

Den digitala drömyran

En intervjuundersökning om digitaliseringen inom kultursektorn under Corona-pandemin.

Ella Turkovic & Johanna Simu

Det digitala materialet utökas konstant på institutioner inom kultursektorn och det har kommit att bli en del i den dagliga verksamheten. Många museer och konsthallar har sedan långt tillbaka digitaliserat och skapat digitalt material som går att ta del av hemifrån. På senare tid har vi kunnat se nya metoder och tillvägagångssätt som digitala rundvisningar och plattformar där man själv kan gå genom museet digitalt på datorn. Även sociala medier får ta allt större plats i arbetet med museum och de bygger ut sina kanaler för att sprida likväl information som humor. Detta i kombination med en pandemi har gjort att arbetssätten har förändrats och att användandet av det digitala har kommit att bli en diskussion som har cirkulerat på många arbetsplatser.

Syftet med studien är att belysa den omställning som kultursektorn har genomgått under Corona-pandemin och diskutera för- och nackdelar med denna omställning. Artikeln förmedlar även ett framtidsperspektiv på hur arbetet kommer se ut efter pandemin och hur pandemin har påverkat informanternas syn på industrins digitala utveckling. Artikeln behandlar följande frågeställningar; Hur har pandemin påverkat arbetet på konsthallar och museer? Vilka för- och nackdelar

upplevs med övergången till det digitala arbetet? Hur ser det framtida arbetet med digitalisering ut och hur har det påverkats av pandemin?

Denna artikel undersöker vilken roll det digitala har i museivärlden och hur fem institutioner inom Sveriges kulturvärld har arbetat med sitt digitala material under Corona-pandemin. Artikeln är baserad på fem intervjuer med yrkesverksamma inom museer och konsthallar i Stockholm och Uppsala med omnejd. Vi spinner, under artikelns gång, vidare på intressanta teman som uppkommit under intervjuerna och förmedlar vetenskapliga resonemang genom att teoretisera dessa teman utifrån ett antropologiskt och etnologiskt perspektiv.

Internet, som en del i etnografisk forskning, öppnar upp för ett perspektiv om tid och rum samt hur det kan tolkas på olika sätt. Internet har inte bara bidragit med förändrade relationer mellan människor utan är även något som förändrar förutsättningarna för kommunikation (Berg 2015:63). Det digitala i kombination med den etnografiska forskningen synliggör samhällsförändringar och nya sätt att använda sig av teknologin kan bidra till en stor omställning inom olika branscher. En utav dessa omställningar belyser diskursen om värdet av det materiella och hur museum ska förhålla sig till materialitet

under pandemin och framtiden. Det finns många frågor om hur detta påverkar museums "ägande" av föremål och hur man kan definiera att återförena föremål med den plats de kommer ifrån. Charlotte Hyltén Cavallius ställer sig frågan "Hur blir den offentliga museikulturen tillgänglig och samhällsnyttig för alla? (2016:13)". Detta är en högst relevant fråga i dag, 2021, under en pandemi när många inte kan ta till sig materialet på plats.

Användandet av sociala medier

Sociala medier är, även de, en del av kultursektorns verksamhet. De används på olika sätt beroende på institution och innehållet kan variera men också mellan kanaler. Hur de institutioner vi intervjuat kommunicerat med sina följare under pandemin har i vissa fall förändrats, i andra, inte. Liljevalch konsthall har tagit ett mer personligt tillvägagångssätt till sin instagram och har lagt upp mer bilder från "bakom kulisserna"; bilder på när de sätter upp en utställning, när de väljer vilka konstverk som ska vara med i vårsalongen 2021 etc. Etnografiska museet har till stor del lagt ut samma typ av bilder som innan pandemin, likaså Upplandsmuseet, men hur dessa brukar sina sociala kanaler skiljer sig dock.

Upplandsmuseet la den femte maj upp ett inlägg på sin Facebook-kanal där de bad sina följare om hjälp. De uppmanade alla som följer att kolla på en bild som de la upp och höra av sig om de känner igen någon av personerna på bilderna tagna av bygdefotograf John Alinder under tidigt 1900-tal. I och med att Upplandsmuseet är ett regionalmuseum har de möjligheten att använda sina sociala kanaler för att få hjälp av den regionala befolkningen som följer dem. Det är med stor sannolikhet många

som är födda och uppvuxna i Uppland som är intresserade av deras material och därmed kan de bidra med ytterligare information om det skulle vara någon man känner till på bilderna. Upplandsmuseet hänvisar sina läsare till [Digitalmuseum.se](https://www.digitalmuseum.se) för att se resten av bilderna som de publicerat i samlingen. I vår intervju med Camilla Löf, antikvarie på Upplandsmuseet, säger hon att det är några personer som sitter hemma och inväntar att nya bilder publiceras på [Digitalmuseum](https://www.digitalmuseum.se) och som tycker att det är väldigt roligt att hjälpa till med datering och att identifiera människor samt platser på bilderna. Det skapar en gemenskap på deras kanaler där deras följare blir involverade i museets digitaliseringsarbete och själva får bidra med information om sitt kulturarv. Genom de digitala kanalerna Upplandsmuseet har kan lokalinvånare sprida den information och de lärdomar som de har fått med sig genom generationer av koppling till Uppland. Att dela med sig av sin kunskap om landskapets historia och de som en gång har befunnit sig där blir som ett generationsuttryck, där de uppmärksammar, i detta fall genom de analoga bilder de har hemma och de historier de hört, de tidigare generationernas livsöde (Agnidakis 2013:59).

Till skillnad från Upplandsmuseet använder sig Livrustkammaren med mycket humor på sina kanaler. Livrustkammaren har ett unikt tillvägagångssätt gällande deras instagramsida där de vill framställa sig som "din bästa historiekompis" i stället för att försöka göra reklam för sina utställningar. De fick år 2019 årets pedagogiska pris från Föreningen för pedagogisk utveckling i svenska museer (FUISM) för sitt arbete med Instagram. På Livrustkammarens

Instagram-konto kan allmänheten ta del av humor i form av exempelvis memes som baseras på historiskt innehåll. Det krävdes övning från deras håll för att förstå och fånga sitt budskap i den speciella gemenskapen som vi finner på sociala medier. Jonas Lindwall, intendent på Livrustkammaren och ansvarig för deras Instagram-konto beskriver hur de har förhållit sig till sitt arbete på Instagram.

/.../ Internet är ett eget universum. Det pågår saker på internet som inte pågår i den verkliga världen egentligen. Det finns en viss kultur där som memekulturen till exempel som, ja, den är ju svår att översätta till något annat. Det började vi leka lite med mer och mer och vi märkte att vi fick genomslag på det sättet egentligen (Jonas Lindwall, 2021).

För att förmedla bra *content* på nätet behöver man en förkunskap om hur samspelet fungerar där och hur människor kommunicerar, för att nå fram till sin publik (Berg 2015:68). Precis som Jonas Lindwall säger så kan det finnas en hel värld på internet som är fränkopplat från den fysiska världen vi annars lever i. Dessa uttrycksformer som endast finns i internets värld kallas *Online communities*. Communities online, är till skillnad från Online communities, forum på nätet som kan relateras med den fysiska vardagen (Berg 2015:68f). Memes förklarar Jonas här som ett Online community, något som är fränkopplat från vår vanliga, fysiska vardag. Detta är något som de på Livrustkammaren har behövt lära sig att förstå för att nå fram till publiken på dessa kanaler.

På Livrustkammaren är det inte kommunikationsavdelningen som arbetar

med de sociala medierna, utan intendenterna. Jonas förklarar att det finns en stark fördel med detta då intendenterna besitter en kunskap om samlingarna som de på kommunikationsenheten inte gör. Med denna kunskap kan de snabbare och mer effektivt publicera material på kanalerna och även svara på kommentarer. Om kommunikationsavdelningen hade haft ansvar för detta hade de ändå behövt gå igenom intendenterna för att besvara frågor som ställs om samlingarna och historiska händelser som de publicerar om. Livrustkammaren har under pandemin även börjat publicera mer informativa filmer där de intervjuar olika personer, eller slideshows som visar historien bakom olika objekt.

Museipersonalen har vittnat om att coronapandemin har påverkat deras arbetssätt och att faktorer som mer tid, omplacering av personal och nya arbetssätt har öppnat upp nya dörrar för hur man kan arbeta. Jonas berättar att frontpersonalen, som annars arbetar med utställningar eller i receptionen, istället har fått hitta nya arbetsuppgifter när museerna har varit stängda. De har då bland annat gått över till att hjälpa till med sociala medier och testat nya funktioner på kanalerna då det har funnits tid, intresse och resurser för detta.

Sociala medier har blivit ett vitalt verktyg under pandemin, då det finns en förväntning att ett museum inte endast ska var ett förvaltningsmagasin, utan förväntas visa sina objekt i olika former utöver utställningar (Hyltén-Cavallius & Svanberg 2016:12). Det har funnits en förmodan från allmänhetens sida att de ska kunna ta del av museet och dess utställningar, trots att lokalerna är stängda. Detta har inom viss mån gått att göra genom Street view, Google arts and culture, livevisningar inifrån byggnaden

och hemsidor som digitaltmuseum.se. Sociala medier, livevisningar och Street view är dock inte, i museernas terminologi, digitalisering. Digitaliseringsarbete är snarare bevarande av kulturarvet genom, till exempel, inskanning, fotografering och katalogisering av föremålen i magasinerna. Digitalisering handlar om att digitalt katalogföra sitt arkiv. Tack vare att kulturarvet digitaliseras kan museerna lägga upp *digitalt innehåll* på sina sociala medier. Erik Lernestål har arbetat med digitalisering och fotografering av museiföremål i över 10 år och diskuterar just hur man inte ska blanda ihop interaktioner på sociala medier med digitaliseringsarbetet.

Självklart är det viktigt att, och jättestort, och bra att se att man har ställt om och lyckats nå ut med sitt erbjudande, så att säga, online till viss del under den här perioden, men /.../ man ska ju inte förknippa det med vad digitalisering av kulturarvet är, utan det här är bara en liten liten del av det (Erik Lernestål, 2021).

Den lilla del som sociala medier står för i förhållande till det digitala arbetet är även beroende av det digitaliseringsarbete som sker kontinuerligt, pandemi eller ej. Basdigitalisering ska bidra till att vi lätt ska kunna hitta den information som vi behöver på internet, men även ge museerna möjligheten att dela med sig av de material de förvaltar.

Tid för det digitala

Under 2020 har vikten av det digitaliserade materialet hos museum blivit påtagligt. Att ha resurser för att dela med sig av, både utställningar (live och

förinspelat) men också att jobba med spridning och tillgängliggörande av material. Detta har alltid varit viktigt enligt de musearbetare vi har intervjuat men att det har funnits tid att utveckla olika tillvägagångssätt under pandemiåren. Enligt Erik Lernestål, verksamhetsansvarig för digitalisering och bildproduktion hos Statens Historiska Museer, förklarar att det var som ett test av digitaliseringsarbetet av kulturarvet när pandemin kom. Helt plötsligt behövdes det här basdigitaliserade materialet för att kunna sprida information. Med basdigitalisering menar Erik att det finns en bild och en kort, beskrivande text på föremålen.

Om vi hade haft våra samlingar bättre digitaliserade, då hade pandemin inte varit en lika stor utmaning för då hade vi ju haft massor med data att jobba med. Det är det som är mitt jobb så att säga och mina kollegor på min avdelning, det är ju just att, den här storskaliga, man kallar det basdigitalisering (Erik Lernestål, 2021).

Det är väldigt viktigt, i Eriks mening, att det finns en bra grund att utgå ifrån i digitaliseringen. Samtidigt är det spännande med punktnedslag där de gör 3D-fotograferingar och liknande men för att kunna utveckla databaser och sökfunktioner i framtiden behöver de i första hand lägga resurser på basdigitaliseringen. Denna digitalisering är så viktig för att museer i framtiden ska kunna skapa en gemensam databas för att samla material från många samlingar och göra föremålen sökbara på ett enkelt sätt. Erik säger att målet är att nå ut till så många som möjligt med deras samlingar för att

kulturarvet är till för alla att använda sig av på sitt sätt.

Magnus Johansson, som arbetar som digitaliseringskoordinator på Etnografiska museet resonerar på ett liknande sätt. Magnus menar att de har ett ansvar att sprida sitt material och speciellt som ett av världskulturmuseerna för att de har föremål i sina samlingar från hela världen är det viktigt att kunna sprida dessa digitalt för alla att nå. De vill gärna kunna nå ut till dem som föremålen berör, till människorna som idag lever på platsen som föremålen kommer från. Diskussionen om museums rätt att "äga" och representera föremål från andra folkgrupper började under 1800-talet (Geismar 2018:2). Att tillgängliggöra dessa objekt i formen av ett digitalt arkiv skapar en ny typ av diskurs, vad är värdet av det materiella? Kan det materiella ersättas med det digitala? En annan typ av problematik som Magnus poängterar är om digitaliseringen verkligen tillgängliggör objekten för personerna vars historia de bland annat berör, har de tillgång till de digitala medel som krävs för att ta del av föremålen? Föremålen är en del av en historia och berättar något om platsen i den kontexten där det uppstod. Flera föremål kan tillsammans förmedla information om en plats bakgrund och människors historia. När föremål blir kulturarv kan de ryckas från sin ursprungliga kontext och får en helt ny; den i museet. Föremålet bär fortfarande med sig sin utgångspunkt och genom att digitalisera det kan man sprida historien om en förfluten tid till allmänheten. På detta sätt kan museum fungera som en gemensam spelplan eller en mellanhand där alla kan mötas och ta del av kulturarvet (Hastrup 2014:138).

Skolklasserna som annars har kommit på fysiska besök har nu fått delta i

digitala sådana. Detta är en tjänst som Livrustkammaren erbjöd även innan, men som Jonas vittnar om, inte var lika populärt innan pandemin. Denna omställning och det ökade intresset för digitala visningar har ökat personalens effektivitet och gett de en möjlighet att utöka den delen av verksamheten. De har också fått en möjlighet att arbeta mer med rörlig bild i sina kanaler, något de velat göra länge, men inte haft tid för innan. Pandemin har därmed bidragit med en ökad kompetens inom det digitala och personalen har skapat nya, bättre sätt att bemästra den digitala delen av sin verksamhet. Även Magnus berättar om denna förändring. "Det är ju många vittnar om det att det här är som att vi har speedat upp processen. Det vi har gjort nu när det vi normalt kanske skulle gjort på fyra, fem år. Så det är ju liksom en *crash course* (Magnus Johansson, 2021)." Även på Etnografiska museet har de gjort stora framsteg inom det digitala och det kommer även underlätta i framtiden då de bär med sig sin kunskap in i en ny era utan pandemi. Trots den nu utökade möjligheten för digitala visningar tror Jonas att de inte kommer ersätta de fysiska museibesöken i framtiden. Han säger att skolungdomarna nog är ganska trötta på den digitala undervisningen och kommer vilja besöka museerna fysiskt när det finns chans.

Värdet av det fysiska

Under pandemin har det digitala tagit en större del av svenskarnas vardag. Vi har tvingats konfrontera den digitala världen som ersättning för den fysiska, och anpassat våra studier, jobb och fritid. Under dessa månader har fler och fler platser inom kultursektorn bjudit in till digitala visningar, visat upp delar av sina samlingar på internet och tagit en större

plats på sociala medier. Närvaron av digitala medier på museum beskrivs som ett utopiskt alternativ som ger oändlig flexibilitet till de "gamla", solida utställningarna (Geismar 2018:9). Detta har bidragit till diskussioner om materialitetens värde, och hur vi bör förhålla oss till det digitala.

Mårten Castenfors, chef för konsthallen Liljevalchs i Stockholm, berättar att det digitala arbetet till stor del varit detsamma för dem under pandemin som innan. De har lagt tid på att skapa digitalt material som lockar tittaren att komma och uppleva konsthallen på plats (när de öppnar igen), snarare än med syftet att ersätta den vanliga verksamheten med en digital sådan.

Vi har inte ryckts med i den stora digitala drömyran som har pågått under pandemin, för att jag tror ju fortfarande, tråkigt nog, att det fysiska mötet med konsten, eller konsthantverkare eller vad det är, det är liksom därför jag har den här anläggningen och jag tror att folk kommer tillbaka till den när [vi] väl kan öppna portarna (Mårten Castenfors, 2021).

Pandemin har bidragit till en avsaknad av tillgång till konsthallen. En video på Liljevalch Vimeokanal lades upp vid namn *Hilding är över* där kan få se delar av en utställning som nästan ingen fick se fysiskt. Folktomma salar fyllda med konst visas upp iscensatt till en orkester. Liljevalchs har valt att skapa denna form av digitalt material under pandemin och Mårten har gjort ett aktivt val att inte göra 3D-vandringar på Liljevalch och han uttrycker ett starkt värde i att se konsten på plats i lokalerna. Att se konsten i

verkligheten bidrar så starkt till upplevelsen att de många gånger har tackat nej till efterfrågningar om att göra 3D-vandringar i anläggningen för att ge allmänheten en chans att se konsthallen under pandemin. "Personligen så tycker jag att det är skittråkigt va, jag vill ju se grejerna i verkligheten (Mårten Castenfors, 2021)." I och med att Mårten påpekar värdet av den fysiska materialiteten, så skapas även en diskussion om det digitalas materiella värde. Digitala objekt är lätta att ses som ren information, när de i själva verket har en egen materialitet. I processen av elektricitet genom kretsar, processer av kod och pixlar transformeras materialiteten till ett förlopp (Geismar 2018:18). Inget digitalt är fränkopplat från den fysiska världen, det finns alltid en fysisk knypunkt.

Camilla Löf upplever inte att digitala visningar eller utställningar kan, eller kommer ersätta de fysiska. "Rent personligt tror jag inte att det kan ersättas, för det, finns något i det här att komma och titta, det blir en rikare och mer dynamisk upplevelse (Camilla Löf, 2021)." Jonas Lindwall berättar, även han, om vikten av att se och interagera med utställningarna. Han förklarar att de har 3D-printat en pistol i plast för att besökarna ska ha en möjlighet att ta upp och känna på föremålet, vilket man annars sällan får på museer. Genom digitaliseringens utveckling har besökare fått en närmare fysisk kontakt med museiföremålen. Detta är såklart inte samma sak som att ta på det faktiska föremålet, men att få se ett föremål på bild, ta på en fysisk kopia av det, se detaljer via en 3D scanning eller att se föremålet bakom en glasmonter ger olika perspektiv på föremålet och sinnena agerar på olika vis beroende på hur föremålet presenteras (Ehn & Löfgren 2015:86). Jonas menar att

en 3D-kopia i plast inte görs i syfte att bevara ett föremål då en kopia det inte är föremålet i sig. Det faktiska tinget medför en historia och en kontext som en kopia inte har men kopian kan användas i ett pedagogiskt syfte.

Du har ju ändå 3D-fotograferat ett föremål. Jag vet vi sa det på något möte, jag var kanske lite dryg då, men vi pratade om hur fin den här skölden som hade blivit 3D-fotograferat blev och så 'braparapara åh vad duktiga vi va' och så där. Men vi ska ju inte glömma bort att det var en smed på 1500-talet som gjorde den här skölden /.../ Vi har ju inte tillverkat skölden! /.../ Det är lätt liksom att tappa bort sig i det där, det är ju ändå det är som är *grejen* (Jonas Lindwall, 2021).

Jonas menar att det ursprungliga fysiska tinget är det som är *tinget*. Saker bär som sagt på en historia och skölden kan visa på ett hantverk från 1500-talet och vilket material som användes. Komponenter som material och kan visa på "olika livsformer, estetiska preferenser, ideér och ideal (Silvén 2014:147)." som inte når fram till åskådaren genom ett 3D-fotografi. Mötet med det digitala och det analoga har gjort att många antar att det digitala kommer konkurrera ut det analoga, framtidsvisionen är digital, inte analog. Men gång på gång så upptäcker vi att detta inte är fallet i kultursektorn, utan att det analoga och det digitala lever i en typ av samspel med varandra (ibid: 158f).

Sammanfattning

Pandemin har, på gott och ont, påverkat hur man har arbetat digitalt inom kultursektorn. Vissa har tagit beslutet att stänga dörrarna och vänta på att folk får

möjligheten att åter komma in i byggnaden, uppleva materialiteten och närvaron, medan andra har gjort satsningar inom det digitala som de planerat för, men aldrig kommit till skott med. Sociala medier har under pandemin använts på olika vis, antingen för att informera, visa det arbete som pågår i lokalen eller helt enkelt fortsatt på samma vis som innan. Upplandsmuseet har dragit nytta av möjligheten att engagera folk genom att be lokalbefolkningen om hjälp att utöka deras material och ge information om en person eller en plats. Livrustkammaren har fortsatt sin humoristiska och lättillgängliga praxis, men har även valt att inkludera mer informativt innehåll. Att arbeta digitalt under pandemin har blivit vardag för alla, men det finns en viktig distinktion mellan att arbeta digitalt och att digitalisera. Digitalisering har skett kontinuerligt både innan och under pandemin och innebär att göra det materiella som museerna förvaltar tillgängligt på olika digitala plattformar, antingen internt eller för allmänheten.

Digitaliseringsarbetet i magasinerna på museerna har fungerat liknande som innan pandemin dock har behovet av det digitaliserade materialet ökat. I och med att digitala kanaler som Google arts and culture, DigitaltMuseum.se och museernas egna hemsidor använts mer frekvent har det också funnits ett större behov av det digitaliserade materialet. Museerna har även i större utsträckning hållit digitala studiebesök för skolklasser runt om i landet och utvecklat sin kunskap inom det. Detta har varit fördelaktigt då de kan nå ut till elever i hela landet.

Vidare diskuterades det fysiskas betydelse för kultursektorn och hur de olika informanterna förhåller sig till detta. Alla är ense om att det fysiska besöket inte går att ersätta helt med det digitala. Att få

ta sig till en plats och uppleva tingen i en miljö som är uppbyggd, just i detta syfte, bidrar till besökarens upplevelse. Pandemin har i hög grad påverkat i vilken grad besökare kan befinna sig på plats, rent fysiskt, och även i vilken mån museet har kunnat göra utställningar och även chansen för att utställningarna kan få öppna.

Något återkommande i intervjuerna var tron om att det digitala, efter pandemin, som sagt inte kommer kunna ersätta besöken på plats. Det finns en känsla av att det svenska folket är ganska trötta på det digitala och kommer vilja komma och se utställningar på plats när möjligheten finns. Magnus Johansson och Erik Lernestål ser gärna att digitaliseringens framtid siktar mot att tillgängliggöra samlingar i större utsträckning med hjälp av en internationell databas som samlar allt på samma ställe. Erik vill även se att det läggs större resurser på basdigitaliseringen i framtiden. Framtiden inom kultursektorn kommer med stor sannolikhet värna om både det digitala och utvecklandet av denna del, men även värna om de fysiska tingen och besökarens upplevelse på plats och fortsätta arbeta mot en balans dem emellan.

Referenslista

Litteratur

- Agnidakis, Paul (2013). Rätten till platsen: tillhörighet och samhörighet i två lokala industrisamhällen under omvandling. Uppsala: Uppsala universitet.
- Berg, Martin (2015). Netnografi: att forska om och med internet. Lund: Studentlitteratur.

- Ehn, Billy & Orvar Löfgren (2015). Kulturanalytiska verktyg. Malmö: Gleerups Utbildning AB.
- Geismar, Haidy (2018). Museum Object Lessons for the Digital Age. UCL Press: UK.
- Hastrup, Kirsten (2014). Kultur: Den flexibla gemenskapen. Lund: Studentlitteratur.
- Hyltén-Cavallius, Charlotte (2016). Älskade Museum: Svenska kulturhistoriska museer som kulturproducenter och samhällsbyggare. Lund. Nordic Academic Press.
- Silvén, Eva (2014). "Det materiella" I: Lars Kaijser & Magnus Öhlander (red.). Etnografiska verktyg. Lund: Studentlitteratur.

Intervjuer

- Intervju 1
- Mårten Castenfors
- Yrke: Chef vid Liljevalch Konsthall
- Födelseår: 1959
- Kön: Man
- Intervjudatum: 210510
- Intervjuns längd: 30 minuter
- Intervjun utförd av författarna.
- Intervjun förvaras hos författarna.

Intervju 2

Camilla Löf

Yrke: Antikvarie vid Upplandsmuseet

Födelseår: 1967

Kön: Kvinna

Intervjudatum: 210511

Intervjuns längd: 37 minuter

Intervjun utförd av författarna.

Intervjun förvaras hos författarna.

Yrke: Verksamhetsansvarig, digitalisering
och bildproduktion vid Statens
historiska museer

Födelseår: 1978

Kön: Man

Intervjudatum: 210519

Intervjuns längd: 53 minuter

Intervjun utförd av författarna.

Intervjun förvaras hos författarna.

Intervju 3

Magnus Johansson

Yrke: Digitaliseringskoordinator vid
Världskulturmuseerna

Födelseår: 1969

Kön: Man

Intervjudatum: 210512

Intervjuns längd: 36 minuter

Intervjun utförd av författarna.

Intervjun förvaras hos författarna.

Intervju 4

Jonas Lindwall

Yrke: Intendent vid Livrustkammaren

Födelseår: 1969

Kön: Man

Intervjudatum: 210512

Intervjuns längd: 48 minuter

Intervjun utförd av författarna.

Intervjun förvaras hos författarna.

Intervju 5

Erik Lernerstål

Summary

The Corona pandemic has affected countless people in their daily and professional lives, but how has it affected the people working in Swedish museums and art exhibitions? This article aims to discuss how the discourse surrounding materiality and ambitions for the digital future has changed during the last year and a half. Interviews conducted with a digital coordinator, a curator, an antiquarian, a chief of an art exhibition hall and a digital photographer gives insight to how the pandemic has changed, or not changed, how these people conduct their work and how they view the post-pandemic workplace. The article describes how materiality is changing through the digital rush that was initiated by the pandemic as well as how social media is used to communicate.