

DIGITALE FORMATER I MUSEUMSPRAKSIS





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

KØN GENDER
MUSEUM
DENMARK

onderwijs
museum

Best Practice Guide: "Digitale formater i museumspraksis"
Udgivet i oktober 2025 (findes også i versioner på engelsk
og nederlandsk)

Small scale partnership mellem KØN – Gender
Museum Denmark og National Museum of Education
(Nederlandene)

DATE - Democratizing Accessibility To Knowledge Through
Digitalization: Engaging Youth.

Projektperiode: 01.08.24 – 31.10.25

Fra KØN:

Simone Due Rasmussen

Pernille Albrechtsen

Johanne MacDonald

Fra NME:

Juulthe Slotema

Sofie Dietvorst

Foto: Hvis ikke andet er angivet tilhører
billedrettighederne KØN og NME.

Finansieret af den Europæiske Union under Erasmus+.
Synspunkter og holdninger, der kommer til udtryk,
er udelukkende forfatterens/forfatternes og er ikke
nøvendigvis udtryk for Den Europæiske Unions eller Det
Europæiske Forvaltningsorgan for Uddannelse og Kulturs
(EACEA) officielle holdning. Hverken den Europæiske
Union eller EACEA kan holdes ansvarlig herfor.

INDHOLD

INDLEDNING	4
Målgrupppen	4
KAPITEL 1: DIGITAL FORMIDLING MED BRANDARKETYPER	5
Gentænkning af museets kommunikation på sociale medier	5
Læring gennem praksis	7
Opsummerede anbefalinger	8
KAPITEL 2: OPSÆTNING AF DIGITALT Udstyr	9
Fast studie	9
Bæredygtighed	11
Mobilt studie	11
Den mest grundlæggende opsætning	13
Opsummerede anbefalinger	13
KAPITEL 3: INTERAKTIV LIVE-UNDERVISNING	14
Hvorfor live undervisning?	14
Research og forberedelse	14
Didaktik og format	15
Lærerens rolle i klasselokalet	15
Udvikling af undervisningsforløb: Tilpasning af eksisterende forløb	16
Udvikling af undervisningsforløb: Originale live-forløb	16
Erfaringer med live-undervisning	17
Opsummerede anbefalinger	18
KAPITEL 4: PODCAST I ET TRYGGERE OPTAGERUM	19
Etablering af kontakt med mulige deltagere	19
Et trygtere interviewrum	20
Efter interviews	21
Opsummerede anbefalinger	21

INDLEDNING

Denne Best Practice Guide er udarbejdet i samarbejde mellem KØN – Museum for kønnenes kulturhistorie i Aarhus, Danmark, og Nationaal Onderwijsmuseum (National Museum of Education, NME) i Dordrecht, Nederlandene.

Begge museer arbejder med kulturhistorien. For KØN gælder det kønnenes kulturhistorie i en dansk sammenhæng, mens NME beskæftiger sig med uddannelsens og skolens kulturhistorie i Nederlandene.

Samtlige aktiviteter og erfaringer, der beskrives i denne guide, er blevet til i det EU kalder et small scale partnership (småskala partnerskab) i Erasmus+ regi. Under projekttitlen DATE - Democratizing Accessibility To Knowledge Through Digitalization: Engaging Youth har de to museer fået mulighed for at udvikle og afprøve nye digitale formater, der styrker unges adgang til kulturarv og læring – særligt i geografiske yderområder. Dette har skabt tid og rammer for at eksperimentere på en måde, hvor det ikke var resultaterne men erfaringerne, der var hovedformålet. Dette har ledt til en række værdifulde indsigter, som vi her ønsker at dele med andre kulturinstitutioner, der er nysgerrige på at udvikle deres digitale formater for at nå en ungemålgruppe.

I hvert kapitel deler vi vores oplevelser og samler til sidst de vigtigste anbefalinger, vi ønsker at give videre. Kapitlerne kan læses hver for sig, så du kan dykke ned i netop det, du er nysgerrig på. Dog anbefaler vi, at man læser 2. og 3. kapitel i forlængelse af hinanden.

Du har her fået fat i den danske udgave af guiden. Der findes også en udgave på engelsk og nederlandsk.

Målgruppen

Målgruppen for DATE Projektet var unge i Europa, fra teenagere til unge voksne. Dette er en indlysende bred målgruppe, men et fælles træk, vi har valgt at fokusere på er, at det digitale spiller en central rolle i hverdagen for størstedelen af disse personer. Denne målgruppes opvækst har været præget af teknologiske fremskridt og for os har det været særligt interessant at tage udgangspunkt i, hvordan sociale bevægelser som #MeToo og Black Lives Matter har vist, hvordan mange unge i dag bruger digitale platforme som arena for både fællesskab og forandring.

For KØN og NME betød det, at vi ønskede at møde de unge dér, hvor de allerede befinder sig, nemlig digitalt. Derfor blev det relevant for NME at gentænke deres SoMe-strategi, for at skabe reel dialog og relation til unge brugere. Ligesom det for KØN blev en prioritet at producere podcasts for, med og om unge. For begge museer blev det oplagt at lave et digitalt set-up til produktion af digitalt indhold, som kan nå unge både som skoleelever og som fritidspersoner, uanset geografisk placering.

Selvom projektet tager udgangspunkt i denne målgruppe, rummer erfaringerne perspektiver, der kan anvendes i andre sammenhænge på kulturinstitutioner.



Sofie and Juultje (NME), Pernille and Simone (KØN)

KAPITEL 1: DIGITAL FORMIDLING MED BRANDARKETYPER

I dette kapitel vil Nationaal Onderwijsmuseum (National Museum of Education, NME) dele deres erfaringer med at gentænke museets kommunikation på sociale medier. Kapitlet tager udgangspunkt i en proces, hvor museet stillede spørgsmålet: Hvad vil vi egentlig opnå med vores digitale tilstedeværelse – og hvorfor?

Gennem analyse, refleksion og samarbejde med eksterne eksperter har NME udviklet en mere målrettet og meningsfuld tilgang til deres online kommunikation. Kapitlet beskriver arbejdet med at skabe klarhed, definere museets stemme og bruge brandarketyper som redskab til storytelling.

Gentænkning af museets kommunikation på sociale medier

Det kan ofte være komplekst at kommunikere som museum. Det skyldes den store mangfoldighed blandt museets målgrupper samt de mange afdelinger og ansvarsområder internt i institutionen. Disse forskellige kommunikationsbehov overlapper ofte, især på sociale medier. Derfor er det vigtigt at definere tydeligt, hvad man ønsker at dele – og hvorfor.

Det første skridt var at analysere vores nuværende output på sociale medier. Denne analyse resulterede i flere konklusioner:

- Begrænset interaktion med følgere
- Overvejende envejskommunikation
- Indholdskategorier, der i høj grad afspejlede museets interne struktur (f.eks. udstillinger, aktiviteter, café og samling)
- De fleste opslag havde som mål at tiltrække fysiske besøgende til museet

Analysen fik os til at spørge os selv: Er dette virkelig den mest effektive tilgang? Hvad ønsker vi egentlig at opnå med vores kanaler på sociale medier?

Herpå indså vi, at vi ønskede at skabe mere interaktion, og at øget besøgstal ikke burde

være det eneste formål med vores opslag.

Det stod også klart, at vi manglede ekspertise til selv at foretage dette skift. Derfor besluttede vi at booke en workshop med et eksternt bureau for at udforske nye retninger og udvikle en mere målrettet strategi for vores kommunikation på sociale medier.



Før vi begyndte at designe konkrete indholdsformater eller tilbagevendende kategorier, understregede bureauet vigtigheden af at besvare nogle mere grundlæggende spørgsmål:

Hvilken historie ønsker museet at fortælle gennem sine digitale kanaler – og hvorfor? Hvem prøver vi at nå, og hvilken handling eller form for engagement ønsker vi at vække hos den målgruppe?

Dette trin skabte klarhed og retning, hvilket var helt afgørende i en overvældende og konstant voksende verden af indholdsproduktion. Uden klare rammer og mål er det let at miste fokus og ende i reaktiv kommunikation i stedet for at opbygge en sammenhængende strategi.

Vi begyndte at brainstorme. Hvad gør vi allerede godt? Hvad er værd at bevare? Og hvad skal vi give slip på? Samtidig blev vi opfordret til at drømme stort!

Derefter opstillede vi flere kerneformål for NME:

- a) At skabe meningsfuldt indhold, der fortæller historien om vores formidling og pædagogiske mission
- b) At give museet en genkendelig og relaterbar stemme
- c) At udvikle en indholdscyklus med fire nøgleprincipper: Inspirere, informere, aktivere og formidle stemning

Som museum ønsker vi, at vores publikum skal føle sig set og forstået. Vores mål er at bringe museet tættere på dem, ikke kun geografisk, men også følelsesmæssigt og intellektuelt.

Derudover ønsker vi at tilbyde indhold, der reelt skaber værdi, og sikre, at vores kommunikation er tilgængelig og imødekommende for alle målgrupper.

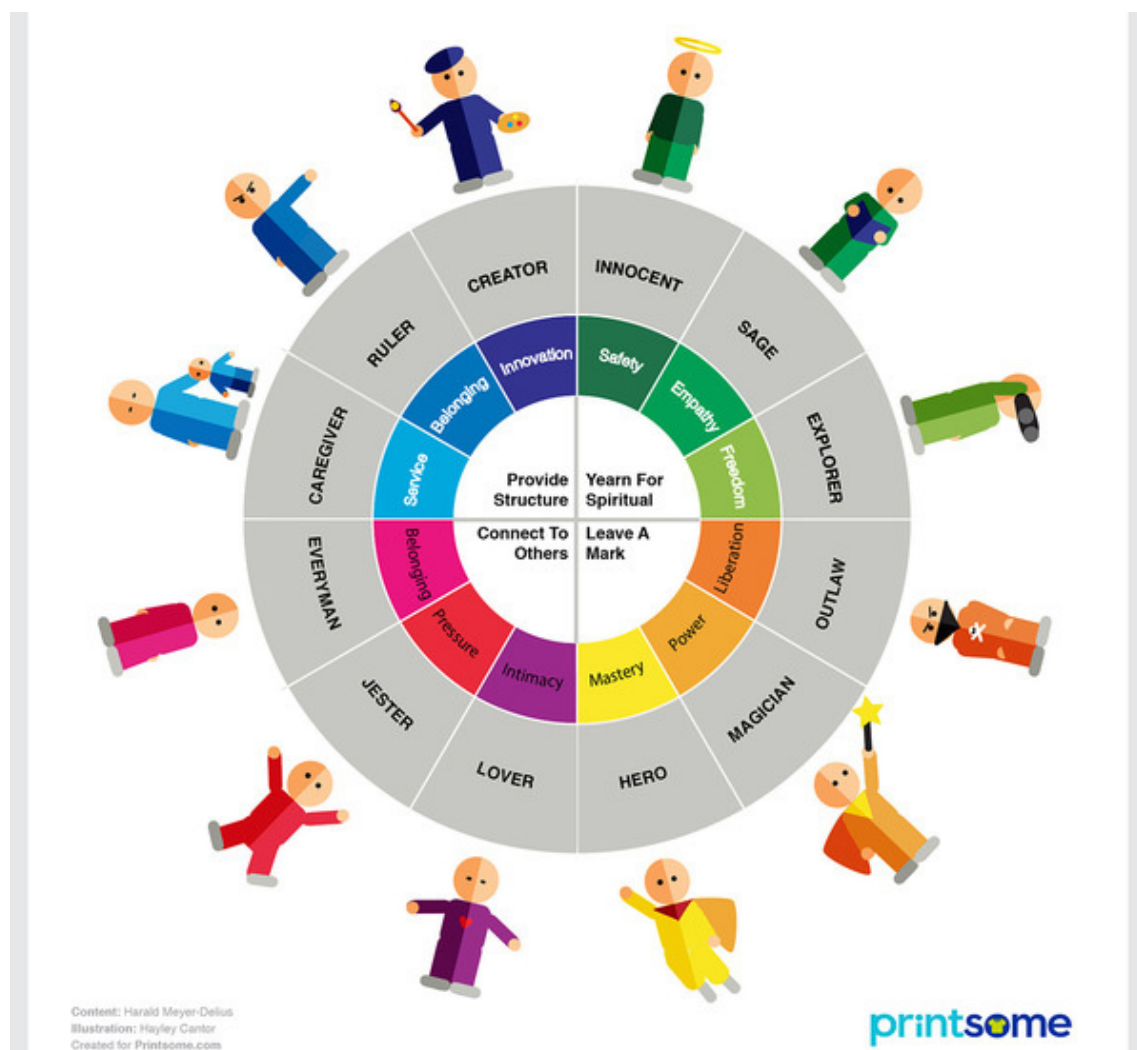
For at definere museets tone og personlighed online, udforskede vi relevante brandarketyper (skabt af psykologen Carl Jung).

De tre, der resonerede mest med NME, var:

- a) The Ruler – skaber fællesskab, udviser ansvarlighed, opnår respekt
- b) The Sage – fokuseret på viden, struktur og klarhed
- c) The Everyman – empatisk, ydmyg og relaterbar

Herefter kortlagde vi den foretrukne kommunikationsstil, passende indholdstyper og de bedst egnede kanaler for hver arketype.

På tværs af alle udtryk forblev vores overordnede mål de samme, nemlig at inspirere, informere, aktivere og formidle stemning.



Læring gennem praksis

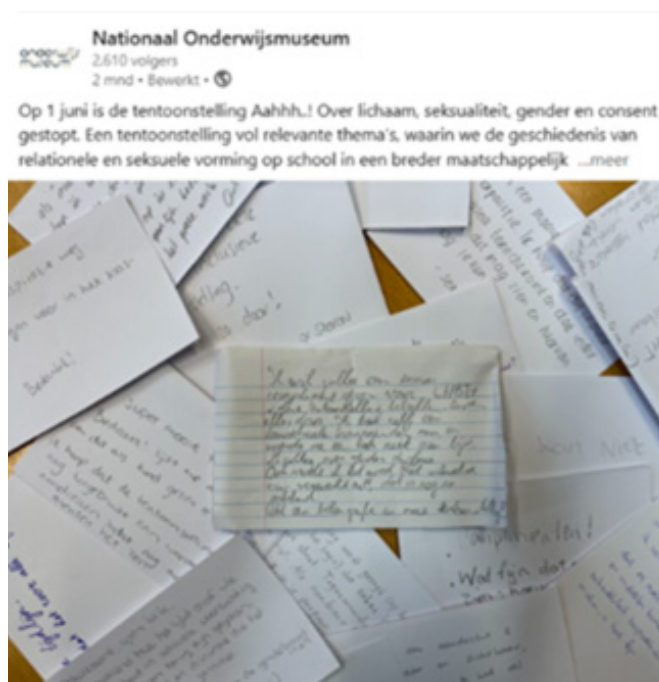
Dette projekt gav os mulighed for at lære og vi tror på princippet learning by doing.

Den første reelle test af vores nye indholdsstrategi var udstillingen Aahhh...!, et projekt hvor vi bevidst fokuserede på interaktion, både fysisk og online.

Selvom den fysiske udstilling nu er afsluttet, ønsker vi at bevare og videreformidle dens vigtigste temaer og indsigter.

Til det formål bruger vi de definerede arketyper som ramme for vores kommunikation. Dette gør det muligt for os at teste, hvordan hver arketype resonerer med forskellige målgrupper, og hvilke indholdstyper der fungerer bedst.

Ved at eksperimentere i realtid opbygger vi værdifuld erfaring og udvikler en bæredygtig strategi for fremtidig digital historiefortælling.



Ovenfor ses et eksempel fra LinkedIn, hvor vi kommunikerer med arketypen The Sage:

“ Den 1. juni sluttede udstillingen Aahhh...! om krop, seksualitet, køn og samtykke. Det var en udstilling fyldt med aktuelle temaer, hvor vi satte historien om køns- og

seksualundervisning i skoler ind i en bredere samfundsdebat. Udoover et omfattende eventprogram indeholdt udstillingen også et undervisningsprogram for elever og fagfolk. Det er nemlig vigtigt – og nogle gange svært – at give børn og unge en positiv seksualundervisning.

Derfor fortsætter vi arbejdet med emnet efter udstillingens afslutning. Fra september afholder vi en række webinarer, hvor vi hver uge fokuserer på ét tema. Som i udstillingen ser vi på oprindelsen af vores tankegange, påvirkningen fra vores egen opvækst og erfaringer – og giver praktiske redskaber til undervisningen. På den måde støtter vi (kommende) lærere i at give en åben, inkluderende og tryk undervisning.

På Instagram delte vi en reel med arketypen The Everyman:

“ Aahhh...! slutter den 1. juni... ..men samtalen fortsætter.
Mission fuldført: At sætte gang i samtalen om krop, seksualitet, køn og samtykke! Tusindvis af besøgende – mange elever og lærere – personlige historier og utallige workshops.
Behovet for dialog om mangfoldighed og inklusion er tydeligt.
Vi fortsætter samtalen. Hvordan? Følg med!



Opsummerede anbefalinger

- 1 Start med et klart formål**
Før I producerer indhold, bør I stille jer selv spørgsmålet: Hvad vil vi opnå – og hvorfor? En tydelig intention sikrer sammenhæng og retning i jeres kommunikation.
- 2 Kend jeres målgrupper**
Brug tid på at forstå, hvem I ønsker at nå, og hvordan de bedst engageres.
- 3 Arbejd med en tydelig stemme**
En klar og genkendelig tone gør museet mere relaterbart. Brandarketyper kan være et effektivt redskab til at skabe konsistens på tværs af platforme.
- 4 Lær gennem praksis**
Brug jeres sociale medier til at teste, justere og gentage. Erfaringerne herfra kan danne grundlag for en bæredygtig og langsigtet digital strategi.
- 5 Involver kolleger**
En fælles forståelse af formål, tone og målgrupper gør kommunikationen stærkere og skaber ejerskab på tværs af museet.

KAPITEL 2: OPSÆTNING AF DIGITALT UDSTYR

At skabe indhold kræver ikke kun tid, men også plads. Særligt når indholdet produceres fysisk, som for eksempel podcasts eller live-undervisning. Begge dele kræver plads til teknisk udstyr som mikrofoner, kameraer og computere.

For både KØN og NME gælder det, at plads er en mangelvare. Derfor måtte vi nøje overveje, hvordan og hvor meget vi ville afsætte plads til produktion af digitalt indhold.

De to museer fandt to forskellige løsninger på dette, hvilket vi vil præsentere i dette kapitel. KØN valgte at etablere et fast studie i et lokale i museets administrationsbygning. NME valgte i stedet at skabe en mobil opsætning, der kunne flyttes og tilpasses alt efter plads, aktivitet og formål.

Fast studie

Hos KØN prioriterede vi at etablere et permanent studie til produktion af digitalt indhold. Først og fremmest var formålet med studiet at skabe et uforstyrret rum, hvorfra vi kunne sende vores live undervisning. Da kvadratmeter er en begrænset ressource, ønskede vi samtidig at indrette studiet fleksibelt, så det kunne anvendes til flere formål. Dette kunne være optagelser til sociale medier, kommende udstillinger og podcasts samt afholdelse af webinarer eller andre uforudsete behov.

I designprocessen fik KØN ekstern sparring på, hvordan indretningen kunne understøtte de forskellige funktioner. Samme firma leverede også reolmoduler og lydisolering.



Indretning af det område, der filmes af kameraet til live-undervisning, var inspireret af et område på museet, hvor en masse museumsgenstande er udstillet i en gul reol. Dette område fungerer særdeles godt i den undervisning, der foregår fysisk i museets udstillinger. Derfor ønskede vi at bringe dette ind i vores online undervisning, ved at bygge en tilsvarende reol. Denne reol blev bygget af moduler, der er nemme at flytte, hvilket skaber en fleksibilitet i studiet.

På en anden væg valgte vi at hænge lydisolering, som samtidig kunne fungere som en afdæmpet og ensfarvet baggrund til eksempelvis videooptagelser ligesom isoleringen skabte en god lydkulisse til optagelser af podcasts.

Det var altså afgørende, at vi havde gjort os nogle tanker om, hvordan undervisningen og andre aktiviteter fra studiet skulle foregå, inden vi påbegyndte opbygningen.

Det samme gjorde sig gældende for indkøb af digitalt udstyr. For ikke at indkøbe enheder, vi ikke ville få brug for, have vi overvejet undervisningens forløb og de greb, vi ville benytte os af, inden vi valgte hvilken hardware, vi ville anskaffe.

Vi anskaffede et videokamera, der kunne streame direkte til computeren og dermed til det pågældende klasselokale. Dette kamera

skulle være af en sådan kvalitet, at billedet stod skarpt hos eleverne. Vi prioriterede ikke at købe et mere avanceret kamera, der eksempelvis kunne følge formidleren eller at have flere kameraer, der kunne filme fra forskellige vinkler, da dette ikke var afgørende for den undervisning, vi ville udvikle. Hertil købte vi et mobilt stativ, kameraet kunne monteres i og som fik en afmærket plads til live-undervisning, men som også kan flyttes til andre formål. Det blev også relevant at indkøbe optagelamper, for at få et godt lys på formidleren og genstandene i rummet.

Ved hjælp af en touchskærm blev det muligt for formidleren nemt at vise billeder, vigtige ord eller infografik, der gjorde øvelser lette at forklare for formidleren og dermed forståelige for eleverne.

Vi købte også en mindre computer, en brugt MacBook Air, til supplerende visning af undervisningsmaterialer og digitale interaktive værktøjer som Mentimeter, Padlet og lignende.

Vi købte en brugt ATEM Mini Pro, der gjorde det nemt for formidleren at monitorere, hvad der vises på skærmen hos eleverne. Man kan eksempelvis vise indholdet fra føromtalt MacBook Air imens man som formidler figurerer i et mindre vindue nede i hjørnet af skærmen. Dette sikrer, at eleverne



hele tiden kan se formidleren og nedsætter forstyrrelser fra skift mellem det ene og andet input.

Vi ville sikre, at eleverne kunne høre formidleren klart og tydeligt, hvilket førte til indkøb af et par trådløse RØDE mikrofoner. Vi købte to, så det vil være muligt at to personer kan indgå i en samtale på forskellige videooptagelser eller et webinar.

Det var vigtigt for os, at formidleren kunne se eleverne tydeligt, hvorfor det blev relevant med en stor skærm, som live videoen fra klasselokalet kan vises på. Hermed har formidleren god udsigt til, hvad der foregår i klasselokalet hos de elever, der sendes live til. Denne fungerer samtidigt godt til at redigere videooptagelser og podcastafsnit.

Bæredygtighed

Ved opbygningen af et nyt studie er anskaffelsen af elektronisk udstyr en af de faktorer, der har størst negativ miljøpåvirkning. Derfor prioriterede vi bæredygtighed i bred forstand allerede i planlægningsfasen.

Det betød, at vi genbrugte eksisterende digitalt udstyr, som museet allerede havde og købte brugt elektronik, når det var muligt.

Desuden valgte vi bæredygtige løsninger til den øvrige indretning:

- a) Gulvtæppe lavet af genanvendte plastfibre
- b) Lydisolering fremstillet af genbrugte plastflasker
- c) Miljøcertificeret maling
- d) Fleksible udstillingsmoduler af FSC-certificeret pap
- e) Møbler fundet blandt museets ejendele

Vi købte kun nyt eller let brugt udstyr, når det var nødvendigt. Denne proces reducerede ikke kun projektets klimabelastning, men gav også museet nyttig viden og kontakter til fremtidige bæredygtige projekter.

Mobilt studie

En anden løsning på pladsmangel er at bygge et mobilt studie. Hos NME valgte vi at samle alt udstyret i et rullende skab, der kan flyttes rundt på museet.

For at afsøge vores behov, kontaktede vi museer, der allerede arbejdede med live undervisning. Vi besøgte blandt andet Rijksmuseum van Oudheden (Nationalmuseet for Antikviteter i Nederlandene), hvor vi overværede en live lektion, som ses herunder.



Deres opsætning bestod af:

- a) Et stort digitalt whiteboard
- b) Et kamera, der automatisk fulgte underviseren rundt i rummet
- c) En ekstra computer
- d) Et rullende skab med alt digitalt udstyr integreret og forbundet



Efter besøget stod det dog klart, at denne løsning ikke ville fungere hos NME – dels fordi vi manglede plads til et permanent studie, dels fordi vi ikke havde midlerne til en så omfattende installation.

Med hjælp fra vores tekniske samarbejdspartner designede vi en mobil opsætning, der kunne samles og bruges hvor som helst.

Den bestod af:

- a) 2 Sony kameraer
- b) 2 kamerastativer
- c) 1 ATEM Mini Pro
- d) 1 mikrofon (enten med ledning eller

trådløs, med Sennheiser eW100)

- e) 1 sæt høretelefoner
- f) 1 computer til PowerPoint-præsentationer
- g) 1 bærbar computer med Microsoft Office og ATEM-software
- h) 2 separate skærme – én til underviseren og én til teknisk support
- i) 1 "ring light" til ekstra belysning

Denne opsætning var tilstrækkelig til vores behov og gjorde det muligt at skifte mellem kameraer, så eleverne fik både nærbilleder af genstande og forskellige perspektiver.

Dog viste det sig, at opsætningen var arbejdskrævende – både ved opsætning, nedtagning og under selve undervisningen. Der skulle altid være to medarbejdere til stede, hvilket gjorde løsningen mindre økonomisk holdbar.

For at kunne tilbyde live undervisning til en rimelig pris besluttede vi at nedskalere til en mere enkel version, der indeholdt:

- a) 1 kamera
- b) 1 kamerastativ
- c) 1 ATEM Mini
- d) 1 mikrofon med ledning
- e) 1 bærbar computer
- f) 1 skærm.

Denne version kunne håndteres af én museumsformidler, men gav stadig en god og interaktiv oplevelse.



Den mest grundlæggende opsætning

Hvis man vil starte med at afprøve live-undervisning og har et meget lille budget, kan man starte med en helt basal opsætning.

Egentlig kan man nøjes med én bærbar computer for at etablere kontakt med klassen.

Det indbyggede kamera gør det muligt for eleverne at se underviseren, som kan vise museumsgenstande direkte. Ved at dele skærmen kan underviseren vise billeder, PowerPoint-præsentationer og detaljerede objekter.

Denne simple løsning kan betjenes af næsten enhver museumsunderviser og er den mest budgetvenlige måde at komme i gang på.

Hvis efterspørgslen stiger, kan opsætningen gradvist udbygges i denne rækkefølge:

- a) Et eksternt kamera
- b) En ekstra skærm
- c) Et videomix-panel

Dette gør det muligt at skifte mellem forskellige kameravinkler, så eleverne kan se både underviseren og nærbilleder af objekter. Det kræver dog ekstra software og oplæring af personalet.

En løbende udbygning af opsætningen giver flere muligheder for interaktion og en mere varieret og engagerende undervisning. Ulempen ved den mobile løsning er dog, at opsætning og nedtagning tager tid. En delvist mobil opsætning kan være en god mellemvej.

En anden vigtig overvejelse er underviserens digitale kompetencer: Har de tilstrækkelig teknisk viden til at betjene udstyret? Og hvad sker der, hvis der opstår fejl? Det kan være nødvendigt at afsætte tid og budget til oplæring og fremstilling af retningslinjer.

Opsummerede anbefalinger

- 1** Sørg for, at opsætningen matcher jeres behov
Tag højde for de fysiske rammer, hvor mange personer der skal kunne betjene udstyret, målgruppen og læringsmålene. Overvej også, hvor ofte I vil benytte jer af jeres opsætning.
- 2** Tænk langsigtet
Uanset om I bygger et fast studie eller en mobil løsning, så planlæg med fremtiden for øje – kan opsætningen også bruges af andre afdelinger eller projekter? Og er det fleksibelt nok til at rumme eventuelle behov, I endnu ikke har tænkt på?
- 3** Tænk bæredygtigt på flere måder
En miljøvenlig opsætning kan både spare penge og reducere det negative aftryk på klima og miljø. Tænk også bæredygtigt i organisationen. Brug med fordel studiet som et testmiljø for holdbare løsninger, der kan genanvendes i kommende projekter.
- 4** Priorité god oplæring
Uanset om det er museumsformidlere, frivillige eller kolleger, så sørg for, at alle ved, hvordan udstyret bruges – det sikrer både kvalitet og kontinuitet.

KAPITEL 3: INTERAKTIV LIVE-UNDERVISNING

Dette kapitel handler om interaktiv live-undervisning på museer og bygger på vores erfaringer med at udvikle og afprøve denne undervisningsform.

Vi definerer interaktiv live-undervisning som digitale læringsrum, hvor museet fungerer som afsender, og en enkelt skoleklasse som modtager. En museumsunderviser "besøger klassen virtuelt" ved at optræde på en skærm eller væg via projektor, og eleverne interagerer direkte med underviseren. Det er altså hverken optaget på forhånd eller envejskommunikation.

Hvorfor live-undervisning?

Tilgængelighed handler om mere end blot den fysiske adgang til det, vi som kulturinstitutioner tilbyder vores besøgende. Det handler også om, hvor lette disse tilbud er at tilgå på andre parametre: Er de geografisk tilgængelige? Økonomisk overkommelige? Tidsmæssigt realistiske?

Om der svares ja eller nej på disse spørgsmål afhænger af skolens økonomi og beliggenhed.



Den vigtigste grund til, at KØN og NME kastede sig ud i at eksperimentere med live-undervisning, var ønsket om at nå ud til elever fjernt fra museet – især for at nedbringe skolernes rejseomkostninger. Lokale skoler kan nemt besøge museet, nogle endda på cykel, men for skoler længere væk

kan transporten tage flere timer og betyde en hel skoledag væk fra undervisningen, hvilket er omkostningsfuld i lærertimer og justering af skemaer. Med live-undervisning ønskede vi at tilbyde et alternativ, der blot optog den tid, der reelt gik til undervisning.

Research og forberedelse

Det første skridt i arbejdet med at skabe live-undervisning var at undersøge, hvordan andre havde gjort. Vi taler her om lavpraktisk research: At finde inspiration online, søge på forskellige begreber og opsøge både museer og organisationer, der arbejder med digitale undervisningsformater – også uden for museumsverdenen. Hvad vi kalder live-undervisning kan for eksempel hedde tour, virtual visit eller digitalt feltbesøg et andet sted. Vi kontaktede flere organisationer og fik lov at deltage i deres live-undervisning, herunder hos et vandforsyningsselskab i Danmark og et museum i USA. Det viste os, hvor meget man kan lære af andre brancher og lande, der kan have forskellige tilgange til digitalisering og undervisning.

Næste skridt var at definere målgruppen. For både KØN og NME var det oplagt at fokusere på grundskolens mellemtrin og udskoling i Danmark og hvad der sbarede til dette i Nederlandene. Formålet var at tilbyde undervisning inden for museets kerneområder.

Ved at definere målgruppen og læringsmålene fra starten kunne vi designe et digitalt læringsrum, der passede til elevernes alder og behov. Her var det bestemt en fordel for begge museer, at vi havde erfaring med at skabe læringsindhold til denne målgruppe fra en anden sammenhæng. Hvis man ikke har dette, anbefaler vi, at man starter med at undersøge målgruppen grundigt.

Hvis man som os allerede laver fysiske undervisningsforløb anbefaler vi, at man

trækker på den viden man har, men samtidig har øje for forskellene mellem de fysiske og digitale rum.

Didaktik og format

En vigtig læring fra vores research var, at interaktivitet er altafgørende. Vi så flere eksempler på digitale oplæg, der fungerede mere som foredrag, hvor elevernes engagement var dalende.

Vi ønskede at aktivere klasserne for at skabe tovejskommunikation, hvor eleverne ikke blot lytter, men også deltager aktivt. Vores erfaring fra undervisning i udstillingerne er, at det styrker læringen og gør undervisningen mere relevant for eleverne, når deres tanker og erfaringer inddrages. Dette opnås gennem åbne spørgsmål, dialog og gruppeøvelser. Derudover var det også vigtigt for os som undervisere at modtage input fra eleverne. Dermed kan vi tage notits af, hvordan eleverne reagerer på emnerne, om de kan relatere til dem og om de finder det interessant eller ej og løbende justere os ind på netop det, der fanger dem.

Denne tilgang afspejler den måde, både KØN og NME arbejder med formidling i vores fysiske udstillinger på: Vi peger ikke blot på genstande og holder enetaler, men inviterer eleverne til dialog og refleksion.

At overføre denne pædagogiske og didaktiske erfaring til det digitale rum

blev derfor et centralt princip: Live-undervisningen skal være interaktiv og dialogbaseret, ikke en forelæsning eleverne passivt skal forsøge at følge med i.

Læreren rolle i klasselokalet

Under testfasen blev det tydeligt, at klasselæreren spiller en afgørende rolle for, om live-undervisningen lykkes.

Når en skole tilmeldes, informerer vi læreren om at de skal have software som Zoom eller Teams downloadet og klar på forhånd. Vi giver dem også besked om, at vi skal kunne se hele klassen gennem deres kamera. Det er en klar fordel at læreren ved dette inden I "mødes" online, så de har mulighed for at skaffe de nødvendige enheder. Aftal dog alligevel at læreren logger på nogle minutter inden klassen er klar. Her kan læreren og museumsformidleren sammen justere billede og lyd, så det fungerer, når undervisningen starter. Når alt fungerer, kan underviser og elever se og tale med hinanden direkte.

Da teknikken i nogle tilfælde kan være mangelfuld, er det vigtigt at læreren forstår sin opgave som facilitator. Læreren kan bidrage ved at sikre ro og styre diskussioner samt udpege de elever, der markerer og hjælpe med at afvikle øvelser.

Hvis der er tid og ressourcer til det, anbefaler vi et testmøde mellem museum og skole forud for undervisningen.



Udvikling af undervisningsforløb: Tilpasning af eksisterende forløb

Der er flere måder at udvikle sit digitale læringsindhold på. Hos NME valgte vi at tage udgangspunkt i et eksisterende undervisningsforløb, Zo ging het vroeger op school (Sådan gik det til i skolen i gamle dage), der udbydes til 4-12 årige på museet. Vi valgte at tilpasse forløbet i en digital udgave, der henvendte sig til elever i 3.-6. klasse (ca. 8-12 år).

I udviklingen undersøgte vi, hvad andre institutioner gjorde for samme målgruppe, hvilke metoder der fungerede, og hvordan elevernes adfærd adskilte sig online fra det fysiske museumsbesøg. Vi vurderede hvilke elementer, der kunne oversættes til det digitale, hvilke der måtte ændres og hvor det digitale kunne tilføje noget. Derpå nåede vi frem til en række punkter, der var vigtige for os at have med i vores live-undervisning:

- a) En oplevelse af nærhed til museet trods afstanden
- b) En relation til museumsformidleren
- c) Høj grad af interaktivitet
- d) Variation mellem at lytte og gøre
- e) Variation i de berørte emner
- f) Forskellige typer af opgaver
- g) Tid og rum til at reflektere over det lærte
- h) Fleksibilitet til at forkorte lektionen eller droppe enkelte emner om nødvendigt.
- i) Mulighed for spørgsmål fra eleverne

For at bringe museet endnu tættere på eleverne, arbejdede vi i de første undervisningsforløb med en

undervisningskasse. Den indeholdt flere kopier af museumsgenstande, som vi viste og talte om under live-undervisningen. Indledningsvist kom en lærer og afhentede kassen. Dog lå de fleste skoler for langt væk til, at dette var muligt. I stedet sendte vi derfor en mindre version med udvalgte genstande med posten. Efter nogle lektioner valgte vi dog at opgive idéen. Omkostningerne blev for høje, og desuden blev materialerne ikke altid returneret, hvilket krævede ekstra tid og ressourcer at følge op på. Heldigvis fungerer undervisningsforløbet også rigtig godt uden de fysiske materialer.

Fordelene ved at oversætte et allerede eksisterende forløb er, at vi som museumsformidlere allerede kendte forløbet og er hjemmевant i de emner, det omhandler. Derudover er det enkelt for læreren at læse om forløbet og beslutte om man ønsker en udgave på museet eller en live version.

Udvikling af undervisningsforløb: Originale live-forløb

Hos KØN valgte vi at udvikle helt nye undervisningsforløb indenfor live-formatet. Vi designede to nye forløb henvendt til 7.-10. klasse (ca. 12-15 år). Dette betød at vi havde mulighed for først at se på de muligheder og begrænsninger, live-undervisning medfører og dernæst bygge et forløb op omkring dette.

Indledningsvist formulerede vi nogle grundelementer, som hvert forløb skulle indeholde:



- a) Viden om museet og vores arbejde
- b) Interaktive elementer
- c) Interaktion og dialog mellem eleverne og formidleren
- d) Tid til refleksion i par eller grupper
- e) Gruppearbejde, der efterfølgende præsenteres i plenum
- f) Korte opfriskende elementer

Vi udviklede et pilotforløb kaldet Hvad f*ck er feminisme?, som vi afprøvede med forskellige skoler og klassetrin. Formålet med forløbet var at give eleverne et historisk overblik over 1.- og 2. bølge-feminisme hvorefter de fik anledning til at reflektere over, hvad feminisme betyder for alle køn i dag.

Øvelserne var designet til at skabe bevægelse og engagement. Eksempelvis lod vi eleverne svare på en række spørgsmål ved at placere sig på en skala i rummet.

Vi brugte også Mentimeter til at indsamle svar og refleksioner, så underviseren kunne reagere direkte på elevernes input. Dette skabte en mulighed for at eleverne kunne svare anonymt og uden at skulle tale foran hele klassen, hvilket vi ikke benytter os af i vores fysiske undervisning.

Fordelene ved at skabe et nyt forløb med live-undervisning for øje var, at vi kunne tilpasse indhold og øvelser efter netop de muligheder, der åbnede sig med de digitale værktøjer. Til gengæld har det været mere tidskrævende at opfinde et nyt forløb og tilpasse vidensniveauet til målgruppen. Dog har vi alligevel trukket på vores viden og erfaring fra vores fysiske forløb.

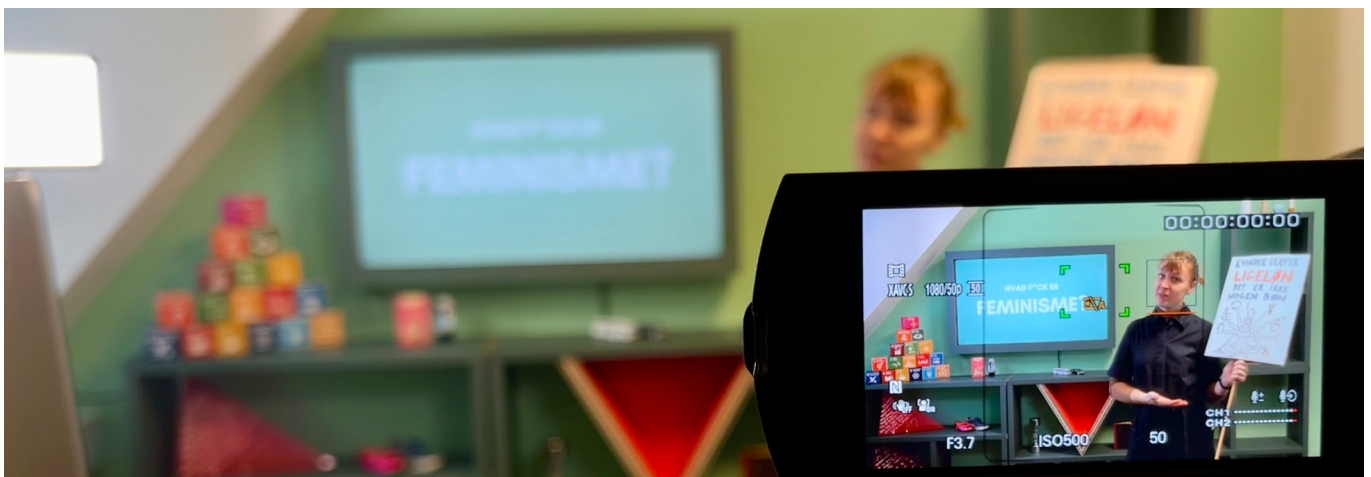
Erfaringer med live-undervisning

Efter en længere projektperiode med live-undervisning har vi gjort os en masse interessante erfaringer. En af de vigtigste, vi vil dele med jer er, at live-undervisning desværre ikke har været populært på vores museer. Formatet har været booket af og til på begge museer og dem, der har oplevet vores live-undervisning har været overvejende tilfredse. Vi oplever dog ikke, at skolerne efterspørger live-undervisning i en grad, hvor det er bæredygtigt for vores organisationer at allokere tid til at udvikle på konceptet og oplære medarbejdere i afviklingen.

Dette betyder ikke nødvendigvis, at det ikke kan blive en succes for andre institutioner, men det giver os en anledning til at understrege vigtigheden af at opbygge fleksible formater og fysiske opsætninger. (Læs mere om digital opsætning i Kapitel 2).

For KØN har det været givende, at vores digitale studie har været brugbart i andre sammenhænge, når live-undervisningen ikke har lagt beslag på lokalet. På samme tid, har det været passende for NME at kunne pakke deres mobile opsætning væk i perioder, hvor live-undervisningen ikke er booket.

Selvom vores live-undervisning ikke har været populær har arbejdet med at udvikle den givet os nye perspektiver på vores undervisning og hvad der gør vores undervisning i udstillingerne helt særlig. Når man udvikler nye formater, bliver man ofte klogere på den eksisterende praksis.



Opsummerede anbefalinger

- 1 Undersøg andres praksis**
Se både på institutioner, der ligner din men også dem, der adskiller sig. Jo bredere inspiration, jo bedre.
- 2 Undersøg om efterspørgslen er til stede**
Hvad skal der til, for at målgruppen ønsker at benytte sig af dit produkt.
- 3 Test din undervisning løbende**
Brug feedback fra testklasser aktivt, og afhold opfølgende møder med lærere.
- 4 Lav en detaljerede retningslinjer**
Med guides til hvert forløb, sikrer du at kolleger kan overtage, og du selv husker processerne, hvis der går længere tid mellem bookingerne – især tekniske trin.
- 5 Sørg for interaktivitet**
Eleverne skal deltage aktivt – ikke bare lytte. Find de muligheder, det digitale format skaber.

KAPITEL 4: PODCAST I ET TRYGGERE OPTAGERUM

I dette kapitel kan du læse om KØN – museum for kønnenes kulturhistories erfaringer med at skabe podcasts i et tryggere rum. KØN har udgivet en podcastserien Med egne ord, som blev til i kølvandet på en længere proces, hvor museet indsamlede viden om forskellige ungemålgrupper ved hjælp af interviews. Der blev altså lavet en del arbejde forud for optagelserne af de tre podcast afsnit, som ikke alene havde de tre afsnit som endemål.

Det vil altså sige, at kapitlet her indledningsvist omhandler kontakt til flere ungdomsgrupper til fokusgruppeinterviews, der efterfølgende ledte til, at tre af deltagerne blev hovedpersoner i hver deres podcastafsnit. Når vi beskriver det forudgående arbejde i dette kapitel, er det fordi vi oplevede det som afgørende for at skabe nogle gode relationer til de tre podcastdeltagere og dermed nogle tryggere optagerum.

Der er meget at tage i betragtning og overveje, når man vælger at lave podcasts som kulturinstitution. Du skal læse dette kapitel, hvis du er nysgerrig på den del af processen som omhandler at skabe et tryggere optagerum – især hvis de emner,

du ønsker at arbejde med, er sårbare og intime.

Etablering af kontakt med mulige deltagere

For at sikre en respektfuld og inkluderende start for vores fokusgruppeinterviews, var det essentielt for os, at have en klar kommunikation med deltagerne fra begyndelsen. Vi indledte al kontakt med mulige deltagere ved at dele et kort og velstruktureret overblik over, hvad projektet inkluderede.

- a) Formålet med projektet
- b) Kort introduktion til os som museum
- c) Vores forventninger til deltagerne
- d) Tidslinje og vigtige datoer

Vi gav også de mulige deltagere et dokument med oplysninger om den primære kontaktperson og interviewer. Senere fik de også en dagsorden for det første møde og eventuelle spørgsmål, der kunne blive stillet forud for interviewet.

Vi lærte, at det ikke gav mening at sigte efter en universel model for at række ud til mulige deltagere. Nogle deltagere foretrak



telefonopkald mens andre hellere ville kontaktes via mail. Vi lærte at der er god gevinst i at holde mulighederne åbne og lade deltagerne vælge deres foretrukne kommunikationsform selv.

Vi havde glæde af at opbygge en god baggrundsviden om de organisationer, vi planlagde at kontakte. Det styrkede den indledende og løbende kommunikation at have kendskab til de mulige samarbejdspartneres arbejdsmetoder og værdier. Da vi havde etableret kontakt til personer, der ønskede at være med, gjorde vi brug af en "sneboldsmetode" for at rekruttere yderligere deltagere. Hermed blev vi ledt videre til andre relevante deltagere, som så allerede havde hørt om os og projektet fra en, de havde tillid til. Det bidrog til, at der allerede var en tillidsfuld relation i begyndelsen af vores samarbejde, da der var blevet "sagt god for os".

Et tryggere interviewrum

I løbet af vores interviews, var det vores første prioritet at skabe et respektfuldt, tryggere og inkluderende miljø for at etablere tillid og en god relation til de involverede deltagere.

Når vi taler om "et tryggere rum" er der en pointe i, at vi ikke nødvendigvis definerer det som ultimativt trygt. Dette kan være idealet, men ikke altid opnås. Derfor kan det være meningsfuldt at tale om, at man gør hvad man kan for at gøre rummet tryggere.

Vi startede vores gruppeinterviews med at interviewereren gjorde sin egen rolle klar for deltagerne, ligesom det blev understreget hvad formålet med interviewet var, hvad det skulle bruges til samt hvilke rettigheder de deltagende havde og hvad vi forventede af dem. Det var vigtigt for os at understrege, at deltagerne havde kontrol over, hvad de delte og hvad de ville deltage i. Et led i dette var også, at vi var opmærksomme på, at der undervejs kunne opstå utryghed eller ubehag hos deltagerne. Vi gjorde eksempelvis noget ud af ikke blot at sige "det er okay at stoppe, hvis du bliver utryg". I stedet gav vi eksempler på hvordan man kunne trække sig. Dermed gjorde vi det klart i alle interviews, hvor man kunne tage en pause, hvem de kunne kontakte, hvis de havde oplevet noget ubehageligt og hvordan de kunne afslutte deres deltagelse.

I forlængelse af dette faciliterede vi også, at der blev skabt et fælles adfærdskodeks som indledning til et interview. For at give deltagerne medbestemmelse og -ejerskab lod vi dem forme de grundlæggende retningslinjer for interviewsituationen og samlede derefter disse til konkrete sætninger i fællesskab med deltagerne. De kunne eksempel lyde således:

- a) "Der findes ikke forkerte svar."
- b) "Det er okay at vise følelser."
- c) "Vi skal ikke nødvendigvis være enige."
- d) "Lad os lade alle få ordet, hvis de har lyst."

Undervejs i projektet blev det klart for os,



at rammerne for interviewet har stor betydning. Når det var muligt afholdte vi vores gruppeinterviews i lokaler, der var velkendte for deltagerne. Dette kunne være klubhuse eller andre tilholdssteder ejet af de organisationer, deltagerne repræsenterede. Hermed var deltagerne på hjemmebane, hvilken bidrog til at skabe balance i magtdynamikken. Vi lærte, at det var bedst at undgå institutionelle lokaler, hvis muligt.

Når der skal optages podcastafsnit, kan der være hensyn til lyd kvalitet, som skaber krav til lokationen. Her kan det være afgørende, at man forud for optagelserne har mødt deltagerne på deres egen hjemmebane først.

Efter interviews

Umiddelbart efter interviewene med fokusgrupperne sendte vi en anerkendende besked til den organisation deltagerne repræsenterede. Dette for at runde samarbejdet af og tilkendegive hvilken værdi, de havde bidraget med til projektet.

Siden er vi blevet opmærksomme på, at vi også gerne ville have sendt denne besked direkte til den pågældende deltager, for at sikre os, at de modtog vores tak. Hermed ville vi også nemmere kunne fortælle om videre skridt i processen.

Vi afsluttede alle interviews med at invitere deltagerne ind på KØN til en omvisning i udstillingerne, hvor de også kunne lære mere om museets arbejde og ambitioner. Ingen af de involverede har benyttet sig af dette tilbud. Vi har overvejet, at det måske kunne have givet bedre mening at give dem et par fribilletter, de kunne bruge lige når det passede dem uden at skulle kontakte os først.

Et yderligere opfølgende tiltag, som vi vil bruge i fremtiden, er at indhente skriftlig feedback fra deltagerne. Både for at have konkret viden at udvikle ud fra, men også for at styrke deltagernes oplevelse af at blive inddraget og lyttet til.

Opsummerede anbefalinger

- 1 Skab klar kommunikation fra start**
Giv deltagerne et overblik over projektet og dets formål samt forventninger. Indhent information om den enkelte organisation og tilpas din kommunikation herefter.
- 2 Skab et tryggere rum**
Anerkend at fuld trykthed ikke altid er mulig, men arbejd aktivt for at gøre rummet trygtere.
- 3 Giv deltagerne kontrol og medbestemmelse**
Vær tydelig om rettigheder og muligheder for at trække sig. Giv konkrete eksempler på hvordan.
- 4 Vælg lokation med omtanke**
Brug deltagers egne eller velkendte rum, når det er muligt, for at møde dem på hjemmebane.
- 5 Indhent feedback**
Brug andet end mundtlig feedback til at lære og forbedre – og til at vise deltagerne, at deres stemme tæller.