen (2006) og fungerer 2013-2015 som vicepræsident for Det Europæiske Selskab for Miljøhistorie.

Abstract

Museum visits have been an integral part of the Danish culture of leisure for more than a century. Objects representing the past have been displayed for the purpose of education and national and regional identity building. More recently, focus has shifted towards the goals of the experience economy, raising curiosity and excitement on behalf of the spectator. In fact the former spectator is now an active participant in modern museum curation, and in particular this has come by through the advent of the digital era.

Investigating the exhibition, Tro & Overtro at the Sæby Museum, this article explores the way in which a partly digital exhibition interacts with its audience. This interactive museum experience is in-

vestigated using interviews, document based analysis and participatory observation. Results reveal that the exhibit, over all had a strong appeal to schoolchildren, while the more mature museumgoers became somewhat alienated from the digital aspects of the exhibit.

Keywords #museum, #digital formidling, #oplevelsesøkonomi, #historieformidling, #produktanalyse

Digitaliseringen af det danske museumslandskab

Interaktive digitale medier er kommet for at blive. I vores hverdag har tablets, smartphones og on-demand tv og film ændret danskernes medieforbrug. Vi vil gerne aktiveres og involveres, når vi indtager kultur, og vi efterspørger i højere grad oplevelser, som er berigende for vores kulturelle kapital (Skot-Hansen, 2010). Det har resulteret i, at de danske museer befinder sig i et paradigmeskifte, hvor overgangen fra den traditionelle envejskommunikation fra museum til de besøgende bliver skiftet ud med en dialogbaseret formidlingsstrategi. For at imødekomme forbrugernes nye medievaner har mange museer i Danmark og i udlandet implementeret interaktive digitale medier i deres formidlingsstrategi. En tilføjelse til museumsbesøget som er efterspurgt af både publikum og politikere. Det politiske formål er at inddrage de såkaldte ikke-brugere af museerne, så kulturen bliver mere inkluderende for alle borgere fra alle samfundsklasser, kulturelle baggrunde, køn og aldre. (Kulturstyrelsen 2009) Inden for de senere år har der fra den statslige styringsinstans, Kulturstyrelsen, været fokus på at få flere unge til at gå på museum. Det har for eksempel været fokus for rapporter, *Unge og Museer* (Kulturstyrelsen, 2012b) samt *Unge Museumsbrug* (Damgaard, Camilla et al., 2012).

I 2011 udkom bogen 'Det interaktive Museum', hvori Christian Hviid Mortensens & Vitus Vestergaards samt Maja Rudloffs artikler baseret på deres respektive ph.d.-afhandlinger indgår. De analyserer henholdsvis Mediemuseets 'Mediemixeren' og Københavns Museum 'Væggen', hvortil formidlingsstrategien er baseret på interaktive digitale medier. Begge artikler kommer til samme konklusion; der er en diskrepans mellem museernes hensigt og de besøgendes reception. Det gælder ikke kun adgangen til det kulturelle indhold,

som softwaren i de interaktive digitale medier i disse to cases har medvirket til at komplicere, men også forståelsen og den intenderede dialog er blevet afbrudt af en mangelfuld kommunikationsstrategi, når de besøgende har forladt de opstillede interaktive digitale medier. De besøgende skal præsenteres for genkendelige navigationssymboler, og de skal have mulighed for at tage oplevelsen med sig hjem, så de efterfølgende kan genopleve den. Dertil er de besøgendes reception af installationerne betinget af deres alder, som spiller en afgørende faktor for deres nysgerrighed, navigation og oplevelsesevne (red. Drotner m.fl., 2011, s. 43-60 og 79-99). Deres resultater bevidner en ny forskningstendens. Diskussionen og forskningen af, hvordan de nye formidlingsstrategier bedst muligt kan implementeres, er allerede fyldestgørende, hvorimod forskningen af, hvad brugerne får ud af disse, er mere sparsom. Nærværende artikel er et forsøg på at komme et skridt videre i den retning ved igennem en empirisk undersøgelse at vise Sæby Museums middelalderkælder, som den bliver oplevet igennem publikums øjne med henblik på at diskutere interaktive digitale medier som formidlingsredskaber i forhold til Sæby Museums hensigter med implementeringen af disse.

Case: Tro og Overtro på Sæby Museum

Sæby Museum er en underafdeling hos Nordjyllands Kystmuseum, som dertil udgøres af Skagen By & Egnsmuseum, Bangsbo Fort, Sæbygaard, Krudttårnet og Bangsbo Museum & Arkiv. Sæby Museums nye udstilling, Tro og Overtro, er bygget op om en kombination af en traditionel formidlingsstrategi med skriftlige tekster på plancher og historiske genstande, hvortil fire touchscreens er blevet tilføjet. Derudover indgår en interaktiv formidlingsstrategi i to dele af udstillingen. Den permanente udstilling er blevet lavet i samarbejde med virksomheden Bunker43, som har bidraget med de digitale løsninger. I udstillingen møder de besøgende fire nye installationer, som vi har valgt at kalde; *Overtro*, *Arkæologiske Kasser*, *Bogen i Reolen* og *Tro*. (Se billede 1)

Den besøgende møder som det første *Overtro*, et computerspil med et konkurrenceelement. Formålet er, at den besøgende oplever middelalderens straf for tyveri. Den besøgende får besked på at gå ind i et helt mørkt rum og lægge sig i gabestokken, hvorefter

3D-lydeffekter i fem et halvt minut skaber en uhyggelig stemning, der skal give associationer til en middelalderlig fangekælder.

Dernæst er en række af museets arkæologiske fund udstillet i små ophængte kasser, der hver især er tilknyttet en touchscreen. Det vil sige, at den besøgende kan trykke på et billede af en genstand, som så lyser den autentiske genstand op i den tilhørende montre.

Bogen i Reolen er det tredje nye tiltag. Det er en stor touchscreen, hvorigennem den besøgende kan trykke sig frem til forskellige historier om Sæby i middelalderen. Formålet er at formidle meget indhold på begrænset plads.

Det sidste tiltag er også bygget op som en interaktiv oplevelse. Her har museet med kirkeskibe og altermaleri genskabt en miniatюреkopi af Sæby kirke, som i virkeligheden rummer unikke væg- og loftsmalerier, som er svære at se i selve kirken. Ved hjælp af endnu en touchscreen, hvor layoutet skal illustrere en kirkebog, kan den besøgende siddende på kirkebænken trykke de enkelte malerier frem og læse den tilhørende historie (Bundgaard, 2014).

Adspurgt om udstillingens målgruppe udtalte museumsinspektør, Jens Thidemann, at: "Der har været talt meget om, at der ikke kommer teenagere og unge først i tyverne på museer, og at det er dem, man skal tiltrække. Det har ikke været mit mål. Jeg tror, unge mennesker i den alder har vigtigere ting for end at gå på museum, men at de kommer igen, når de falder til ro, med familie og børn, og så skal der være noget, der taler til dem og deres børn." (Bundgaard, 2014). Museet er opmærksom på den samtidige kulturpolitiske debat, men de har valgt at fokusere på at give de allerede rutinerede museumsgæster en anderledes oplevelse, hvor de ikke længere kan overskue udstilling ved bare at skimme rundt, men er nødt til at foretage nogle til- og fravalg af indhold, samtidig med at målgruppen også inkluderer børnefamilier og skoleklasser. Gennem en analyse af udstillingens tilblivelse samt dens anvendelse blandt museets gæster, vil vi i det følgende diskutere, hvorvidt der rent faktisk er sammenhæng i mellem de gode hensigter og det oplevede museum med henblik på at nå frem til en egentlig anbefaling af *best practice*.

Materiale og Analysestrategi

Den empiriske undersøgelse er baseret på deltagerobservation, interview og dokumentanalyse.

Metoden var valgt, så observatoren ikke forstyrrede de besøgendes gennemgang af middelalderkælderen. Formålet var, at besøget og oplevelsen skulle være så autentisk som muligt. Derfor valgte observatoren at opstille videokameraer op på strategisk udvalgte steder, så de besøgendes interaktion med hinanden og udstilling blev dokumenteret. Derefter afholdt observatoren et kvalitativt interview med de besøgende, som udgjorde flertallet af gæsterne på Sæby Museum mandag, den 5. september 2013. Med henblik på at sikre, at der faktisk var gæster på det pågældende tidspunkt, var feltstudiet afstemt med, at der denne dag ville være en skoleklasse (7. årgang) til stede, i det de havde meldt deres ankomst i forvejen. Deltagerobservationen dannede udgangspunkt for selve receptionsanalysen, og det var også på denne måde, der blev skabt kontakt til enkelte informanter. Ved siden af skoleeleverne bestod de interviewede besøgende af to ægtepar, Ægtepar 1 (M:75;K:71) og Ægtepar 2 (M: 64; K: 50) samt en gruppe på fire kvinder i alderen 64-81 år.

Med henblik på at skabe klarhed over museumsgæsternes indtryk af udstillingen blev undersøgelsen designet, og det indsamlede materiale analyseret ud fra Pierre Bourdieus idé om menneskets habitus og kulturelle kapital samt professor i læringsforskning, John Falks, fem brugertyper (Järvinen, 2007; Falk, 2011).

Vi ser Bourdieus habitus som en sammenhæng mellem de sociale strukturer og de mentale strukturer. Habitus udgøres af varige, men foranderlige dispositioner, hvorigennem individer opfatter, bedømmer og handler i verden. Et individs tidlige oplevelser vejer tungere end fremtidige, og stabiliteten i habitus er sin selektive funktion, som styrer individer ind i situation, som kan bekræfte deres tidlige valg. Den styrer dem også væk fra situationer, som udfordrer og sætter spørgsmålstejn ved deres habitus (Järvinen, 2007).

John Falk tager udgangspunkt i det, han ser som fem typiske motiver hos de, der vælger at besøge et museum. Motiverne reflekteres af de besøgendes forforståelse eller identitet, som imidlertid kan have en fleksibel fremtræden i mødet med den konkrete udstilling (Falk, 2011).

Resultater

I forhold til den besøgende skoleklasse i Sæby betød besøget på museet for flere af skoleeleverne, at deres indtryk blev positivt præget. Deres besøg var tidsbegrænset, men oplevelsen så positiv at flere af

dem vendte tilbage samme eftermiddag, efter de havde fået fri fra skole. Dette er efter alt at dømme ret unikt, og det var tydeligt, at de alle hurtigt blev draget af de interaktive digitale medier. Ifølge Bourdieu er kapital alt, som er genstand for genkendelse og anerkendelse, så de sås at have rigeligt med kapital til hurtigt at se mulighederne i de fire touchscreens. I installationen *Tro* sad flere elever eksempelvis og læste højt for hinanden fra skærbillederne. De var meget imponerede over modellen, og det var en generel tendens, at de hellere ville udforske de digitale elementer fremfor den traditionelle formidling. Med John Falks begrebsapparat kan man sige, at de i gennem deres besøg skiftevis indtog roller som formidler, opdagelsesrejsende og oplevelsessøgende (Falk, 2011; Bundgaard 2014).

Til gengæld tabte eleverne hurtigt interessen for både *Arkæologiske Kasser* og *Bogen i Reolen*. Det virkede ikke til, at informationerne og en begrænset funktionalitet levede op til deres forventninger til digital formidling. *Overtro* var til gengæld den helt store succes. Konkurrenceelementet og det involverende design hvor de fysisk skulle lægge sig ned, tiltalte i den grad eleverne, og der gik hurtigt sport i at se hvor højt op på highscoren, de kunne komme. Flere tilkendegav, at de ville tage deres familier og venner med ned og prøve det igen. På den baggrund er museets ønske om at aktivere og involvere skoleklasser lykkes. Med Bourdieu kunne man sige, at elevernes gode oplevelse i fremtiden kunne styre dem mod lignende oplevelser, og det kan have stor indflydelse på, om de bliver museumsgangere senere i livet.

Begrebet felt definerer Bourdieu som et netværk eller en konfiguration af objektive relationer mellem positioner, som er bestemt af deres placering i relation til de kapitalformer, som er aktive på dette felt. Et felt udgøres af specifikke regelsæt, værdier og interesser i et doxa, som er en common sense-forestilling om, hvad der er rigtigt og forkert, normalt og unormalt og kvalificeret og diskvalificeret. I denne sammenhæng er museet feltet, som besidder et helt bestemt doxa (Järvinen, 2007). Derfor kan man sige, at i kølvandet på Sæby Museums implementering af interaktive digital formidling har de også påvirket feltets doxa. Overgangen fra traditionel til mere nutidig formidling har ændret feltets spilleregler. Eleverne havde intet problem i at tyde de nye regelsæt, hvorimod de to ægtepar og de fire ældre kvinder, som alle tilhører segmentet 50+, og derfor er museets kernepublikum (Kulturstyrelsen, 2012a), havde

svært ved at afkode det nye doxa. De genkendte hurtigt de traditionelle formidlingsformer i udstillingen, og observationerne afslørede, at de styrede direkte hen til de installationer, som ikke ville udfordre deres habitus.

Med John Falk kan man sige, at de to ægtepar og de fire kvinder igennem deres besøg optrådte som hobbydyrkere, opdagelsesrejsende og formidlere (Falk, 2011). De brugte betydeligt mere tid på at læse plancher end 7. Klassen. Derimod gik de enten direkte forbi de fire touchscreens, eller også trykkede de blot forsigtigt et par gange på skærmen. Alle tre grupper var enige om, at der manglede information om, hvordan touchscreens virkede. I et interview med Bunker43 forklarer Mark Joakim Bekker Mikkelsen, at; "... der er lagt meget vægt på, at den traditionelle gruppe af besøgende på museet også tager formidlingen til sig. Sidstnævnte har vi i høj grad fået bekræftet – endda ved personlige henvendelser og kommentarer fra den lidt ældre målgruppe samt ved observation." (Interview 4. Oktober 2013, Bundgaard, 2014) Dette udsagn står således i et modsætningsforhold til denne undersøgelses resultater. Derudover oplevede vores informanter under ét, at funktionaliteten i installationen, *Arkæologiske Kasser* ikke var optimal, idet de viste sider ikke automatisk gik tilbage til startside, når en gæst havde forladt skærmen. En given besøgende ville således starte med at betragte et helt tilfældigt elektronisk opslag. Ydermere fandt de besøgende det forstyrrende, at de først skulle trykke på touchscreenen for derefter at skulle lede efter den rigtige montre, som kunne være placeret op til fem meter fra skærmteksten. I *Tro* gjorde et helt andet problem sig gældende for det modne publikum, som udviste en helt konkret berøringsangst for at sætte sig på kirkebænken, som det ellers var tanken med installationen (Bundgaard, 2014).

Herom kan man sige, at det modne publikums kulturelle kapital ikke anerkendte, at det er tilladt at røre ved ting på et museum. Derfor styrede de udenom de digitale dele. Deres referencesystem var betydeligt anderledes end elevernes, og det må antages at være en væsentlig udfordring, hvis museer i fremtiden skal digitaliseres yderligere, da dette ældre segment af befolkningen stadig er kernebrugerne og så at sige er skolede i at erhverve sig den nødvendige kulturelle kapital til at afkode museets doxa.

Det kan derfor konkluderes, at museets ønske om at formidle meget indhold på begrænset plads i *Bogen i Reolen* skaber et pro-

blem, da implementeringen af denne touchscreen har ændret museets doxa så meget, at kernebrugerne fravælger de faldbudte digitale informationer. Kernebrugerne, 50+, fravælger altså de digitale løsninger, fordi det er nyt, og eleverne pga. den begrænsede funktionalitet." Det kan derfor konstateres, at der er en betydelig forskel i, hvad de besøgende får ud af deres besøg, og hvordan de navigerer rundt. Forskellen er i høj grad betinget af deres aldersforskelle, som spiller en større rolle med implementeringen af interaktive digitale medier. Derfor er der opstået en diskrepans mellem Sæby Museums intentioner med og de besøgendes reception af middelalderkælderen. Med et større og mere mangfoldigt undersøgelsesmateriale ville disse udfordringer muligvis blive uddybede, muligvis indskrænkede. Eksempelvis ville en gruppe besøgende, hvor flere generationer ser udstillingen samtidigt antageligt få en meget anderledes og måske mere fyldestgørende oplevelse.

Diskussion: Tradition vs. Museum 2.0

Disse resultater stemmer langt hen af vejen overens med Rudloffs samt Mortensens & Vestergaards resultater, som nævnt indledningsvist. Derimod kræver denne artikels analytiske tilgang yderligere diskussion af visse aspekter. De ældre besøgende er blevet hængt af i farten, men hvorfor?

Den amerikanske forfatter Marc Prensky betegner de to aldersgrupper som henholdsvis digitale immigranter (de ældre) og digitale indfødte (eleverne). Han mener, at forskellen findes i deres sprog. Digitale indfødte er vokset op med det digitale sprog og anderledes indlæringsmetoder, idet deres medieforbrug adskiller sig fra de digitale immigranter, som har skullet tillære sig sproget igennem voksenlivet. De ældre har så at sige en accent, som gør det svært for dem at aflæse de interaktive digitale implementeringer på Sæby Museum. I visse tilfælde er nogle immigranter bedre til at tilpasse sig end andre, og det skaber en yderligere dimension i forhold til museets doxa (Prensky, 2001). Udstillingens kurator, Jens Thidemann, tilhører med Prenskys ord en af de 'veltilpassede digitale immigranter' med fokus på at bringe museet ind i den digitale tidsalder, men måske er det hans 'digitale accent', der påvirker det endelige resultat, hvor eleverne ikke udviste den store interesse for *Arkæologiske Kasser* og *Bogen i Reolen*, hvor det sproglige indhold optræder som en relikv af en analog formidlingsform. Der-

til er *common sense* for museet og for de besøgende ikke den samme. Problemerne for de ældre besøgende i arkæologi og Tro bevidner om, at funktionaliteten, indholdet og spillereglerne betyder alt for oplevelsen. Resultaterne af interviewundersøgelserne viste således et tydeligt behov for bedre at blive taget hånd om allerede ved besøgets start (Bundgaard, 2014).

Udfordringerne ligger dog også, og ikke mindst, langt uden for et museums typiske rækkevidde som kulturinstitution. Med Bourdieu kan det hævdes, at symbolsk kapital er ressourcer af enhver art, som en gruppe kan bruge til at skabe sig et forspring i forhold til en anden gruppe. Finkultur eller den legitimerede kultur, som en museumsudstilling på et statsanerkendt museum må siges at være, er således kun i teorien tilgængelig for alle. I praksis bliver et sådant stykke kultur nemlig et vigtigt redskab for den dominerende classes arsenal for at bibeholde deres samfundsposition. Kulturelle aktiviteter er ikke ligeligt fordelt i befolkningen, da den er betinget af den enkeltes familiebaggrund og uddannelse. Det kan derfor være svært for personer med en lav uddannelse at afkode et museums genstande via tekstkrævende eller teknologisk avancerede installationer, hvis de ikke samtidigt er brugervenlige. Materialet er dog for spinkelt til at tale om egentlige klasse modsætninger i denne case. Snarere er modsætningsforholdene betinget af aldersforskelle, om det naturligvis er et element i det mulige skisma mellem etablerede versus udfordrende positioner i det felt, der udgøres af nutidens museumslandskab. I og med at Sæby Museum ikke har digitaliseret hele museet, er der flere positionelle muligheder på spil. Har Prensky ret i, at de unges indlæringsmåder har ændret sig, så er det et spørgsmål om tid før, at de nuværende unges heterodoksi og kulturelle kapital bliver det legitime på museumsfeltet generelt.

Konklusion

Sæby Museum har med Tro og Overtro imødekommet mange af Kulturministeriets anbefalinger og visioner for fremtidens museer, men nye brudflader i museumsfeltet er opstået. Denne undersøgelse har vist, at oplevelsen af middelalderkælderens i høj grad er betinget af, hvilken alder den besøgende har. Unge og ældre gæster har problemer med at afkode museets udstilling fuldt ud, da Sæby Museum kun delvist har implementeret interaktive digitale medier i deres formidling, og det skaber en vis forvirring i forhold til udstil-

lingen.. Sæby Museums intentioner har været gode, men i forsøget på at bringe museet ind i den digitale tidsalder har museet skabt en distancetilderes kernebrugere (50+) og samtidig har den digitale accent og de manglende brugsfunktioner skabt en barriere over for det yngre publikum. Det er en udfordring, som mange museer står overfor, når de kun delvist moderniserer ældre udstillinger, og det er en udfordring der får karakter af et uløst dilemma, når den valgte løsning så at sige sætter sig mellem to stole. På den ene side finder vi det modne publikum, der stadig forventer at blive oplyste og dannede, og på den anden side det af Kulturstyrelsen ombejlede yngre segment, der længe, hvis ikke altid, har været underrepræsenterede i danske museers besøgsstatistikker. Grunden hertil er ofte økonomisk betinget, men det er en helt anden diskussion.

De besøgende skiftede alle mellem at være formidlere, opdagelsesrejsende og oplevelsessøgende, og de tre brugertyper vil få deres behov opfyldt ved brug af interaktive digitale medier. Det kræver, at der er en klar og gennemskuelig formidlingsstrategi fra museets side, da særligt formålet med at lave en digital løsning i installationen *Arkæologiske Kasser* samt *Bogen i Reolen* ikke var tydelig. Denne uoverensstemmelse mellem intention og reception har en stor betydning for helheden af besøget, da det var tydeligt, at de unge bliver tiltrukket af nutidens medier, mens det modne publikum er mere optagne af den traditionelle del af formidlingen. Undersøgelsen har vist, at hvis interaktive digitale medier i fremtiden skal opnå succes på museerne, skal formidlingsstrategien og konceptet være gennemtænkt og detaljeret. Frontpersonalet skal informere de besøgende, hvis dele eller hele udstillingen består af digitale formidlingskanaler, så alle typer af besøgende klædes rigtigt på til den oplevelse, de har løst billet til.

Perspektiv

På baggrund af artiklens konklusioner kan følgende anbefalinger opstilles til museer, som bruger interaktive digitale medier i deres formidlingsstrategi.

1. Et gennemtænkt produkt
Hensigten og formålet skal være tydeligt for de besøgende. Indholdet skal være i overensstemmelse med mediet. Det er ikke nok at implementere touchscreens, hvis deres indhold er taget

fra traditionelle plancher. Mediet tilbyder flere muligheder, og de skal udnyttes.

2. En specifik målgruppe

Interaktive digitale medier er ikke nok til at aktivere de unge besøgende. Derfor kan det være en fordel, hvis de interaktive digitale medier bliver udarbejdet til en specifik målgruppe. Der er forskel på de besøgendes behov.

3. Klare tekniske og brugsmæssige elementer

De besøgende forventer, at det teknologiske design har features, som de kender fra andre medier. Mangel på dette eller nye symboler forvirrer dem.

4. Informér de besøgende om formidlingsstrategien.

Som en sidste lære må det fremhæves at frontpersonalet har en stor indflydelse på i hvor høj grad, de besøgende interagerer med de digitale medier. Derfor er det vigtigt, at de instrueres i, hvordan de bedst muligt kan rådgive i en interaktiv digital formidlingsform.

- De gule firkanter illustrerer touchscreens og i rum nummer fem arkæologiske kasser.
- De røde kryds illustrerer kameraernes placeringer.
- Mellem rum nummer syv og ni er en mindre gang, hvor der er skriftlige paratekster på plancher.
- Rum nummer otte er aktivitetsrum for børn, hvor der blandt andet kan findes udklædningsgenstande.



Referencer

- Bundgaard, Trine. 2014. *Interaktive digitale medier fra brugerperspektiv*. (Upubliceret specialeafhandling, Historiestudiet ved Aalborg Universitet, 2014).
- Bærenholdt, Jørgen Ole og Jon Sundbo. 2007. *Indledning: Den mangfoldige oplevelsesøkonomi*, I: (red.) Bærenholdt, Jørgen Ole og Jon Sundbo, *Oplevelsesøkonomi – produktion, forbrug, kultur*, (Samfundslitteratur 2007, 9-17).
- Damgaard, Camilla Bjerre, Sebastien Bigandt, Helle Jørgensen, Vinnie Nørskov og Ane Hejlskov Larsen. 2012. *Unge museumsbrug – En målgruppeundersøgelse af museernes unge brugere og ikke-brugere*, Kulturstyrelsen. http://www.kulturstyrelsen.dk/fileadmin/user_upload/kulturarv/publikationer/emneopdelt/museer/DAMVAD_endelig.pdf (Damgaard, Camilla et al., 2012)
- Falk, John. 2011. *Den museumsbesøgendes oplevelse: hvem kommer, hvorfor og med hvilke følger?*, I: (red.) Drotner, Kirsten og Christina Papsø Weber, Berit Anne Larsen og Anne Sophie Warberg Løssing. *Det interaktive museum*. Samfundslitteratur (Falk 2011, 27-40).
- Järvinen, Margaretha. 2007. *Pierre Bourdieu*, I: (red.) Andersen, Heine og Lars Bo Kaspersen. *Klassisk og moderne samfundsteori*. Han Reitzels Forlag.
- Kristiansen, Søren og Hanne Kathrine Krogstrup. 1999. *Deltagende observation – en introduktion til en forskningsmetodik*. Hans Reitzels Forlag.
- Kulturstyrelsen. 2009. *Digital museumsformidling i brugerperspektiv*. http://www.kulturstyrelsen.dk/publikationer/arkiv-kulturarvstyrelsen/singlevisning/artikel/digital_museumsformidling_i_brugerperspektiv/ (Kulturstyrelsen, 2009).
- Kulturstyrelsen. 2012. *National brugerundersøgelse*. http://issuu.com/kunststyrelsen/docs/brugerundersogelse_2012?e=1320125/2145797 (Kulturstyrelsen, 2012a).
- Kulturstyrelsen. 2011. *Udredning om fremtidens museumslandskab*. http://www.kulturstyrelsen.dk/publikationer/arkiv-kulturarvstyrelsen/singlevisning/artikel/udredning_om_fremtidens_museumslandskab/ (Kulturstyrelsen, 2011).
- Kulturstyrelsen. 2012 *Unge og Museer – en best practice publikation*. http://www.kulturstyrelsen.dk/fileadmin/user_upload/kultur-

[arv/publikationer/emneopdelt/museer/Unge_og_museer_til_netnet_2601.pdf](#) (Kulturstyrelsen 2012b).

- Mortensen, Christian Hviid og Vitus Vestergaard. 2011. *Ordet er frit – og dit*, I: (red.) Drotner, Kirsten og Christina Papsø Weber, Berit Anne Larsen og Anne Sophie Warberg Løssing, Det interaktive museum. Samfundslitteratur. (Mortensen 2011,43-60).
- Prensky, Marc. 2001. *Digital Natives, Digital Immigrants*, I: On the Horizon, MCB University Press, Vol. 9 No. 5, Oktober 2001. (Prensky, 2001).
- Rasmussen, Tove A. 2007. *Oplevelsesøkonomien og dens grænser*, I: (red.) Bærenholdt, Jørgen Ole og Jon Sundbo, Oplevelsesøkonomi - produktion, forbrug, kultur. Samfundslitteratur. (Rasmussen 2007, 51-66).
- Rudloff, Maja. 2011. *Væggen: digitale, interaktive oplevelser i et byrum*, I: (red.) Drotner, Kirsten og Christina Papsø Weber, Berit Anne Larsen og Anne Sophie Warberg Løssing, Det interaktive museum. Samfundslitteratur. (Rudloff 2011, 79-99).
- Skot-Hansen, Dorte. 2010. *Museerne i den danske oplevelsesøkonomi – når oplysning bliver til en oplevelse*. Samfundslitteratur. (Skot-Hansen, 2010).