

Museernas digitala verksamhet

Digital verksamhet på museerna är inget nytt. Det är en del av samhällets digitalisering och många museer har en betydande digital närvaro och produktion. Men trots detta har kunskapen om omfattningen av museernas digitala verksamhet varit bristfällig. I detta faktablad presenterar Myndigheten för kulturanalys (Kulturanalys) för första gången statistik över museernas digitala samlingsarbete och digitala publika aktiviteter. Resultaten visar att många museer tagit in digitala arbetssätt i sina verksamheter. Samtidigt finns det betydande skillnader mellan stora och små museer, där små museer i mindre utsträckning har egna webbplatser och digitala samlingar.

Om digitala aktiviteter och samlingar online

Digitaliseringen på museer är en del av samhällets digitalisering och de flesta museer har haft en betydande digital närvaro och produktion under många år. Coronapandemin påskyndade i viss mån denna utveckling, bland annat eftersom många museer flyttade över en del av den publika verksamheten till webben.

Det har dock länge saknats en översiktlig bild av museernas digitala verksamhet (RAÄ, 2018, 2021). I detta faktablad lyfter vi två olika spår kring museernas arbete med digitalisering. Det första handlar om samlingsförvaltning. Digitalisering av samlingar inkluderar dels digitisering, det vill säga att överföra information från analog till digital form, dels föremål som var digitala från början, som digitala foton och filmer (RAÄ 2021). Det andra spåret avser museernas digitala förmedling och hur museerna arbetar med digitala publika aktiviteter i sina verksamheter.

Nya frågor om museernas digitala samlingar och publika aktiviteter

Kulturanalys är statistikansvarig myndighet för officiell statistik om museer, och uppgifterna som används i det här faktabladet kommer från den årliga datainsamlingen. Insamlingen genomfördes våren 2022 och statistiken gäller för 2021.¹

Sedan tidigare har Kulturanalys samlat in uppgifter om museernas webbplatser. Frågorna om museernas digitala verksamhet ingick i insamlingen för första gången 2022. De nya frågorna togs fram i dialog med museisektorn och i samverkan med

¹ Du kan läsa mer om insamlingen och den officiella statistiken i Kulturanalys rapport Museer 2021 (Kulturanalys 2022).

Kulturanalys referensgrupp för museistatistik. Frågorna sammanfattas i faktarutan nedan.

Nya frågor om museernas digitala verksamhet

Digitalt samlingsarbete

Frågor som ställdes till **samtliga museer**

1. Har museet digitala samlingar i form av en sökbar databas?

Om ja på fråga 1, till museer med **mer än en årsarbetskraft**

2. Uppskatta hur stor andel av de fysiska/analoga föremålen i samlingarna som digitaliserats och är sökbara i egen databas?
3. Vilka kan söka i databasen med de digitala samlingarna?
4. Är den digitala databasen tillgänglig att söka i utanför museet?

Digitala publika aktiviteter

Fråga som ställdes till **museer med mer än tio årsarbetskrafter**

5. Anordnades/producerades någon av följande digitala aktiviteter?
11 aktiviteter ingick i frågan, se figur 4.

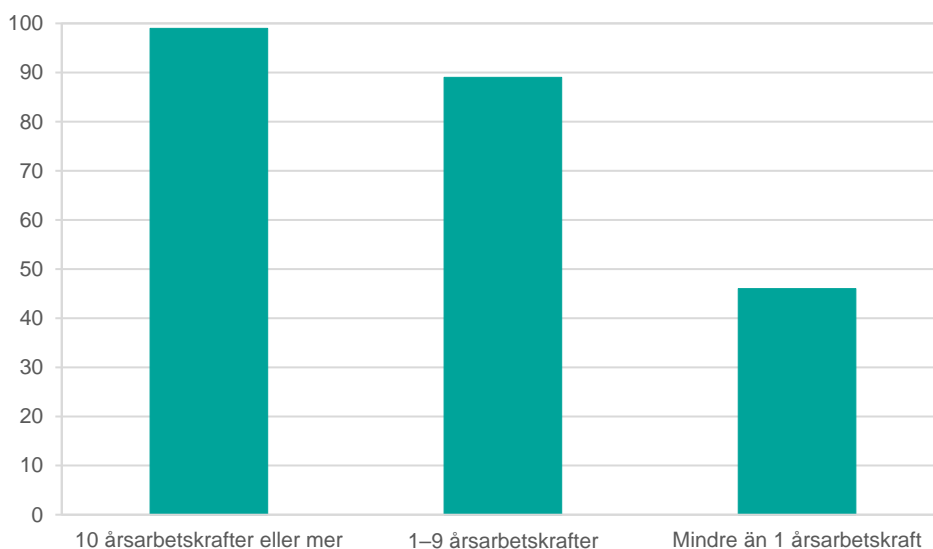
Samtliga museer i undersökningen har fått svara på frågan om de har digitala samlingar. Museer med *mer än en årsarbetskraft* fick svara på de tre uppföljande frågorna om digitala samlingar. Museer med *mer än 10 årsarbetskrafter* fick också svara på frågan om digitala aktiviteter.

Förekomsten av och besök på museernas webbplatser

Webbplatser är ett sätt för museerna att nå publik och förmedla sin verksamhet digitalt. Undersökningen för 2021 visar att närmare 80 procent av de 248 svarande museerna har en egen webbplats. Det finns dock stora skillnader sett till storleken på museer; 46 procent av museer med mindre än en årsarbetskraft har en egen webbplats, jämfört med 89 procent av museer med 1–9 årsarbetskrafter. Undantaget en verksamhet har samtliga museer med mer än 10 årsarbetskrafter en egen webbplats. Flera museer som saknar egna webbplatser har samtidigt information om sina verksamheter på exempelvis kommunens hemsidor eller via sina medlemsorganisationer.

En parallell utveckling är museernas närvaro i sociala medier. Flera mindre verksamheter har valt att lägga sin digitala närvaro på sociala medier, exempelvis Facebook. Vi saknar dock information om hur många av de som svarat att de har en egen webbplats som syftar på sidor på sociala plattformar.

Figur 1. Museer med en egen webbplats per storlek på museum, procent



Det finns flera anledningar till att besöka ett museums webbplats, till exempel söka efter information om en populär utställning, ta reda på museets öppettider, delta i olika digitala aktiviteter eller ta del av samlingar. De svarande museerna redovisade drygt 24 miljoner besök på sina webbplatser under 2021. Det finns viss osäkerhet i siffrorna vilket gör det svårt att jämföra utvecklingen över tid.

Många museer har digitala samlingar

En del av museernas digitala verksamhet är arbetet med digitala samlingar. Av 479 svarande museer uppger 44 procent att de har digitala samlingar i form av en sökbar databas. Det finns dock stora skillnader mellan olika slags museer. Tabell 1 visar andelen museer med digitala samlingar fördelat på olika museikategorier.² Samtliga *centrala museer* har digitala samlingar, att jämföra med 92 procent av *regionala museer*, 76 procent av *övriga statliga museer* och 64 procent av *kommunala museer*. Bland *museer med mindre än en årsarbetskraft* och de som ingår i kategorin *andra museer* har 24 respektive 30 procent digitala samlingar.

² För en fullständig beskrivning av de olika museikategorierna, se Kulturanalys 2022 s. 10.

Kategorierna är i huvudsak baserade på huvudmannaskap, men undantag finns. Kategorin *andra museer* är museer där ingen offentlig instans har huvudmannaskap, men som ändå kan ha offentliga bidrag eller anslag. *Övriga museer som omfattas av museilagen* avser museer där stat, kommun eller region har utsett mer än hälften av ledamöterna i styrelse eller motsvarande ledningsorgan och som inte har statlig, regional eller kommunal huvudman.

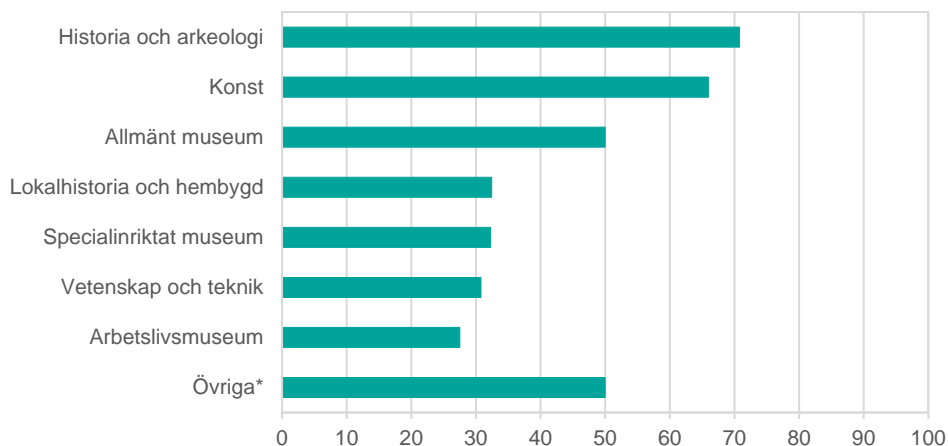
Tabell 1. Andel museer med digitala samlingar per museikategori, procent

| | Andel (%) | Antal svar |
|--|-----------|------------|
| Centrala museer | 100 | 22 |
| Övriga statliga museer | 76 | 17 |
| Regionala museer | 92 | 36 |
| Kommunala museer | 64 | 74 |
| Övriga museer som omfattas av museilagen | 43 | 14 |
| Andra museer | 30 | 152 |
| Museer med mindre än en årsarbetskraft | 24 | 157 |
| Botaniska trädgårdar och arboretum | 86 | 7 |
| Totalt | 44 | 479 |

Att graden av digitalisering hänger ihop med resurser framgår om vi sätter andelen som har digitala samlingar i relation till museets storlek. Andelen museer som har digitala samlingar är 86 procent för *museer med mer än 10 årsarbetskrafter*, 43 procent för *museer med 1–9 årsarbetskrafter* och 23 procent för *museer med mindre än en årsarbetskraft*.

Graden av digitalisering tycks också hänga samman med samlingarnas huvudsakliga inriktning. Figur 1 visar andelen digitala visningar för museer med olika huvudsakliga inriktningar på sina samlingar. Historia och arkeologi utgör en stor kategori av museer, där 71 procent av museerna har digitala samlingar. Av arbetslivsmuseerna har 28 procent digitala samlingar.

Figur 2. Andel av museer som har digitala samlingar per huvudsaklig inriktning på samlingarna, procent



Kommentar: Följande inriktningar ingår i kategorin övriga (antal museer i parentes): naturhistoria och naturvetenskap (6), ekomuseum (3), etnografi och antropologi (5), friluftsmuseum (9), botanisk trädgård (6) samt övriga som ej specificerat inriktning (29).

Olika grad av digitalisering i samlingarna

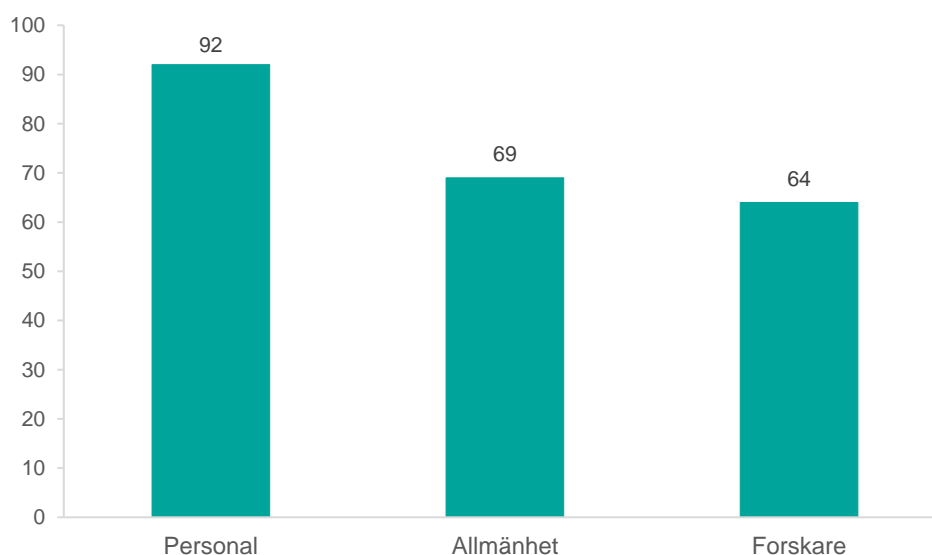
I en fråga fick museer med *mer än en årsarbetskraft* ange hur stor andel av de fysiska föremålen i samlingarna som har digitaliserats. De 138 museer som svarat på frågan

är alltså museer med mer än en årsarbetskraft som också svarat att de har digitala samlingar. Av dessa uppger 10 museer, motsvarande 7 procent av de svarande, att de har digitaliserat *samtliga delar* av sina samlingar, medan 77 museer, 55 procent, har digitaliserat *mer än hälften* av sina samlingar. Det är således en stor spridning i hur stor andel av föremålen som har digitaliserats. Vissa museer har precis påbörjat digitaliseringen, medan andra har en stor andel av föremålen digitaliserade. Medianen för samtliga svarande var 56 procent.

Många ges tillgång till de digitaliserade samlingarna

En del av arbetet med de digitala samlingarna är tillgängliggörandet av dem. Här fick museer med *mer än en årsarbetskraft* svara på frågor om vilka som ges möjlighet att söka i museernas databaser med digitala samlingar. Figur 3 visar hur stor andel av museerna som tillåter personal, allmänhet och forskare att söka i de digitala samlingarna. Personal har tillgång till de digitala samlingarna på de allra flesta museer, 92 procent. Allmänheten har tillgång till de digitala samlingarna på 69 procent och forskare på 64 procent av de museer som har digitala samlingar i form av databaser.

Figur 3. Andel av museer som ger tillgång till digitala samlingar till olika grupper, procent



Vidare svarar 77 procent av 156 svarande museer att databasen är tillgänglig att söka i utanför museet, till exempel via museets webbplats.

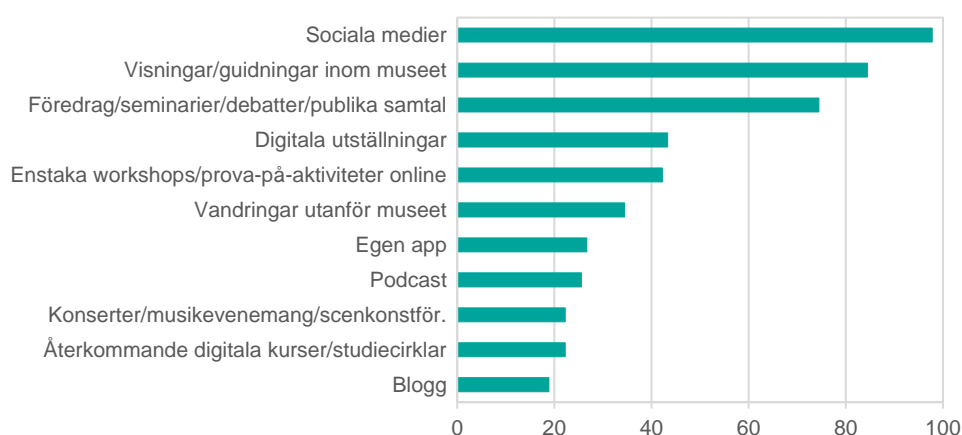
Digitala publika aktiviteter

En del av museernas verksamhet är utställningar och publika aktiviteter som sker digitalt. Samtliga museer med *mer än tio årsarbetskrafter* fick besvara frågorna om digitala publika aktiviteter och svaren speglar således stora museer. Figur 4 redovisar hur stor andel av de svarande museerna som anordnat eller producerat sådana aktiviteter. Den absolut vanligaste aktiviteten var sociala medier, där nästintill

samtliga museer har en närvaro. Betydligt färre, 19 procent, har en egen blogg. Närmare en tredjedel av museerna, 27 procent, har en egen app och ungefär lika många har producerat innehåll i form av en podcast.

En vanligt förekommande publik aktivitet var digitala visningar och guidningar inom museet, som 84 procent av museerna har anordnat. Drygt en tredjedel av museerna har anordnat digitala vandringar *utanför* museet. Närmare tre fjärdedelar av museerna har anordnat olika slags publika samtal och föredrag. År 2021 präglades dock fortfarande av pandemin och är troligtvis inte ett normalår.

Figur 4. Andel av museer med mer än tio årsarbetskrafter som anordnat eller producerat olika digitala aktiviteter, procent



Det varierar i vilken typ av digitala publika aktiviteter som museerna erbjuder. Drygt 40 procent av museerna angav också att de anordnat fler sorters aktiviteter än de som nämndes i frågan. I faktarutan nedan redovisas några av de digitala aktiviteter som museerna angett.

Museerna svarar: exempel på övriga digitala aktiviteter

digital invigning, quiz, digitalt medskapande i samlingarna, tipspromenader, digitala insamlingar, app-spel, streamad vernissage, livesändning i lokal-tv, skolprogram med digitala läromedel, platsbaserad interaktiv berättelse, Youtube-kanal, livesända skolvisningar, hybridsamtal, insamling av berättelser, digital utställningskatalog, digitala spår i fysiska utställningar

Referenser

Myndigheten för kulturanalys. 2022. *Museer 2021. Kulturfakta 2022:2*. Göteborg: Kulturanalys.

Riksantikvarieämbetet. 2021. *Coronapandemins påverkan på museisektorn*. <https://www.raa.se/app/uploads/2021/06/Coronapandemins-p%C3%A5verkan-p%C3%A5-museisektorn.pdf>. (2022-11-02).

Riksantikvarieämbetet. 2018. *Museers digitala förmedling. Nulägesanalys med fokus på hur museer i Sverige använder digitala metoder, produkter och innehåll i utåtriktad verksamhet*. SOU 2021:77. *Från kris till kraft. Återstart för kulturen*.