



Kulturtanken
Den kulturelle
skolesekken
Norge



Utredning av behovet for en
nasjonal digital plattform for DKS

1	INNLEDNING	3
2	HOVEDFUNN	4
3	BAKGRUNN	7
4	MANDAT, METODE OG GRUPPER AV INTERESSETER	8
5	ERFARINGER FRA OG BEHOV HOS INTERESSENTGRUPPER	10
5.1	KULTURBRUKEN TIL BARN OG UNGE	10
5.2	DIGITALISERING, SKOLE OG DKS	13
5.3	KUNSTNERORGANISASJONER OG KULTURINSTITUSJONER	17
5.4	FYLKESKOMMUNENE OG KOMMUNENE	21
6	VURDERINGER	26
6.1	ENDRINGER I KVALITETSFORSTÅElsen VED DIGITAL FORMIDLING – ET PARADIGMESKIFT?	26
6.2	SEKTOROVERGRIPENDE SAMARBEID	28
6.3	OPPHAVSRETT, HONORAR, RETTIGHETER	30
6.4	MEDVIRKNING OG DELTAKELSE PÅ DIGITALE FLATER	31
7	FORUTSETNINGER FOR GJENNOMFØRING	34
8	LITTERATURLISTE	35
	VEDLEGG	36
	ARBEID MED DIGITAL FORMIDLING I DKS – FØR OG ETTER KORONA	37
	KULTURTANKENS FOU-PROTOTYPER FOR DIGITAL FORMIDLING OG DISTRIBUSJON AV KUNST OG KULTUR I 2020	40
	ELECTRIC DREAMS – EN ONLINE KUNSTFESTIVAL	44
	DET DIGITALE KULTURHUSET	47
	NORSK PUBLIKUMSUTVIKLING: RAPPORT: DIGITAL UTVIKLING I INSTITUSJONENE I 2020	49

1 Innledning

Kulturtanken løftet, i innspill til departementet fra 7. mai 2020, behovet for å opprette en nasjonal plattform for digital DKS-formidling. I brev om spillemidler datert 29.05.2020 ba Kulturdepartementet Kulturtanken om å utrede forslaget nærmere:

Kulturtanken har pekt på behovet for å opprette en nasjonal plattform for digital formidling av kunst og kulturopplevelser i Den kulturelle skolesekken, jf. innspill sendt 7. mai 2020. Departementet mener forslaget må utredes nærmere før det tas stilling til videre fremdrift. For å ha et godt grunnlag for beslutninger er det bl.a. viktig å identifisere alternative tiltak, vurdere virkningene av aktuelle tiltak og involvere de som blir berørt av tiltaket, jf. utredningsinstruksen.

Kulturtanken har valgt å følge utredningsinstruksen¹ i arbeidet.

Kulturdepartementet understreker imidlertid at en eventuell nasjonal arena for digital formidling i DKS-ordningen bør utvikles med et langsiktig perspektiv, og at den ikke avgrenses til koronasituasjonen. Samtidig ønsket vi å bygge på erfaringene fra koronatiden. I tråd med dette peker utredningen både på problemstillinger og behov som oppsto våren 2020, og dessuten på de mer langsiktige innvirkningene digitalisering har på DKS.

Utredningen vurderer ikke i hvilken utstrekning DKS skal eller bør tilby digitalt formidlede opplevelser i fremtiden, men kartlegger hvilke muligheter og utfordringer det medfører å formidle DKS-tilbudet digitalt. Den vurderer og anbefaler også tiltak som kan møte behovene og utfordringene som er identifisert av feltet.

I arbeidet med utredningen har Kulturtanken konsultert DKS-nettverket (fylkeskommuner og kommuner), kunstnerorganisasjoner, kulturinstitusjoner og organisasjoner som arbeider med barn og unge.

¹ <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/instruks-om-utredning-av-statlige-tiltak-utredningsinstruksen/id2476518/>

2 Hovedfunn

Vi må utnytte moglegheitene som ligg i teknologien, slik at digitalt formidla kunst og kultur ikkje mistar viktige kvalitetar i prosessen, men heller får tilført nye kvalitetar.²

Erfaringene som er gjort med en digital formidling av DKS-tilbudet som blir kartlagt i denne utredningen, viser at overgangen fra en «analog» til en digital formidling av DKS-tilbudet oppleves som både givende og krevende for aktørene som er involvert: Når formidlingen endres, endres vilkårene for produksjon, kvalitetsvurdering, distribusjon, honorering, rettighetsklarering, rollefordelingen mellom kultur og skole, implementering i skolen og elevenes deltakelse. På lik linje med andre typer digitaliseringsprosesser viser erfaringene med en digital formidling av DKS-tilbudet at når man tar i bruk nye digitale muligheter, fører det gjerne til dyptgripende endringer som utløser nye behov. Behovene er både av teknisk, administrativ og kulturpolisk art. Funnene i utredningen underbygger Kulturmeldingas konklusjon om at en kulturpolitikk som er rettet mot digitalisering, bør tilrettelegge for gode rammevilkår og insentiver som stimulerer til innovasjon og samarbeid mellom ulike kompetansetilgjeng, samtidig som hensynet til opphavsretten, vern mot misbruk og nye inntektskilder for kunstnere og andre rettighetshavere blir sikret.³ I tillegg viser funnene i utredningen at det oppstår særlige utfordringer når et digitalt DKS-tilbud skal iverksettes i skolen.

Funnene i utredningen kan oppsummeres i seks punkter:

1. Når arbeidet med digital formidling koordineres, vil det bidra til økt måloppnåelse i DKS

En koordinert innsats for digital formidling kan bidra til å oppnå kulturpolitiske målsettinger og til å sette Kulturtanken i bedre stand til å løse sitt mandat. Spesielt gjelder dette for satsingen på et sektorovergripende samarbeid med utdanningssektoren på digitale flater og med miljøer med produksjons- og IT-kompetanse.

Anbefalte tiltak

- Etablere en plan for samarbeid, rollefordeling og målsetting for digital formidling i DKS i samarbeid mellom fylkeskommuner, kommuner og Kulturtanken.

² Kulturdepartementet, *Kulturens Kraft: Kulturpolitikk for framtida*, 47.

³ *Kulturens kraft*, Meld. Storting 8 (2018-2019), s. 50.

2. Kvalitetsbegrepet har endret seg på grunn av pandemien, en endring som fortsetter

Overgangen til en digital formidling under koronapandemien har ført til en endret forståelse av kvalitetsbegrepet. Samtidig som enkelte aktører ser en mulighet til å nå et bredere publikum og til en kunstnerisk utvikling når man i større grad begynner å bruke digitale midler til formidlingen, oppfatter andre dette som en nødløsning. Kulturtanken bør derfor sikre at det digitale ikke utvikles på bekostning av det fysiske møtet, men at det blir lagt til rette for at nye tilleggs kvaliteter blir utforsket ved en digital formidling.

Anbefalte tiltak

- Etablere nasjonale møteplasser og nettverksarenaer for kunnskaps- og erfaringsdeling som er knyttet til en digital formidling

3. Ved en digital formidling er det nødvendig med nye samarbeidsformer på tvers av sektorer og kompetanseområder

Utredningen har avdekket et stort behov for en ny type kompetanse og for incentiver som legger til rette for etableringen av tverrsektorielle samarbeidsformer, utviklingsarbeid og nettverksarenaer.

Anbefalte tiltak

- En tilskuddsordning til utviklingen av digitale formidlingsprosjekter som skal styrke samarbeidet mellom kunstsektoren og sektorer med kunnskap om digitale verktøy og produksjonskompetanse, kan tilføre nye kvaliteter i den digitale formidlingen.

4. Et manglende rammeverk for honorering, opphavsrett og vederlag bremser arbeidet med en digital formidling

I overgangen fra en analog til en digital formidling blir også formidlingen flyttet fra et område der honorar og vederlag i større grad er regulert, til et område der det i mindre grad er det. Det medfører til dels store utfordringer når aktørene i og utenfor DKS skal håndtere dette, og her er det et stort ønske om at en aktør som Kulturtanken kan bidra til å utforme nasjonale standarder.

Anbefalte tiltak

- Nasjonale standarder i DKS for hvordan kunstnere i digitalt formidlede produksjoner skal honoreres, blir utredet.

5. En økt kompetanse på og utvikling av verktøy for interaksjon på digitale flater kan bidra til å skape nye rom med virkning og deltakelse for barn og unge

Overgangen fra analoge til digitale arenaer endrer også premissene for deltakelse fra barn og unge. Mulighetene bør styrkes for at barna og de unge får oppleve kunst og kultur i et samspill mellom analoge og digitale formidlingsformer.

Anbefalte tiltak

- Arbeidet for at barn og unge får muligheter til å medvirke, samhandle med og delta på digitale flater, bør styrkes.
- Hvordan DKS kan bidra til at hybride formidlingsformer reflekterer barn og unges digitale liv og hverdag, bør utforskes.

6. Nye distribusjonskanaler blir viktigere når infrastrukturen skal styrkes og skolens egne digitale verktøy skal tas i bruk

Utredningen har funnet at det medfører utfordringer å iverksette et digitalt DKS-tilbud i skolen, og at det fører til merarbeid for administrasjonene i DKS, samtidig som det allerede er utviklet løsninger utenfor DKS-apparatet på noen av utfordringene gjennom digitale læringsplattformer av ulik slag.

Anbefalte tiltak

- Det bør utvikles en prosesstøtte for og distribusjon av digital formidling i DKS-portalen.
- Det bør utvikles gode rutiner for å melde inn digitale produksjoner, og det bør sikres at statistikk for digitale DKS-produksjoner gjennom portalen blir hentet inn.

3 Bakgrunn

Da Norge stengte ned i mars 2020, fikk det store konsekvenser for gjennomføringen av Den kulturelle skolesekken (DKS) og for kunst-, kultur- og skolesektoren som den er en del av. Alle de gjenværende DKS-arrangementene for skoleåret 2019–20 ble avlyst. Situasjonen førte til at en digital formidling av DKS-tilbudet, og kunst og kultur generelt, ble produsert og utprøvd i større skala enn tidligere.

Koronasituasjonen har bidratt til endringer som kan vise seg å innebære et paradigmeskifte i arbeidet med digital formidling. Tidligere har den digitale formidlingen vært mindre relevant for hvordan DKS har blitt gjennomført, men nå pågår det prosesser som påvirker hvordan organisasjonen fungerer både på kort og lang sikt. Bakgrunnen for at Kulturtanken har utredet spørsmålet om en nasjonal arena⁴ for digital formidling for DKS, er derfor tredelt:

- Det analoge DKS-tilbudet ble avlyst for store deler av våren 2020. Situasjonen førte til det som fylkeskommuner selv har omtalt som en «panikkartet» satsing på digitalt formidlede og distribuerte DKS-opplevelser.
- En mer langsiktig digitaliseringsprosess i samfunnet generelt og kulturen spesielt som pågår, er en del av det utløsende aspektet. Barna og de unge som er målgruppen for DKS, har en stor del av sine kulturopplevelser på digitale flater, og de offentlige tjenestene skal i større utstrekning foregå digitalt.
- Et økende kostnadsnivå i ordningen fører til en risiko for mindre aktivitet hvis tilskuddet til ordningen ikke økes for å kompensere for kostnadsveksten. Med reduserte midler vil DKS-opplevelser som distribueres og formidles digitalt, kunne fremstå som et kostnadseffektivt alternativ.

Utredningen redegjør for hvilke rammevilkår og hva slags tilrettelegging som bidrar til at digital formidling av DKS kan skje med høy kvalitet, både i en beredskapssituasjon og på lengre sikt.

⁴ Når det gjelder arena som begrep, er det mange ulike definisjoner, avhengig av perspektiv og fagfelt. I denne utredningen forholder vi oss til følgende definisjonen av «digital arena»: «en nettbasert møteplass som tillater interaksjon og samspill mellom to eller flere aktører. Nettsteder brukt for å utveksle ideer og erfaringer, nettforumer og sosiale nettverkstjenester kan i denne sammenheng oppfattes som digitale arenaer.» <https://www.udir.no/kvalitet-og-kompetanse/profesjonsfaglig-digital-kompetanse/rammeverk-larerens-profesjonsfaglige-digitale-komp/vedlegg/>

4 Mandat, metode og grupper av interessenter

Kulturtanken jobber på flere fagområder med digital formidling, og vi har derfor avholdt møter og et større arbeidsseminar med ressurspersoner i organisasjonen. Vi har også innhentet skriftlige innspill fra pågående utviklingsprosjekter, som FoNT, KunstLab og arbeidet med DKS-portalen.⁵

I tillegg til at vi hentet inn kunnskap i vår egen organisasjon, identifiserte vi fire grupper av interessenter: barn og unge, skolesektoren, kunst- og kulturinstitusjoner og organisasjoner samt fylkeskommuner og kommuner.

Kulturtankens rapport *Barn og unges stemmer – kunst og kultur* (BUSK rapporten)⁶ gir utredningen et godt kunnskapsgrunnlag om barn og unges kulturbruk også på digitale flater.⁷ I denne utredningen ønsker vi å peke på noen overordnede tendenser for barn og unges kulturbruk på digitale flater i tillegg til skolens digitale strategier og muligheter for å ta imot kulturtilbud som formidles digitalt.

Utredningsarbeidet har fokusert på å hente erfaringer fra DKS-nettverket som består av kommuner og fylkeskommuner. Vi bygger derfor utredningen på erfaringer som har kommet til Kulturtanken gjennom dialogmøter som ble gjennomført våren 2020, hvor digitale løsninger har vært diskutert som en deltematikk. I tillegg har Kulturtanken mottatt innspill fra fylkeskommuner og direktekommuner på hvordan de stiller seg til at Kulturtanken utreder spørsmålet. For å sikre at vi fikk innspill fra fylkeskommunene, henvendte vi oss til DKS-nettverket ved leder Nina Badendyck. Gjennom nettverket påtok Viken fylkeskommune seg å representere fylkeskommunene. Vi møttes med Viken, produsent Katrine Kirsebom og Tanja Flaten Steen. For å sikre at utøvernes perspektiv var representert i samtalene, tok Viken fylkeskommune initiativ til å invitere Bo Anders Sundstedt, direktør for Unge Viken Teater, med inn i samtalen.

⁵ En gjennomgang av tiltakene Kulturtanken har ansvar for, er lagt ved i utredningen.

⁶ I forbindelse med regjeringens barne- og ungdomskulturmelding gjennomførte Kulturtanken våren 2019 et omfattende medvirkningsarbeid for å få innspill fra barn og unge om de erfaringene de har hatt med kunst og kultur og hvilke tanker de har gjort seg om dette.

⁷ Overlappende med utredningsarbeidet har Kulturtanken også en utlysning knyttet til kartleggingen av de erfaringene elever og lærere har gjort med digitalt formidlede DKS-tilbud under pandemien. I løpet av første kvartal 2021 vil det derfor komme mer kunnskap om hvordan tilbudet har blitt mottatt.

Flere rapporter har kartlagt hvordan koronapandemien har påvirket kulturfeltet. Blant annet hentet Kulturrådet inn kunnskap, mens kunstnerorganisasjonene hadde samlet inn erfaringer fra sine medlemmer. Disse rapportene utgjør bakgrunnskunnskap for utredningsarbeidet.

Norsk Publikumsutvikling har vært en sentral organisasjon når det gjelder å hente inn kunnskap og kartlegge publikum. De fikk derfor i oppdrag å kartlegge hvordan institusjoner arbeidet med digital formidling i koronatiden og å lage en oppsummerende analyse av innsikten sammenstilt med tidligere undersøkelser de har gjort. I løpet av august intervjuet NPU følgende institusjoner: Dansens Hus, Deichman, Det Norske Teatret, Festspillene i Bergen, Kilden Konsert- og Teaterhus, Munchmuseet, Oslo-filharmonien, Stiklestad Nasjonale Kultursenter og Stiftelsen Cultiva.

I august sendte vi ut en undersøkelse til sju kunstnerorganisasjoner om hvilke erfaringer de har hatt med digital formidling. Vi mottok svar fra CREO, Norsk Jazzforum, Skuespillerforbundet og Norske Dansekunstnere.

I neste kapittel gjennomgår vi funnene fra erfaringsinnhentingene.

5 Erfaringer fra og behov hos interessentgrupper

5.1 Kulturbruken til barn og unge

Hovedfunn

- Sett med barn og unges egne øyne gir det liten mening å snakke om det digitale som noe eget og løsrevet fra de fysiske omgivelsene for øvrig. Digitale verktøy og plattformer er knyttet uløselig til hverdagen deres og noe de forholder seg til på lik linje med alle andre arenaer og verktøy.
- Det er muligheten for interaksjon og dialog som motiverer barn og unge til å logge seg på internett og digitale plattformer. Akkurat som fotballbanen eller fritidsklubben er sosiale medier og internett primært et sted de oppsøker for å omgås venner og likesinnede.
- I mange tilfeller foregår sosialiseringen på en og samme tid både digitalt og ved at de er i fysisk nærhet til hverandre, som når dataspillentusiastene samles til egne lan-arrangementer. Mange barn og unge ønsker derfor at personer med beslutningsmyndighet og voksensamfunnet generelt i større grad anerkjenner den digitale omgangsformen som verdifull og en sentral del av livet til barna og de unge.
- Barn og unge bruker de digitale arenaene både til å oppleve kunst og kultur og til å være sosiale. For dem er det lite skille mellom digitale arenaer og andre arenaer, som fotballbanen eller kulturhuset.
- Barn og unge ønsker flere møteplasser for å dele digitale erfaringer. De ønsker også at de voksne skal ta de digitale arenaene på alvor.

Et digitalt formidlet kulturtilbud som gir gjenklang hos barn og unge, forutsetter en forståelse for deres kulturelle og sosiale liv. Vi vet i dag at en stor del av barne- og ungdomskulturen utspiller seg på de digitale plattformene og gjennom digitale verktøy. 97 prosent av barna og de unge i alderen 9 til 18 år har egen mobil,⁸ og 90 prosent i samme aldersgruppe er på et eller flere sosiale medier.⁹

I BUSK-rapporten blir det understreket hvor viktig det er å forstå drivkraften bak digitale plattformer og begrunnelsene for bruken av dem. Det virker ikke som om det er det digitale i seg selv som driver bruken av dataspill og digitale kommunikasjonsverktøy, men mulighetene for å skape og ta del i sosiale fellesskap. Deltakerne beskriver en kulturbruk som beveger seg sømløst mellom digitale plattformer og fysiske arenaer. Hvilke arenaer og plattformer de

⁸ Medietilsynet, *Barn og medier 2020: Om sosiale medier og skadelig innhold på nett*, 5.

⁹ *Ibid.*, 13.

opp søker, er i stor grad drevet av hvilke interesser de har, hvor vennene deres er og hva som er tilgjengelig.¹⁰

Et gjennomgående trekk ved barne- og ungdomskulturen er de relasjonelle og sosiale kvalitetene. Denne kulturen består av en rekke former for møteplasser, der kunst og kultur inngår som en sosial aktivitet, blant annet for å pleie vennskap som allerede er etablert, eller stifte nye. Både fysiske og digitale møteplasser, Ung Kultur Møtes (UKM) og kulturskoler så vel som TikTok, Snapchat og dataspillet Fortnite utgjør arenaer der barn og unge treffer og aktivt omgås likesinnede. Gjennom den sosiale interaksjonen som barne- og ungdomskulturen i stor grad er tuftet på, opplever barna og de unge tilhørighet, anerkjennelse og mestring.¹¹

5.1.1 Demokratisering og deltakelse

Digitaliseringen av barne- og ungdomskulturen oppleves som demokratiserende på to måter. For det første har internett senket terskelen for å oppleve og skape kunst og kultur som henholdsvis konsument og produsent. Med fremveksten av sosiale medier og en rekke nett- og mobilapper har barn og unge i stadig større grad også inntatt rollen som såkalte «prosumers» (Silver 2009; Smyth et al. 2018), der grensen mellom passivt forbruk og aktiv kreativitet viskes ut. For det andre har internett gjort det mulig for mennesker som ikke opplever noen tilhørighet til populærkulturen, å komme i kontakt med hverandre. Dette har gjort det enklere for dem å etablere grupperinger og aktiviteter på siden av det mest utbredte og tilgjengelige kunst- og kulturtilbudet der deltakelsen betinges av andre preferanser enn de vanlige, eksempelvis Cosplay.¹²

Beskrivelsene i BUSK-rapporten gjør det tydelig at barn og unges kulturbruk ofte har en global karakter. Det er vanlig å danne bekjentskap på tvers av landegrensene eller inngående kunnskap om kulturfenomener fra den andre siden av jordkloden. Mange oppdager nye artister og kunstneriske uttrykk gjennom anbefalinger på strømmetjenester eller sosiale medier, og internett åpner for at ungdom i distriktene kan delta i den globale ungdomskulturen på lik linje med alle andre. Mens det lokale aktivitetstilbudet ofte beskrives som smalt og dominert av idrett, er det gjennomgående i erfaringene som deles, at internett har resultert i en utvidelse av kunst- og kulturtilbudet.

¹⁰ Kulturtanken, *Barn og unges stemmer – Kunst og kultur: Innspill til barne- og ungdomskulturmeldingen*, 58.

¹¹ Kulturtanken, *Barn og unges stemmer – Kunst og kultur: Innspill til barne- og ungdomskulturmeldingen*, 46.

¹² Cosplay er en form for rollespill der personene kler seg ut som bestemte rollefigurer, særlig fra japansk populærkultur.

5.1.2 Utfordringer ved den digitale tilstedeværelsen

Mange ungdommer opplever imidlertid også problematiske sider som er knyttet til bruken av internett generelt og sosiale medier spesielt. De sosiale relasjonene må hele tiden iscenesettes og kvantifiseres gjennom for eksempel *likes* og *streaks*. Ungdommer uttrykker at de er bekymret for praksisen med å redigere og pynte på bildene før de deles, fordi det skaper kroppspress og urealistiske idealer som er knyttet til fasade og utseende. Mange er også redd for at bildene og videoene skal havne på avveie og deles uten deres samtykke.¹³ De sosiale mediene åpner dessuten for sjikane, uthenging og krenkende omtale i mer eller mindre anonyme former. Ifølge Ungdata har dette resultert i en stadig mer aktuell form for mobbing – nemlig digital mobbing.¹⁴

Flere beskriver en generasjonskløft når det gjelder ny teknologi, særlig dataspill og sosiale medier.¹⁵ For noen springer denne opplevelsen ut av de voksnes manglende erfaring med hvordan det er å være ung på de sosiale mediene og presset de utsettes for der. Andre forteller at de voksne ikke forstår barne- og ungdomskulturen, og beskriver hvordan foreldrene ikke anerkjenner for eksempel dataspill og YouTube som rettmessige kulturuttrykk. Mange barn og unge mener dessuten at de voksnes grensesetting ofte skyldes en unødvendig bekymring og manglende erfaring og at de undervurderer den digitale kompetansen som barn og unge har.

Til tross for at den digitale interaksjonen og opplevelseskulturen ligger som en overbygning for de fleste norske barn og unges hverdag, uttrykket mange av dem likevel et tydelig behov for fysiske møteplasser der de kan samles. BUSK-rapporten viser at de ikke ønsker at sosiale medier og digital formidling av kunst og kultur skal erstatte fysiske arenaer for kunst- og kulturopplevelser. Rapporten *Møteplass datakultur* viser også at det er et stort behov for å skape attraktive møteplasser der datainteressert ungdom kan produsere, utvikle og spille med hverandre – i kombinasjon med andre aktiviteter som idrett og fysisk aktivitet.¹⁶ Det å møtes ansikt til ansikt eller for eksempel å oppleve musikk på konsert, beskrives ofte som det aller beste. Mange er bekymret for at de og generasjonen deres for øvrig tilbringer for mye tid foran skjermen.¹⁷

¹³ Kulturtanken, *Barn og unges stemmer – Kunst og kultur: Innspill til barne- og ungdomskulturmeldingen*, 62.

¹⁴ Bakken, *Ungdata 2019: Nasjonale resultater*, 112.

¹⁵ Kulturtanken, *Barn og unges stemmer – Kunst og kultur: Innspill til barne- og ungdomskulturmeldingen*, 62.

¹⁶ Ungdom og Fritid et al., *Møteplass datakultur*, 7.

¹⁷ *Ibid.*, 62.

5.2 Digitalisering, skole og DKS

Hovedfunn

- Personvernforordningen (GDPR) setter klare rammer og begrensninger for bruken av teknologi i skolen og ivaretar elevenes personvern og datasikkerhet. Den digitale formidlingen av DKS må forholde seg til GDPR og må primært foregå i samarbeid med aktører som har databehandleravtale, og som tilbyr pålogging med Feide.
- Kulturtankens mandat og koblingene mellom DKS og læreplaner åpner for ulike typer samarbeid med lærerne om digital formidling i DKS. I mange digitale produksjoner og opplevelser kan lærerne få tildelt en viktigere rolle som formidler sammenliknet med analoge kunstmøter. Kunstfaglig kompetanse i skolen er likevel en knapphetsfaktor det er nødvendig å være bevisst på.
- Undersøkelser viser at det i stor grad er skoleeier og skoleledere som beslutter hvilke digitale ressurser som hver enkelt skole har tilgang til. Dette kan med andre ord variere fra skole til skole. Skolens digitale infrastruktur, særlig de digitale enhetene, setter også klare rammer for all digital formidling i skolen. Hvis man tilbyr skolene opplevelser og produksjoner som krever kraftig eller spesialtilpasset program- eller maskinvare hos mottakeren, vil det potensielt utelukke mange elever. Det er naturlig å se til Kulturtankens satsing på KunstLab og digitale læringslaber i skoler og lærerutdanninger (nettverket Future Classroom Lab) for pilotering og utvikling på feltet.

Den kulturelle skolesekken er tuftet på samarbeidet mellom kultur- og opplæringssektoren. Kulturtanken har i sitt mandat «[å] arbeide for god forankring og tett samarbeid mellom skole- og kunstsektor».¹⁸ I dette kapitlet drøfter vi på hvilken måte Kulturtanken som statlig fagetat kan ivareta balansen og rollefordelingen mellom skole og kultursektor når digital formidling skjer i større skala enn tidligere. Hvilke muligheter og utfordringer er knyttet til iverksettingen av et digitalt DKS-tilbud med skolen som nedslagsfelt?

Kapitlet er basert på forskningsrapporten Monitor 2019¹⁹ og undersøkelsen Spørsmål til skole-Norge, samtaler med ansatte i Kulturtanken som er knyttet til skoleprosjektet, møtet med Elevkanalen og ulike rapporter og nettsider.

5.2.1 Bakgrunn: digitaliseringens rammer i skolen

Skolens infrastruktur og digitale økosystemer og lærerne og elevenes kompetanse er komplekse områder som hver for seg kunne ha forsvart egne avsnitt eller kapitler. Av

¹⁸ Kulturtanken online, *Mandat for Kulturtanken – Den kulturelle skolesekken Norge*.

¹⁹ Fjørtoft, Thun og Buvik, *Monitor 2019: En deskriptiv kartlegging av digital tilstand i norske skoler og barnehager*.

plasshensyn vil vi nøye oss med å peke på at infrastrukturen gir ulike muligheter og begrensninger, særlig når det gjelder kvaliteten på internettforbindelsen, utstyrstettheten og tilstanden til de digitale enhetene. I tillegg at fagenes egenart og de tilgjengelige ressursene (både fra forlag og andre aktører) rammer inn aktivitetene i klasserommet og virker i samspill med de digitale økosystemene fra aktører som Google, Microsoft og Apple samt skolens læringsplattformer.

Hvis den digitale formidlingen av kunst og kultur kan ha en plass i skolens digitale utvikling, setter det store krav til både skole- og kultursektoren for å realisere mulighetene som finnes. På mottakersiden vil det avhenge av skolens infrastruktur, leverandører og digitale økosystemer samt kompetansen hos lærere og elever. Fra avsendersiden stilles det også krav til at de digitale DKS-tilbudene balanserer hensynet til personvern og informasjonssikkerhet.

Personvernforordningen (GDPR) legger sterke begrensninger på bruken av de digitale verktøyene og tjenestene i undervisningen. Aktørene som ønsker å levere tjenester og innhold til skolen, må som en hovedregel inngå databehandleravtaler som sikrer at personopplysninger blir behandlet i samsvar med regelverket og setter rammer for hvordan databehandleren kan behandle opplysninger.

Det er ganske ujevn tilgang til digitale enheter (nettbrett og datamaskiner) og digitale læremidler og læringsressurser i norsk skole. Enkelte skoler tilbyr elevene personlige enheter, andre steder er det vanlig å dele på enhetene eller å bruke klassesett ved behov. Lærerne har metodefrihet når det gjelder aktivitetene som er knyttet til læring og undervisning, men tilgangen og bruken styres i hovedsak av skoleeiere, som tar beslutningene om innkjøp.²⁰

5.2.2 Læreren som formidler av digital kunst og kultur

Når DKS-opplevelsene formidles digitalt, vil det kunne åpnes for nye roller, hvor læreren vil få en større rolle og et større ansvar for hvordan opplevelsen formidles. Dette er et av hovedfunnene i rapporten «Munch in schools. Insight delivery from EGGS Design», hvor designbyrået EGGS Design på vegne av Munchmuseet kartla mulighetene og utfordringene som var knyttet til den digitale formidlingen av Edvard Munchs kunst i DKS.²¹ I rapporten

²⁰ Rodge et al., *Spørsmål til Skole-Norge Analyser og resultater fra Utdanningsdirektoratets spørreundersøkelse til skoler og skoleeiere våren 2020*, 111.

²¹ EGGS Design, *Munch in schools. Insight delivery from EGGS Design*, 7-8.

blir det understreket at dette kan handle om både teknisk og kunstfaglig kompetanse, kompetanse som lærerne i ulik grad kan tenkes å besitte eller få mulighet til å erverve seg. Den kunstfaglige kompetansen hos lærerne varierer mye, da bare halvparten av dem som underviser i kunst og håndverk i grunnskolen, har studiepoeng i faget. DKS er ikke utelukkende koplet til faget kunst og håndverk, men DKS-tilbudet tilbyr kunst- og kultur møter på tvers av fagene. Det betyr at lærere med ulik fagbakgrunn knytter kunst- og kultur møtene i DKS til undervisningen, men bare et fåtall har kunstdidaktisk kompetanse. Teknologien kan være et godt verktøy for undervisning og læring, men lærernes teknologiske kompetanse er avgjørende for om teknologien bidrar positivt til skolens undervisning og læring.²²

Det kan være betimelig å stille spørsmål om hvorvidt formidlingen av kunst og kultur møter flere utfordringer enn formidlingen av skolefagene. Ikke bare på grunn av fagkompetansen hos lærerne, men fordi for kunstdidaktisk praksis er et felt i spenningspunktet kunst og skole. I forbindelse med den digitale kompetansen viser undersøkelsen «Spørsmål til Skole-Norge» at ni av ti lærere oppgir at de har fått bedre digital kompetanse under koronapandemien.²³ Men samtidig opplevde både skoleledere og lærere en stor arbeidsbelastning. Undersøkelsene som er gjort, sier ingenting om hvordan lærerne bruker digital formidling av kunst og kultur eller hvilke forventninger eller holdninger til den de har. De sier heller ikke noe om hvorvidt dette har endret seg i løpet av koronapandemien. Det at en høy andel av lærerne oppgir at den digitale infrastrukturen er tilfredsstillende, og at det har forekommet en stor økning i bruken av de digitale læremidlene, kan imidlertid være positivt med tanke på bruken av digital formidling i DKS. Den økte bruken av digitale læremidler kan måles nøyaktig med Feide (se avsnitt 3.2.3), hvor antall innlogginger økte enormt etter at skolene stengte i mars 2020.

5.2.3 Digitale distribusjonskanaler inn til norske elever

Feide er den nasjonale løsningen for å gi brukerne i skole, utdanningssektor og forskning en trygg og riktig tilgang til en rekke digitale tjenester og ressurser. Med Feide får brukerne ett brukernavn og passord å forholde seg til, samtidig som systemet begrenser flyten av

²² Rønningsbakk, *Når didaktikken møter de digitalt innfødte: Teknologistøttet læringsarbeid i skolen i lys av tradisjonell og nyskapende undervisning*, 2019.

²³ Federici og Vika, *Spørsmål til Skole-Norge: Analyser og resultater fra Utdanningsdirektoratets spørreundersøkelse til skoleledere, skoleeiere og lærere under korona-utbruddet 2020*, 68.

personopplysninger til det som er nødvendig for å oppnå ønsket tilgang. Nesten alle elevene i grunnopplæringen har en Feide-brukerkonto, og ansvaret for Feide ligger hos Utdanningsdirektoratet. Den digitale formidlingen av DKS bør tilby innlogging med Feide, særlig av personvernmessige hensyn. Rent praktisk er skolenes læringsplattformer den enkleste veien til innlogging med Feide (se avsnitt om læringsplattformer under).

Et interessant eksempel på digital formidling av kultur til skolen med Feide-pålogging og databehandleravtale kommer fra Elevkanalen. Elevkanalen er en plattform fra TV2 Skole, men TV2 Skole betegner seg selv som et av flere forlag i kanalen, og fremholder at plattformen er en aggregator for innhold. Dette betyr at det på Elevkanalen finnes innhold fra forlag, organisasjoner og mediehus i tillegg til innholdet som kommer fra TV2. Det er enkelt for lærerne å styre hva slags innhold elever og grupper av elever skal ha tilgang til. Under koronapandemien inngikk Strømmeteatret samarbeid med Elevkanalen og strømmet forestillingen *Prinsessen som ikke kunne gå ut*, beregnet på første til fjerde trinn.

De digitale læringsplattformene er nettbaserte systemer som organiserer og tilrettelegger læringsinnholdet, og som benyttes av lærere, elever og foresatte. Noen eksempler på vanlige læringsplattformer i Norge er itslearning, Fronter, Teams (Microsoft), Gsuite for Education (Google) Moodle og Visma in School. For grunnskolen har bildet mange fasetter, med mange ulike tilbydere av læringsplattformer. Det kan også være forskjellige plattformer i bruk på skolene i samme kommune.

Datatilsynets krav til læringsplattformene er at de skal bruke sterk autentisering, at det skal foreligge en god databehandleravtale, og at de skal gjennomføre en risikovurdering.

5.2.4 Teknologisk mulighetsrom for digital kunst- og kulturformidling i skolen

Erfaringene med innovativ digital kunstformidling (se vedlegget «Innovativ formidling av kunst- og kulturopplevelser») av nyere dato spenner fra produksjoner med avansert omsluttende VR-teknologi til en innovativ bruk av eksisterende plattformer for web- og videokonferanser. Når man bruker enklere digitale kunstopplevelser som benytter videokonferanseløsninger på digitale plattformer eller i nettleseren, krever det lave kostnader å ta i bruk teknologien, og til tider er teknologien gratis.

Bruken av VR-briller i skolen og DKS har vært en utfordring allerede før koronapandemien i form av liten utbredelse, kostbart og plasskrevende utstyr og manglende kunnskap om teknologien (se kapitlet «Innovativ teknologi i skolen» i vedlegget). Med dagens

smitteverntiltak kan det også være problematisk å dele omsluttende VR-briller. Det finnes likevel lommer av rom og læringslaber²⁴ med teknologifokus i skoler og i lærerutdanningen, hvor infrastruktur og utstyr for VR-innhold er til stede. Kulturtanken har også *digitale sanserom* under utvikling i satsingen Kunstlab²⁵, hvor de projiserer 3D-bilder på et stort lerret i et klasserom eller en gymsal sammen med omsluttende lyd og enkle 3D-briller som er kjent fra kino. Det er mulig å samordne og utrede disse ulike initiativene med tanke på å utforske mulighetene for innovativ, digital formidling.

For begge formater vil den største utfordringen i DKS være å heve kompetansen til DKS-produzentene og utøverne slik at eksisterende produksjoner kan tilpasses og helt nye produksjoner kan utvikles, og at det i ulik grad kan gis tilgang til studiofasiliteter, ressurser og teknologi for produksjon og avvikling av denne typen digitale forestillinger.

Et tiltak kan være å etablere et nasjonalt kunstlaboratorium som gir den etterlyste og nødvendige teknologiske støtte for å realisere nye digitale produksjoner i DKS.

5.3 Kunstnerorganisasjoner og kulturinstitusjoner

Hovedfunn

- Verdien av kunst- og kulturuttrykk som formidles analogt, er blitt forsterket hos institusjoner og kunstnere, særlig hos dem som jobber med sceniske uttrykk.
- Flere ønsker ikke å erstatte uttrykket som formidles analogt, med et digitalt. De begrunner dette med at det sosiale fellesskapet og interaksjonen med publikum forsvinner.
- Flere institusjoner ønsker likevel å ta i bruk digital formidling der de opplever at kunsten deres kan bidra til å skape nye fellesskap digitalt.
- Flere trekker frem utfordringer forbundet med arbeidet med digital formidling, hvor utfordringene er knyttet til problemer med rettighetene, et endret kvalitetsbegrep og behovet for nye samarbeidsformer og samarbeidsformer på tvers av sektorer.
- Institusjonene og kunstnerne opplever at verdien i analogt formidlede kunst- og kulturuttrykk er blitt forsterket, særlig de som jobber med sceniske uttrykk.

²⁴ Disse er tilknyttet nettverket Future Classroom Lab (koordinert av European Schoolnet), en sammenslutning av europeiske kunnskapsministerier.

²⁵ Se vedlegg for beskrivelser.

Dette kapitlet er basert på kunnskap som er hentet inn av Norsk Publikumsutvikling (NPU) på oppdrag fra Kulturtanken²⁶ samt innspill fra NODA, Norsk Jazzforum og Norsk skuespillerforbund. Formålet med NPUs oppdrag og henvendelsen til kunstnerorganisasjonene har vært å kartlegge hvordan institusjonene har gjennomført alternative digitale formidlingsformer under koronapandemien, hvilke erfaringer de har gjort seg og hvilke muligheter de ser for seg fremover. Sett under ett representerer institusjonene og organisasjonene alle de ulike kunstuttrykkene. Dette har gjort det mulig å få et innblikk i ulikheter mellom kunstfelt og samtidig se hvilke likheter som gjør seg gjeldene på tvers.

Et gjennomgående trekk ved beskrivelsene i NPU-rapporten er at arbeidet med den digitale formidlingen tok en ny vending i august 2020. Da koronapandemien først rammet kunst-institusjonene, tok de mange raske beslutninger om å prøve ut og eksperimentere med nye former for digital formidling. Dette arbeidet hadde som målsetning å sikre at de planlagte arrangementene kunne gjennomføres i en eller annen form i en akutt situasjon. Etter sommeren har institusjonene i større grad planlagt langsiktig for høsten 2020 og for 2021. En rekke utfordringer blant både kunstnerne og institusjonene som gjorde seg gjeldende våren 2020, vil imidlertid måtte løses før erfaringene kan omsettes i velfungerende planer.

5.3.1 Manglende rammeverk for forvaltning av rettigheter

Både institusjoner og kunstnerorganisasjoner gir uttrykk for at arbeidet med digitale produksjoner synliggjør utfordringene som rettighetene medfører. Problemene med rettighetene berører både eierskap, bruk av opptak, lagring og modeller for hvordan kunstnerne skal honoreres.

NPU peker på at alle institusjoner har ulike utfordringer knyttet til rettigheter og digitale visninger, men at det går et skille mellom «[de] kunstproduserende institusjonene på den ene siden og de rent programmerende og formidlende institusjonene på den andre siden».

Institusjonene som formidler kunst og kultur, har ofte rettigheter til produktet: Munchmuseet eier Munch-maleriene mens Filharmonien i hovedsak kjøper rettighetene til nettopp formidlingen av et verk. For institusjoner som formidler kunst- og kulturopplevelser, er overgangen til digital formidling derfor enklere. Den kunstneriske produksjonen som utføres av kunstnere eller institusjoner, er i større grad forbundet med usikkerhet og manglende

²⁶ Kunnskapsinnhenting *Digital utvikling i institusjonene* ligger i sin helhet vedlagt på slutten av dokumentet.

regelverk når det gjelder digital formidling. De to institusjonene Det Norske Teatret (DNT) og Festspillene i Bergen hadde delvis avklart rettighetene da pandemien inntraff. For Festspillene i Bergen var rettighetene til formidling av digitalt innhold allerede ivaretatt av standard-klausulene i kontrakten, mens DNT hadde avklart rettighetene til enkeltproduksjoner. Dette gjorde det enklere og mindre tidkrevende å iverksette en digital distribusjon.

Både institusjonene og kunstnerorganisasjonene påpeker at det er et konkret behov for å utvikle et regelverk som kan brukes i kontraktene med de medvirkende og forlagene for å sikre rettighetene til den digitale distribusjonen. NODA, som representerer dansekunstnere, understreker at deres utøvere ikke er tilstrekkelig ivaretatt når dansekunst formidles digitalt, og at det derfor må utvikles gode avtaler for hvordan rettighetene skal overdras, og vederlag i tråd med åndsverkslovens bestemmelser.

For Dansens Hus har spørsmålene som er knyttet til vederlag og honorar, vært mindre prekære, da de har fokus på å beskytte rammene for formidlingen.

- Det er konsensus i organisasjonen om at det ikke primært er forestillingene som skal digitaliseres, men andre typer arrangementer og merkevarebyggende kampanjer. De venter på å komme tilbake til en normaltilstand og har signaler fra samarbeidende kunstnere om at publikumet deres higer etter analoge møter, og at publikum allerede har opplevd en digital overdose.²⁷

Dansens Hus ønsker å ivareta og styrke det fysiske møtet, der publikum og kunstner befinner seg på samme sted. I lanseringen av programmet for høsten 2020 skriver Dansens Hus at «*[k]unst og mennesker hører sammen. Ekte møter mellom mennesker og kunst har sjelden vært viktigere*»²⁸, og legger med det opp til en intim sesong.

5.3.2 Kunstnerisk kvalitet

Da pandemien inntraff, ble det nødvendig for både institusjonene og kunstnerne å eksperimentere med nye produksjons- og formidlingsformer. Eksperimentene har gitt diskusjonen om kunstnerisk kvalitet vann på mølla. Flere institusjoner og kunstnerorganisasjoner har vurdert hvilke kvaliteter som går tapt, endres eller kommer til når produksjonen formidles digitalt. Som NPU-rapporten understreker, synes kvalitetsbegrepet å være i bevegelse som et resultat av den digitale eksperimenteringen:

²⁷ NPU, *Digital utvikling i institusjonene*, 7.

²⁸ <https://www.dansenshus.com/artikler/velkommen-til-hosten-pa-dansens-hus>

I arbeidet med å transponere kunsten og kulturmøtet fra det analoge oppsettet hvor publikum og utøver/formidler befinner seg i samme tid og rom til det digitale mediet, har det sosiale aspektet ved kulturopplevelsen blitt tydelig for mange. I lys av de digitale formatene reflekteres det bredere rundt det analoge formatet og hvilke formater som treffer ulike publikumsgrupper på ulike måter. Her inntar respondentene ulike posisjoner. Noen hevder at det analoge *er* selve kulturopplevelsen, og at det digitale kun kan være et tillegg til det analoge. Andre ser ut til å bevege seg i retning av en likestilt strategi hvor analoge og digitale formater eksisterer side om side og utfyller hverandre.²⁹

Fordi det fysiske kunstmøtet er en opplevelse som er begrenset i tid og rom og derfor ikke kan gjenskapes, er det eksklusivt. Det unike oppstår i den uforutsigbare interaksjonen mellom utøver eller verk og publikum. Den unike opplevelsen er ikke nødvendigvis begrenset til bare å gjelde publikum. Som en av musikerne fra Norsk Jazzforum understreker:

Det viktigste i de skoleproduksjonene jeg har vært med på, er det direkte møtet med elevene. På denne måten får de et annet inntrykk av sjangeren og en annen forståelse for musikken. Den kunstneriske kvaliteten blir ikke den samme, når det direkte spillet og dialogen med eleven blir borte. Da kan de like gjerne sitte hjemme i sofaen og se på tv. Jeg tror at dette gjelder spesielt for oss som jobber innenfor såkalte smale sjangre. De må møte oss og oppleve det vi gjør på nært hold for å sette av konsentrasjon til å ta det inn. Den kunstneriske kvaliteten ville ikke bli like god, tror jeg, ved å sende ut en innspilt versjon av konsertene jeg er med på. (...) Når jeg står på scena, er den direkte tilbakemeldingen utrolig viktig. Det er slik jeg vet hvordan jeg skal si neste strofe og hvilken vei jeg skal gå inn i neste sang/fortelling.³⁰

Institusjonene og kunstnerne arbeider med denne utfordringen ved at de i større grad vektlegger de digitalt unike egenskapene i oppstarten av et kunstnerisk prosjekt, og at de på den måten lar det digitale få en mer sentral plass i arbeidet med utviklingen av produksjonen. En viktig tilbakemelding som mange synes å stille seg bak, er at filmingen av en produksjon som ellers er tilrettelagt analogt, i hovedsak er et kvalitetsmessig risikoprojekt. De mener at det er umulig å formidle for eksempel musikk eller scenekunst uten at kunststartenes egenart forringes. NODA poengterer at produksjoner som skal formidles digitalt, bør følge film- og videokunstens regler, kunstneriske visjoner og krav til kompetanse og utstyr. Når man introduserer publikum for dans gjennom filmkunst, går det dermed an å skape en kunstopplevelse, ikke basert på et direkte møte med scenekunsten, men snarere en kunstnerisk gjengivelse av den.

Festspillene i Bergen beskriver et økende behov for det de omtaler som «oversettekompetanse» i skjæringspunktet mellom kunstnerisk kompetanse og kunnskap om digitale

²⁹ NPU, *Digital utvikling i institusjonene*, 4.

³⁰ Innspill fra Norsk Jazzforum.

muligheter og utviklingsrom. Formålet er å utvikle en ny forståelse for kvaliteten i og formidlingen av digitale formater:

Det store spørsmålet slik FiB ser det er ikke teknisk distribusjon og valg av plattformer, men kunstnerisk nyskaping. Det som blir essensielt fremover er å utvikle innhold som fungerer for digital opplevelse. Det handler om å finne de kunstnerne og miljøene som har oversettekompetanse fra analogt til digitalt, og som vil bidra til å utvikle nye formater.³¹

Verdien i kunst- og kulturuttrykk som formidles analogt, er blitt forsterket blant institusjonene og kunstnerne, og spesielt hos dem som jobber med sceniske uttrykk. Flere ønsker ikke å erstatte det analogt formidlede uttrykket med et digitalt. Begrunnelsen er en tydelig henvisning til at det sosiale fellesskapet og interaksjonen med publikum forsvinner. Flere institusjoner ønsker likevel å ta i bruk digital formidling, der de opplever at deres kunst kan bidra til å skape nye fellesskap digitalt.

Mulighetene for institusjoner og kunstnere å utvikle kvaliteten i tilbudet som formidles digitalt, ligger i nye samarbeidsformer og i at ny kompetanse iverksettes. For flere institusjoner ligger det et underutviklet kreativt potensial i å finne nye formater å formidle kunsten på. Dette reflekteres i at flere institusjonen foreslår en egen nettverksarena med fokus på utvikling av gode hybride formater i skjæringspunktet mellom det analoge og det digitale.

5.4 Fylkeskommunene og kommunene

Hovedfunn

- Det analoge møtet er en sterk norm i DKS, mens de anser at den digitale formidlingen er noe som kan skape tilleggskvaliteter og nye muligheter ved siden av (og ikke i stedet for) levende kunstmøter.
- DKS er ulikt organisert i de forskjellige kommunene og fylkeskommunene. Kompetanse og ressurser på digital formidling er dessuten ulikt fordelt. Flere peker på verdien av å sikre dette på et nasjonalt nivå.
- Når formidlingen blir digital, får læreren en større rolle som portvokter, og det medfører utfordringer knyttet til hvordan formidlingen iverksettes i skolen.
- I tillegg viser funnene at DKS opplever de samme utfordringene som kunst- og kulturfeltet for øvrig i forbindelse med spørsmål om kvalitet, honorar og vederlag og hvordan elevene medvirker på digitale flater.

³¹ NPU, *Digital utvikling i institusjonene*, 13.

Som vi understreket innledningsvis, er DKS en lokalt forankret ordning der kommunene og fylkeskommunene har ansvaret for den operative gjennomføringen. Det er de kommunene og fylkeskommunene som programmerer innholdet i DKS, som sørger for distribusjonen ut til elevene, og som evaluerer tilbudet. Som det fremgår av blant annet Kulturtankens kvalitetsrapport, er det en stor lokal og regional variasjon når det gjelder hvordan DKS er organisert og arbeider i de forskjellige kommunene og fylkeskommunene. Dette må sees i lys av at DKS i tråd med prinsippene som er formulert i Stortingsmelding 8 (2007–2008), skal være tuftet på lokal forankring og eierskap. Nettopp dette lokale og regionale eierskapet, sammen med den store variasjonen i hvordan DKS er organisert på kommunalt og fylkeskommunalt nivå, er viktige rammebetingelser som også gjelder for et digitalt formidlet DKS-tilbud.

Fylkeskommunene og kommunene er derfor en viktig interessent i utredningsarbeidet spesielt og en viktig samarbeidspartner for Kulturtanken generelt.

5.4.1 Erfaringer fra arbeidet med digital formidling i fylkeskommunene under koronapandemien

Den digitale formidlingen har vært et tema for en rekke samtaler med fylkeskommunene i perioden. Oppsummeringene baserer seg på referater fra dialogsamtalene mellom Kulturtanken og fylkeskommunene som ble gjennomført i april–mai 2020, respons fra fylkeskommunene på Brev om spillemidler (der Kulturtanken fikk i oppdrag å gjennomføre utredningen) og på erfaringene til Trøndelag fylkeskommune slik de ble presentert under *Øyepå – visningsarena for visuell kultur*.³² I tillegg baserer oppsummeringen seg på innspill fra representanter fra Viken fylkeskommune, som ble utpekt gjennom DKS-nettverket til å bidra inn i utredningsarbeidet med utgangspunkt i den erfaringen de hadde. De deltok på et arbeidsseminar i regi av Kulturtanken 12.08 samt på et oppfølgingsmøte 25.08. Når det gjelder presentasjoner med eksempler på erfaringene med digital formidling i kommuner og fylkeskommuner, viser vi til gjennomgangen som er lagt ved utredningen.

Bortsett fra spørsmålet om Kulturtankens rolle og implementeringen i skolen gjenspeiler samtalene med fylkeskommunene i stor grad problemstillingene på kunst- og kulturfeltet for øvrig. Et viktig moment de trekker frem, er at dette er et pågående utforskningsarbeid som skjer på mange forskjellige arenaer, og som krever mye av aktørene. Siden de står midt oppi

³²ØYEPÅ er en festival om kunst i møte med barn og unge, og en møteplass for alle som jobber med visuell kunst i Den kulturelle skolesekken (DKS). <https://www.kulturtanken.no/kalender/2019/9/18/yep-nasjonal-arena-for-visuell-kunst>

dette arbeidet, er det vanskelig å ha en oversikt og konkludere på det nåværende tidspunkt. Derfor skal de gjennomføre et nettverksmøte med fylkene 14.10, der digitale produkter og korona er temaer. I tillegg har KT tilbudt fylkene overskytende midler fra KT og har bedt om innspill på digitale og smittefrie produksjoner – noe som vil bli vurdert i løpet av oktober.

Det «analoge» møtet som kjernen – det digitale som tillegg

Flere understreker at det analoge møtet mellom eleven og utøveren eller formidleren er kjernen i DKS. Digitaliseringen og mulighetene til å bruke digitale verktøy som en del av formidlingen, åpner muligheter og vekker interesse, samtidig som flere altså understreker at det analoge møtet må være normen. De trekker frem at kunst- og kulturmøtet som blir formidlet digitalt, er en reserveløsning som ikke kan gi noen merverdi eller være noe supplement til det analoge møtet.

Det digitale sjokket – nye muligheter i en krevende overgang

I likhet med kunst- og kultursektoren for øvrig beskriver de at både koronasituasjonen og overgangen til en digital formidling var sjokkartet. Når de skal skildre den digitale satsingen som ble tvunget frem av koronarestriksjonene, bruker de begreper og formuleringer som «panikkartet» og som noe de «kastet seg inn i». De skildrer gjerne arbeidet med den digitale formidlingen som utprøvende: Aktørene vet ikke hva som fungerer, og noen, som for eksempel Viken, prøver ut en rekke former for digital formidling, og de opplever at de får noen overraskelser, og at de lærer mye underveis. På den ene siden opplever de den digitale formidlingen som et mulighetsrom, på den andre siden omtaler de det som svært krevende å skulle omstille seg og produsere og distribuere det digitale tilbudet.

Formidling til skolen og medvirkning fra elevene

En del av merarbeidet i forbindelse med overgangen til en digital formidling under pandemien var knyttet til det å få distribuert og kommunisert tilbudet ut til skolene. Viken gjorde tilgjengelig en stor mengde produksjoner, men de erfarte at læreren i større grad enn tidligere ble en portvokter når tilbudet ble digitalt. Sammenliknet med et analogt tilbud der elevene og utøveren eller formidleren befinner seg i samme rom, får læreren en større rolle med å klargjøre for møtet. Det krever også en tettere dialog mellom DKS og skole. En ekstra

dimensjon her var at det også kunne være krevende å ha oversikt over hvilke digitale ressurser de forskjellige elevene hadde tilgang til gjennom skolen.

Forflyttingen fra et analogt til et digitalt rom skaper også nye muligheter og utfordringer når man skal legge til rette for at elevene medvirker. I det direktesendte impro-teateret fra Det åpne teateret som Viken arrangerte 2. april, og som vi omtalte tidligere, ble det for eksempel svært krevende å moderere kommentarfeltet. Kilden kulturhus har også gjort liknende erfaringer i forbindelse med forestillingen *Culpa*, og i samtalen med NPU peker Kilden på utfordringer som er knyttet til det å bruke store, kommersielle plattformer til strømming av arrangementer der elevene deltar i kommentarfeltet.³³

Kvalitet

Som i kunst- og kultursektoren for øvrig er spørsmålet om kvalitet i digitale produksjoner et hyppig tema. Flere trekker frem at det er sentralt at et digitalt formidlet DKS-tilbud må være av god nok kvalitet til å stå seg mot det innholdet elevene allerede opplever i sin digitale hverdag.

Samtidig som mange uttrykker at det er viktig at det digitale tilbudet må holde høy kvalitet, er mange også usikre på hva dette innebærer, ikke minst innenfor en DKS-kontekst. For Vikens del, som gjennomførte svært mange og ulike digitale produksjoner, var det for eksempel et interessant funn at et så tradisjonelt format som hørespill viste seg å slå svært godt an blant elevene.

Regional frihet, nasjonal kompetanse

Flere understreker at det er viktig at kunst- og kulturfeltet i samarbeid med DKS regionalt og kommunalt får legge føringene for hvordan et digitalt DKS-tilbud blir utformet. Samtidig trekker flere frem at det er et klart behov for kompetanse knyttet til utviklingen av digital

³³ I samtalen med NPU deler Kilden følgende erfaring: «Interaktiviteten viste seg, spesielt ved første visning, å bli svært problematisk. Tekniske utfordringer gjorde at ungdommene måtte vente lenge på at det skulle begynne, og ble utålmodige. Lærerne hadde sendt dem lenken til YouTube-eventet på forhånd, og de begynte etter hvert å interagere med hverandre i chatten. Da forestillingen omsider startet kom det etter hvert negative, rasistiske og diskriminerende kommentarer rettet mot skuespillerne. Disse ble slettet av Kildens IT-ansvarlig. Ungdommene reagerte kollektivt på sensuren med å rapportere forestillingen som 'upassende innhold' slik at sendingen ble stoppet av YouTube. Lærerne satt på sidelinjen og kunne ikke gripe inn. Chatten ble slettet da streamen ble fjernet. Det finnes derfor ikke dokumentasjon på de rasistiske ytringene og det ble vanskelig for skolen å følge opp med elevene i ettertid.»

formidling. Som Rogaland uttrykker det: «Transmedial oversettelse mellom uttrykk er et komplisert felt som stiller krav til nytenkning for DKS-ordningen.» Flere understreker at de synes det er av stor verdi at det skal finnes kompetanse på digital formidling som fylkeskommunene kan vende seg til. Vestfold og Telemark fylkeskommune uttrykker det slik: «Det er ønsket fra Vestfold og Telemark fylkeskommune at Kulturtanken kan være et kompetanse- og ressurscenter for digitalisering av DKS. Dette gjelder spesielt adaptasjon av et kunst- og kulturuttrykk til digital formidling.»

Rammeverk for vederlag, opphavsrett og honorar

I forbindelse med spørsmålet om opphavsrett, vederlag, honorar og rammeverk understreker flere at det er utfordringer knyttet til det å skulle forhandle om honorar med digitale produksjoner som blir distribuerte på åpne plattformer. Her ytrer flere at det er behov for et bedre rammeverk. Kulturtanken understreker på den annen side at Kulturtanken ikke har «anledning til å forhandle på vegne av fylkeskommunene i forbindelse med honorarer, men kan være med i dialogen og utvikle de strukturelle rammene for digitale DKS produksjoner ut over størrelsen på honorarer for utøvere i DKS».

6 Vurderinger

I interessentanalysen drøftet vi perspektiver på utfordringer og muligheter i de ulike feltene som er knyttet til den digitale formidlingen. I det følgende vil vi se på hovedfunnene fra disse kartleggingene i sammenheng og gi en vurdering av tiltak vi mener vil styrke og utvikle arbeidet med digital formidling i DKS.

6.1 Endringer i kvalitetsforståelsen ved digital formidling – et paradigmeskift?

I Kulturmeldinga *Kulturens kraft – Kulturpolitikk for framtida* (2018–2019) blir spørsmålet om kvalitet ved kunst og kultur som formidles digitalt, tematisert. Problemstillinger og perspektiver fra Kulturmeldinga har dukket opp i samtalene med interessentene i arbeidet med denne utredningen: På den ene siden kan den digitale formidlingen endre kvaliteten på opplevelsen, enten i form av et tap, en økning eller en endring. På den andre siden viser kartleggingen at opptrappingen av den digitale formidlingen under pandemien har ført med seg en ny kontekst for kvalitetsforståelsen i tillegg til ny kunnskap som gir en bedre forståelse av hvilke kvaliteter som kan gå tapt ved en digital formidling, og hvilke som kan tilføres.

NPU-rapporten påpeker at «[k]valitetsbegrepet synes å være i bevegelse som et resultat av den digitale eksperimenteringen».³⁴ Et sentralt spørsmål her synes å være hvorvidt de sosiale og relasjonelle kvalitetene som oppstår i møtet mellom kunstner og publikum når publikum sitter i en sal eller elever møter en kunstner på skolen, kan overføres til digitale flater.

Samtidig har flere opplevd at det også finnes nye muligheter ved den digitale formidlingen som kan bidra til å skape fellesskaper på nye måter. Dette illustreres blant annet av Oslo Filharmonisk, som rapporterer at brukere av konserttilbudet deres på YouTube bidro til å skape et nytt fellesskap omkring musikken, i en tid med utbredt isolasjon. I overgangen mellom pandemi og ny hverdag ser det ut til at ulike aktører velger å vektlegge ulike lærdommer og dra ulike konklusjoner. Som det blir formulert i rapporten fra NPU:

I dette utvalget finner vi aktører som har eksperimentert med digitale erstatninger og som nå har gått tilbake til ren analog programmering. Vi finner de som tar med seg digitale formater utviklet under lockdown inn i fremtiden, og de som beveger seg i retning av en likestilt

³⁴ NPU, *Digital utvikling i institusjonene*, 4.

*programstrategi hvor analoge og digitale formater eksisterer side om side og utfyller hverandre.*³⁵

For noen institusjoner er den digitale formidlingen en midlertidig løsning, som brukes i en kortere periode og avsluttes når perioden er over. Det er blant annet konklusjonen hos Dansens Hus og Deichman, som begge beskriver oppdraget sitt hovedsakelig som lokalt og analogt. Andre ser ut til å konkludere annerledes. Blant andre beveger Det Norske Teater og Oslo-Filharmonien seg i retning av en likestilt strategi hvor analoge og digitale formater eksisterer side om side og utfyller hverandre, såkalte hybride formater som er utviklet på det analoge opplevelsformatets premisser: *«Det vi ser mest av foreløpig er hybride løsninger som løfter de primært analoge formatene 'konsert', 'utstilling' og 'forestilling' over til skjerm, via opptak og strømming.»*³⁶

Samtalen om kvalitet i kulturopplevelser som fulgte i kjølvannet av de endrede formidlingsmulighetene under pandemien, har altså både ført til at de analoge verdiene har blitt reetablert og forsterket, og samtidig bidratt til at fokuset på mottaker eller publikumsopplevelsen har blitt sterkere, noe også NPU trekker frem i sin rapport:

Etterlatt inntrykk er at det tas enda mer hensyn til publikumsreisen og publikums sosiale behov nå, etter pandemien, og at det med enda større selvfølgelighet reflekteres rundt ulike publikums-segenter og hvilket innhold som treffer ulike segenter i ulike kanaler og plattformer.³⁷

Samlet sett kan en si at en felles erfaring i feltet ser ut til å være at filming eller digital formidling av kunst og kultur som er tilrettelagt for fysiske møter og analoge opplevelser, ser ut til å miste deler av sine kvaliteter når de strømmes eller sendes i opptak, men at det oppstår nye kvaliteter når man som utgangspunkt for formidlingen tar utgangspunkt i de mulighetene teknologien gir. I dette landskapet vil vi nødvendigvis støte på følgende utfordring: Hvilke muligheter har man når man formidler kunst og kultur digitalt og kan skape nye fellesskap og nye kvaliteter? Erfaringene fra våren 2020 tyder på at dette er et uutforsket rom for aktørene, men et rom som flere nå har begynt å utforske, og som foregår i rommet mellom det digitale og det analoge. Dette er det også gjort flere erfaringer med i FoNT-prosjektet.³⁸

³⁵ NPU, *Digital utvikling i institusjonene*, 4.

³⁶ *Ibid.*, 4.

³⁷ *Ibid.*, 4.

³⁸ Se vedlegg for presentasjon av prosjektet og erfaringer derfra.

Tiltak for å samordne kunnskapsutvikling og nettverksarenaer

- Styrke innsamlingen, systematiseringen og formidlingen av erfaringene med digital formidling av DKS
- Etablere nasjonale møteplasser og nettverksarenaer for deling av kunnskap og erfaring knyttet til digital formidling
- Utarbeide en samarbeidsplan for å koordinere, fordele roller og utvikle kunnskap om digital formidling i samarbeid med DKS i fylker og kommuner

6.2 Sektorovergripende samarbeid

Behovet for en ny type kompetanse i arbeidet med digital formidling av kunst og kultur er gjennomgående i interesseanalysen. Institusjoner og DKS-apparatet påpeker at gjennomføringen av de digitale formidlingstilbudene har vært avhengig av at ny kompetanse hentes inn, og at et sektorovergripende samarbeid blir satt i gang. Kompetansebehovet har vært knyttet til kunnskapen om digitale formidlingsformer og kompetanse i produksjon og oversettelse: *«kunstnerne og utviklerne som har oversettekompetanse fra analogt til digitalt.»*

Kompetansen har både vært bygget internt og hentet eksternt. Et eksempel på intern kompetansebygging finner vi hos Deichman, som i intervjuet med NPU beskriver hvordan de både oppdaget og tilegnet seg ny kompetanse under nedstengingen: *«Det ble også oppdaget verdifull kompetanse og talent internt som de kanskje ikke hadde oppdaget hvis ikke de hadde blitt rammet av pandemien.»*³⁹

For mange har det også vært viktig å hente inn ny kompetanse eksternt. For å støtte institusjonene og kunstnerne i arbeidet med å hente inn tiltrengt kompetanse har de blant annet opprettet søkbare ordninger og gjort endringer i bruken av midler. Eksempler på dette finner en på ulike nivå, som Kulturrådet og i Trøndelag fylkeskommune, som utlyste midler til dette formålet. Her har det vært mulig med samarbeidet mellom kunstnerne og produksjonsmiljøene og teknisk kompetanse.

Samtidig som en ser et utvidet kunnskaps- og erfaringsgrunnlag, tilsier også rapportene fra BI:CCI og Menon at kunst- og kultursektoren lider store tap på grunn av innskrenkningene som følger av koronasituasjonen. Dette kan få konsekvenser for hvem som i fremtiden fremdeles har sitt virke i kultursektoren og kan skape innhold til DKS. Samlet sett venter de

³⁹ NPU, *Digital utvikling i institusjonene*, 4.

et inntektsfall på 45 % i 2020, der mellom 30 og 40 % vil bli kompensert gjennom tiltak.⁴⁰ I rapporten *Vurdering av tiltak for kulturnæringen under koronakrisen* blir det pekt på at både institusjoner og aktører i det frie feltet er sårbare, og at spesielt denne siste gruppen med utøvere og formidlere i mindre grad blir dekket inn av kompensasjonsordningene som lå til grunn pr. juni 2020. «Hvis det er et kulturpolitisk ønske om å opprettholde en stor og mangfoldig kunstnerstand i Norge under og etter koronapandemien, der mange i dag faller helt gjennom NAV-systemets innretning og kriterier, bør det vurderes å styrke andre sektorspesifikke tiltak.»⁴¹ I rapporten blir det understreket at Kulturrådet vil kunne ha en sentral rolle som forvalter av ordninger som sikrer kunstnere og utøvere ved bortfall av inntekt. I et DKS-perspektiv vil kompensasjonsordninger og andre tiltak som er rettet mot sektoren, være relevant, fordi det kan sees på som en forutsetning for å sikre et levende og mangfoldig kulturliv som kan tilby et mangfoldig innhold av høy kunstnerisk kvalitet.⁴²

I koronatiden har opprettelsen av nye søkbare ordninger vært et viktig insentiv for samarbeid. I FoNT-prosjektet var midler til utviklingen av digitale formidlingsmodeller en utfordring. Det finnes få midler, ut over dem som ble utviklet i koronatiden, som på lengre sikt støtter utvikling av modeller eller en kreativ utforskning av metoder og praksiser. Kulturtanken har bidratt med midler gjennom medfinansiering, men en større og ambisiøs satsing er avhengig av eksterne søkbare ordninger. Det fremstår som et suksesskriterium at det eksisterer midler som bidrar til utviklingen. Dette er i tråd med intensjonene i Kulturmeldinga: «*Utvikling av digitale formidlingsmodellar krev samarbeid på tvers av sektorar og kompetansmiljø. Det trengst verkemiddel som opnar for ambisiøse satsingar og innovative forsøk.*»⁴³

Erfaringene fra FONT-prosjektet og tilbakemeldingene fra DKS-nettverket peker på et behov for en langsiktig innsats for samarbeid mellom kunstnerisk og teknologisk kompetanse, spesielt i form av insentivmidler som er rettet mot utviklingen av prosjekter som ønsker å jobbe med digital formidling. Det vil bidra til å sikre kompetansen som trengs i en

⁴⁰ Grünfeldt, *Vurdering av tiltak for kulturnæringa under koronakrisen*,

⁴¹ Ibid., 7.

⁴² I rapporten blir det understreket at det er et proporsjonalt behov mellom praktiseringen av kunstnerisk frihet og behovet for offentlig støtte: «Overordnet sett kan man si at jo høyere den kunstneriske friheten holdes, og praktiseres som nyskaping og eksperimenter (som visuell kunst, litteratur, nyskapende teater og klassisk samtidsmusikk m.m.), desto større sannsynlighet for at aktørene trenger offentlig støtte. I økonomisk terminologi snakker man her om markedssvikt; det finnes ikke et stort nok marked som er villig til å betale for disse 'tilbudene'. Det er i dag ikke minst Kulturrådets oppgave å kompensere for denne markedssvikten i samtidskunsten. Det gjøres for å opprettholde et mangfold av kunstneriske uttrykksformer i samfunnet, hvilket igjen betraktes som et samfunns gode. Likeså støtter Kulturdepartementet de store institusjonene for å opprettholde tradisjonelle kulturformer, den nasjonale kulturarven og et kulturtilbud til hele folket» (s. 8).

⁴³ Kulturdepartementet, *Kulturens Kraft: Kulturpolitikk for framtida*, 50.

beredskapssituasjon, men vil også være et bidrag til utviklingen av nye kvalitetsforståelser ved digital formidling av kunst.

Tiltak for å styrke sektorovergripende samarbeid

- Bli med i pilotsamarbeid med etablerte aktører på feltet læremidler og læringsplattformer
- Initiere en tilskuddsordning for samarbeid mellom produksjonsmiljøer, kunst og kulturaktører og IT-kompetanse

6.3 Opphavsrett, honorar, rettigheter

I utredningsarbeidet har det blitt meldt inn spørsmål knyttet til opphavsrett, honorar og rettigheter som en gjennomgående utfordring. Spørsmålsstillingen kommer noe ulikt til uttrykk avhengig av kunstuttrykk og ansvarsområde. Et gjennomgående trekk er likevel at flere institusjoner og kunstnere enkeltvis har inngått avtaler som har vært basert på et kortsiktig behov under koronapandemien. Nå som denne unntakstilstanden er ved å gå over, må løsninger for lengre tidshorisonter på plass.

Som det kommer frem i NPU-rapporten, står institusjonene som selv eier rettighetene til kunsten, gjenstandene eller bygningene de formidler, friere til å overføre sitt publikumsrettede tilbud fra en analog til en digital plattform. De som produserer kunstnerisk ferskvare, og som har utøvende kunstnere ansatt eller på kontrakt, har ikke samme mulighet til å ta beslutninger om å gjøre opptak for digital formidling. Rettighetene er også utfordrende for museene som har kunstnere på kontrakter. Munchmuseet forvalter for eksempel rettighetene til Munchs kunst og har derfor ikke problemer rundt opphavsretten knyttet til hvordan samlingen formidles. Det gjør det enklere å snu seg rundt i en unntakstilstand enn det er for et teater som Det norske teatret, som ikke eier forestillingene selv. De må først sikre seg rettighetene til en digital formidling i kontrakter med kunstneriske team, medvirkende og forlag.

Forhandlingene av kontrakter for honorar og vederlag for digital formidling kompliseres av at det i liten grad er inngått kollektive avtaler, og flere har meldt behov for ekstern hjelp til dette. Unge Viken Teater har for eksempel brukt tjenester fra et advokatselskap for å etablere kontrakter for honorering av kunstnere, men dette er avtaler som er laget under pandemien. Avtalene kan bare brukes under denne unntakstilstanden, en situasjon da både kunstnerne og produksjonsapparatet var innstilt på å gjennomføre oppdragene og villige til å kutte

i kostnadene for å få til dette. I et langsiktig perspektiv må kontrakter forhandles på andre betingelser.

På musikkområdet har DKS-produksjoner i hovedsak betalt avgift til TONO når åndsverk har vært direkte fremført. Under koronatiden med digital formidling oppsto det en økt bruk av produksjoner som var forprodusert, hvor produksjonene kombinerte musikk og bilde. Når musikk brukes sammen med bilde, oppstår det en sammenstilling som kalles synkronisering, og det må innhentes rettigheter fra NCB i henholdsvis ikke-kommersielle og kommersielle produksjoner. Der det er TONO som forvalter de økonomiske rettighetene ved en offentlig fremføring av musikkverk, er det NCB (Nordisk Copyright Bureau) som avregner de såkalte mekaniske rettighetene, blant annet platesalg, audiovisuelle produksjoner og digitale tjenester.⁴⁴ I forbindelse med en økt bruk av digital formidling var dette en problemstilling som slo inn omtrent samtidig i hele Norden sommeren 2020. Finland var det første landet som mottok et større krav fra NCB om vederlag for synkronisering, som ikke var forhåndsberegnet ved produksjonen av digitale skolekonserter. Det foreligger pr. dags dato ingen felles nordisk mønsteravtale med NCB, men NCB er villig til å inngå avtaler med hvert land enkeltvis. I Norge er det fylkeskommunene og kommunene som har rettigheter til å forhandle avtaler med NCB.

Under nedstengingen på grunn av korona ble det inngått en ordning med rabatter for strømming av konserter, blant annet fra Sentralen, hvor konsertene til en forhåndsavtalt pris kunne ligge ute i en uke. Denne ordningen ble avsluttet 21. juni. Per september 2020 er en del avtaleverk knyttet til avgifter til NCB for produksjoner som er synkronisert, uavklarte.

Tiltak for å styrke rammeverk for honorering, rettigheter og opphavsrett

- Kulturtanken anbefaler at det arbeides videre med å få på plass et rammeverk for rettigheter og honorering av kunstnere og utvikling ved digital formidling.

6.4 Medvirkning og deltakelse på digitale flater

Når barn og unge medvirker, bidrar det til å styrke retten til ytrings- og opplysningsfrihet (art. 13 i barnekonvensjonen) og til å oppnå målsettingene for deltakelse og demokratibyggning. I denne utredningen påpeker vi at deltakelsen fra barn og unge har andre vilkår når den skjer

⁴⁴ <https://www.tono.no/faq-items/musikk-i-film/>

digitalt. I dette avsnittet vil vi se på hvilke muligheter og utfordringer DKS står overfor med tanke på medvirkning og deltakelse.

Medvirkning av elever er et satsingsområde for DKS, og i skolen er demokrati og medvirkning en av grunnverdiene. Dette kommer til uttrykk ved at skolen skal gi elevene mulighet til å medvirke og til å lære hva demokrati betyr i praksis. I den nye læreplanen er medvirkningsprinsippet styrket, da et av de tverrfaglige temaene er demokrati og medborgerskap. Da Norge stengte ned, ble klasseromsundervisningen erstattet av digitale møter, men lovverket og skolens verdigrunnlag forble uendret. Skolens samfunnsoppdrag, som er utdanning og danning, måtte dermed utføres på digitale flater, og medvirkningen fra elevene måtte skje innenfor andre rammer.

Barn og unges bruk av digitale verktøy og plattformer har bidratt til å ivareta og styrke viktige sivile rettigheter. Artikkel 12, 13 og 31 i FNs barnekonvensjon – henholdsvis retten til å bli hørt og tatt på alvor, retten til å ytre seg fritt og retten til lek, kultur og kunst – er alle rettigheter som enda flere barn og unge i dag kan nyte godt av grunnet en utbredt digitalisering som er tuftet på interaksjon og dialog. I kombinasjon med barne- og ungdomsbefolkningens makt og posisjon som digitale borgere har en økt bevissthet knyttet til barn og unges rettigheter de siste tiårene dessuten bidratt til å løfte medvirkning og deltakelse fra dem høyere på den politiske dagsordenen. Fra BUSK vet vi imidlertid at de sosiale mediene og internett også har ført med seg digital mobbing og anonymiserte former for sjikane og hets. Dette bidrar på sin side til å innskrenke mulighetsrommet for å delta og medvirke digitalt.

De sosiale mediene og den digitale teknologien har endret vilkårene for meningsutveksling og medvirkning på måter som tidvis er i konflikt med skolens overordnede mål om å tilrettelegge for og praktisere en dialog som er preget av gjensidig respekt og ytringsmangfold.⁴⁵ Slik det står beskrevet i NPU-rapporten, fikk Kilden teater og konserthus i Kristiansand selv erfare dette våren 2020 i forbindelse med en digital formidling av forestillingen *Culpa!*

Unntakstilstand.

Eksempelet viser noen av mulighetene og utfordringene som følger med når man skal legge til rette for god interaktivitet ved en digital formidling, ikke minst når man skal oppfylle skolens fagovergripende oppdrag med å fremme demokrati og medborgerskap.

⁴⁵ <https://www.udir.no/lk20/overordnet-del/opplaringens-verdigrunnlag/1.6-demokrati-og-medvirkning/>

Spørsmålene rundt kommunikasjon og diskusjon står sentralt i skolens fagovergripende oppdrag med å fremme demokrati og medborgerskap.⁴⁶ Den polariserte og usaklige debatten som ofte finner sted på digitale flater, der mange av dagens barn og unge lever sitt liv og henter sin kunnskap om omverdenen, er med på å understreke hvor viktig det er å gi elevene erfaring med konstruktiv debatt, politiske samtaler og kritisk forståelse av kommunikasjon. Slik det understrekes i *Digitaliseringsstrategien for grunnopplæringen 2017–2021*, er mange demokratiske prosesser og arenaer for å delta i samfunnsdebatten i dag digitale. Spørsmål rundt de digitale ferdighetene må derfor inngå i samtalen om hva en fullverdig samfunnsdeltakelse innebærer. Samtalen må også gi svar på hvordan internett og de sosiale mediene har påvirket yringsmangfoldet og premissene for å ta del i det. De tekniske sidene ved de sosiale mediene er noe de fleste barn og unge relativt enkelt evner å håndtere på egen hånd. For at de skal kunne forstå det innholdsmessige, det verdimesse og det samfunnsmessige som kommer til uttrykk på den måten det gjorde i Kristiansand, trenger de derimot faglig støtte. Når de skal bruke teknologi for å delta demokratisk, forutsetter det med andre ord at gapet mellom barn og unges instrumentelle ferdigheter og deres forståelse av grunnleggende verdispørsmål og samfunnsmessige endringer, gjøres mindre og sees i sammenheng.

En digital arena for kunstformidling vil i kraft av formatet – det at det er nett- og skjermbasert og legger opp til interaksjon – trolig skape *resonans* hos elevene. Er det digitalt, vil det med andre ord oppleves som et velkjent og naturlig format. Fordi barn og unges digitale liv i så stor grad er tuftet på interaksjon og deltakelse, vil en digital kunstformidlingsarena der det legges opp til dialog, også kunne oppleves som *relevant*. Det er naturlig å anta at det interaktive aspektet vil fremstå som viktig og betydningsfullt fordi det foregår i et format de nærmest utelukkende forbinder med nettopp samhandling og sosialisering. Det er følgelig mulig å argumentere for at en digital arena mest sannsynlig vil øke barnas evne og vilje til å delta aktivt i medvirkningsprosessene det legges opp til. Men at formatet i seg selv resonnerer godt og oppleves som relevant i målgruppen, er ikke nødvendigvis ensbetydende med at formen på samtalene som finner sted, er meningsfulle og konstruktive.

Tiltak for å utvikle modeller for medvirkning og deltakelse digitalt

- Styrke satsingen på utviklingen av digitale medvirkningsmodeller med særlig vekt på muligheter for og moderering av interaksjonsløsninger digitalt.

⁴⁶ <https://www.udir.no/lk20/overordnet-del/prinsipper-for-laring-utvikling-og-danning/tverrfaglige-temaer/demokrati-og-medborgerskap/>

7 Forutsetninger for gjennomføring

Vi forventer at når de anbefalte tiltakene iverksettes, vil det bidra til at måloppnåelsen i DKS blir styrket.

Det vil være en forutsetning at man ser nærmere på de økonomiske konsekvensene som iverksettingen av noen av tiltakene medfører. I stor grad vil arbeidet imidlertid kunne gjennomføres ved bruk av ressurser i Kulturtanken og DKS-nettverket.

En viktig suksessfaktor for tiltakene vil være at relevante interessenter blir involvert. Dette betyr først og fremst at tiltakene bør iverksettes i samarbeid med DKS-administrasjonene fylkeskommunalt og kommunalt. I tillegg er flere tiltak avhengig av et strukturert samarbeid med eksterne interessenter, blant annet særlig skolesektoren.

Arbeidet med å etablere en tilskuddsordning vil forutsette at etablert kunnskap fra blant annet FONT tas i bruk, og at det blir utviklet en tilskuddsordning i samarbeid med relevante aktører på kunstfeltet og i produksjonsmiljøer. En kartlegging vil kunne peke på hvordan ordningen kan rigges og hvilke økonomiske konsekvenser det vil ha.

Kulturtankens og DKS-administrasjonenes innsats og kunnskaper om det digitale formidlingsarbeidet må ligge som et naturlig utgangspunkt for et overordnet koordineringsarbeid sammen med resultatene og erfaringene som har kommet ut av koronaperioden.

8 Litteraturliste

- Bakken, A. *Ungdata 2019: Nasjonale resultater*, NOVA Rapport 9/19. Oslo: NOVA, 2019.
- Det kongelige kulturdepartement, *Kulturens kraft: Kulturpolitikk for framtida*. Meld. Storting 8 (2018-2019). Oslo: 2020.
- EGGS Design, *Munch in schools. Insight delivery from EGGS Design*. Oslo: EGGS Design, 2020.
- Federici, Roger André og Karl S. Vika, *Spørsmål til Skole-Norge: Analyser og resultater fra Utdanningsdirektoratets spørreundersøkelse til skoleledere, skoleeiere og lærere under koronautbruddet 2020*. Oslo: NIFU, 2020. <https://nifu.brage.unit.no/nifu-xmlui/bitstream/handle/11250/2656248/NIFU-rapport2020-13.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fjørtoft, Siw O., Sylvi Thun og Marte P. Buvik, *Monitor 2019: En deskriptiv kartlegging av digital tilstand i norske skoler og barnehager*. Trondheim: SINTEF Digital, 2019. https://www.udir.no/contentassets/92b2822fa64e4759b4372d67bcc8bc61/monitor-2019-sluttrapport_sintef.pdf
- Grünfeldt, Leo A., *Vurdering av tiltak for kulturnæringa under koronakrisen*. Rapport nr 83/2020. Oslo: Menon, 2020. <https://www.menon.no/wp-content/uploads/2020-83-Vurdering-av-avb%C3%B8tende-tiltak.pdf>
- Kulturtanken, *Barn og unges stemmer – kunst og kultur: Innspill til barne- og ungdomskulturmeldingen*. Oslo: Kulturtanken, 2019.
- Kulturtanken, *Kvalitetsarbeid i Den kulturelle skolesekken 2018–2019: Rapport fra kartlegging av fylkes- og direktkommunenes systematiske arbeid med kvalitet i 2018–2019*. Oslo: Kulturtanken, 2020. <https://static1.squarespace.com/static/57c6b752440243071d365d28/t/5dd3ee350fb697248c2e9692/1574170171432/Kulturtanken-Kvalitetsarbeid-DKS-2018-2019.pdf>
- Kulturtanken online, *Mandat for Kulturtanken – Den kulturelle skolesekken Norge*. Hentet 21. september 2020. <https://www.kulturtanken.no/mandat>
- Norsk Publikumsutvikling, *Digital utvikling i institusjonene i 2020*. Oslo: NPU, 2020.
- Rogde, K., Roger Andre Federici, Karl S. Vika, Ann-Cecilie Bergene, Cathrine Pedersen, Ekaterina Denisova og Sabine Wollscheid, *Spørsmål til Skole-Norge: Analyser og resultater fra Utdanningsdirektoratets spørreundersøkelse til skoler og skoleeiere våren 2020*. Rapport 2020:14. Oslo: NIFU, 2020. <https://www.udir.no/contentassets/683e2521289a4bf7ad7f7fbb481115d6/sporsmal-til-skole-norge-var-2020.pdf>
- Rønningsbakk, Lisbet. *Når didaktikken møter de digitalt innfødte: Teknologistøttet læringsarbeid i skolen i lys av tradisjonell og nyskapende undervisning*. Avhandling levert for graden Philosophiae Doctor – oktober 2019. Tromsø: UiT Norges arktiske universitet, 2019. <https://munin.uit.no/bitstream/handle/10037/17088/thesis.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Ungdom og Fritid, Ung Kultur Møtes, KANDU – Norsk Dataungdom og Tverga, *Møteplass datakultur*. 2020. https://drive.google.com/file/d/1_UffuDCGTullniBQ5zvIGpqueuk8SPJX/view

Vedlegg til utredning om digital formidling

1. ARBEID MED DIGITAL FORMIDLING I DKS – FØR OG ETTER KORONA	37
2. KULTURTANKENS FOU-PROTOTYPER FOR DIGITAL FORMIDLING OG DISTRIBUSJON AV KUNST OG KULTUR I 2020	40
MUNCHS DIGITALE HAGE	40
KURATOR CORE – PERSONLIGE KUNSTUTSTILLINGER MED MOBIL AR	40
DIGITALT SANSE ROM	41
GRINI FANGELEIR — EN FØRSTEPERSONS SPILLOPPLEVELSE	42
VEØYAS VIRTUELLE VIKINGER	42
ACT ONE – VIRTUELT SKUESPILL I VR OG 3D	42
3. ELECTRIC DREAMS – EN ONLINE KUNSTFESTIVAL	44
FRIVILLIG INTERAKSJON	44
PRODUSENTENS OG UTØVERENS ERFARINGER	45
VR-TEKNOLOGIENS MULIGHETER	45
4. DET DIGITALE KULTURHUSET	47
BAKGRUNN OG FORMÅL	47
TILBUDET	47
HVA ER GJORT SÅ LANGT I UKM?	47
HELHETSTENKNING OG SAMARBEID	48

1. Arbeid med digital formidling i DKS – før og etter korona

I det følgende blir det lagt frem eksempler på hvordan kommuner og fylkeskommuner har jobbet med digital formidling i Den kulturelle skolesekken (DKS). Det er verd å nevne at flere kommuner og fylkeskommuner jobber med digital formidling ut over arbeidet som gjøres i DKS. Ett eksempel er kunst- og kulturminneobjekter i egen samling, i likhet med hvordan mange museum gjør dette. Blant annet Bymuseet i Bergen har gjort sin samling digitalt tilgjengelig gjennom den prisvinnende plattformen digitaltmuseum.no.^[1] Også flere norske kommuner og fylkeskommuner har gjort sin kunstsamling digital i samarbeid med Norges kunstdatabase (NKDB), en tjeneste som katalogiserer kunst- og kulturminneobjekter i kommunalt og fylkeskommunalt eie og gjør disse digitalt tilgjengelige for offentligheten.^[2]

At mer kunst og kultur blir digitalt tilgjengelig, gir flere muligheter for digital formidling i DKS. Det skaper imidlertid spørsmål om hvordan en skal definere «formidling» i DKS, og om en digital gjengivelse av et verk i seg selv kan sies å utgjøre en formidling innenfor rammen av DKS. I det samme landskapet som DKS arbeider, er det en rekke aktører som tilbyr tjenester og digitalt formidlet kunst og kultur inn i skolen. Blant disse er Elevkanalen, som i april 2020 samarbeidet med StrømmeTeateret og strømmet teater som en del av tilbudet i norsk for første til fjerde trinn.^[3] Fremveksten av nye aktører og digitale formidlingstilbud må sees på som et gode, men det påkaller samtidig et spørsmål om disse skal eksistere som en del av DKS-ordningen – og i så fall hvordan. Dette og andre spørsmål vil vi drøfte senere i utredningen. I det følgende retter vi oppmerksomheten mot noen konkrete eksempler på digital formidling på kommunalt og fylkeskommunalt nivå i DKS.

I forkant av koronapandemien deltok en rekke kommuner og fylkeskommuner i det treårige (2018–2020) samarbeidsprosjektet Formidlingsmodeller og ny teknologi (FoNT). I den forbindelse inngikk Kulturtanken i 2018 et samarbeid med henholdsvis regionteatret i Møre og Romsdal, Teatret Vårt, Møre og Romsdal fylkeskommune, Aust-Agder fylkeskommune, Tromsø Museum og Foreningen !les. I 2019 ble det inngått et samarbeid med henholdsvis Vestfold fylkeskommune, Vestfoldmuseene, Bærum kommune og Asker kommune. Pilotene som er blitt utviklet i prosjektet, har til felles at de «bruker digital teknologi i DKS-tilbudet^[4]». I mange tilfeller har det blitt brukt digitale virkemidler i formidlinger som ellers er analoge/fysiske.^[5] I tillegg til slike hybride prosjekter har det gjennom FoNT også blitt eksperimentert med «heldigitale» formidlingsmodeller. Et eksempel på dette er «Trylle på ekte», som har utgangspunkt i Aust-Agder fylkeskommunes arbeid med å utforske hvordan en kan forsterke og forankre kunstopplevelsene i skolen gjennom å tilby et formidlingsforløp der

elevene møter samme kunstner over en lengre periode. Gjennom «Trylle på ekte» utforsker DKS Aust-Agder en digital versjon av et slikt formidlingsløp, hvor kunstneren møter en skoleklasse gjennom en serie videomøter på Teams. I prosjektet har Kulturtanken bidratt med faglig rådgivning, medfinansiering av piloter i DKS-tilbudet som bruker digital teknologi, utvikling av prototyper og kunnskapsinnhenting. FoNT-prosjektet vil bli evaluert i ved utgangen av 2020 når prosjektet er avsluttet.

Koronapandemien har ført til en intensivering av arbeidet med digital formidling i DKS. Dette kommer ikke minst til uttrykk gjennom et stort antall nye digitale produksjoner. Noen av disse tilbudene er gjennomført, mens andre står på programmet for skoleåret 2020/21. Ettersom det er utlyst en ekstern utredning og evaluering av det digitale DKS-tilbudet, vil denne utredningen begrense seg til å løfte frem et utvalg digitale produksjoner fra 2020 og erfaringer som er gjort i arbeidet med disse.

Flere kommuner og fylkeskommuner var tidlig på banen. For eksempel var Bergen kommune, Trøndelag fylkeskommune og Viken fylkeskommune involvert i produksjonen av det første smittefrie digitale litteraturtilbudet.^[6] 23. mars ble litteraturproduksjonene lagt ut som åpne Youtube-videoer, som skal være tilgjengelige ut skoleåret 2019/20. En liknende formidlingsmodell har blitt benyttet av flere: I Agder skulle alle elevene etter planen fått tilbud om å se gateforestillingen *Culpa!*, som på grunn av koronatiltakene ble iscenesatt i form av den digitale forestillingen *Culpa! i unntakstilstand*, også den distribuert på Youtube.^[7] DKS Trondheim tilbydde en konsert med *Trio no Treble*, som var tilgjengelig på Youtube ut mai 2020. DKS Bærum kunne tilby en digital versjon av DKS-produksjonen *RÒHTA – Norden for 1000 år siden*. Produksjonen ble distribuert fritt gjennom en åpen lenke på Vimeo, og i løpet av de fire første månedene ble produksjonen sett litt over 3200 ganger.^[8]

Våren 2020 ser vi også eksempler på produksjoner som i større grad spiller på liveelementer og interaksjon. DKS i Innlandet og Troms og Finnmark hadde en livesending av den aktuelle filmen *iHuman*, som hadde premiere for elever i Innlandet fredag 24. april.^[9] Regissør Tonje Hessen Schei innledet filmen fra sin egen stue. Etter filmvisningen ble regissøren intervjuet av filmviter Lars Ole Kristiansen med spørsmål som elever og lærere kunne sende inn underveis i samtalen. I Viken fylkeskommune finner vi også et eksempel på interaktiv digital formidling. 2. april hadde de premiere på en interaktiv live-forestilling med Det Andre Teatret for femte- til sjuendeklassinger.^[10] I løpet av den 40 minutter lange forestillingen deltok elevene på chat for å utvikle historier sammen, og noen av dem fikk til og med være med på video. Over 2000 elever fra skoler i Viken deltok samtidig.

I tillegg til en rekke enkeltproduksjoner og initiativ har flere fylkeskommuner gjennomført større digitale satsinger: For eksempel lagde Viken fylkeskommune alene 15 digitale produksjoner våren 2020, og ved skolestart det samme året hadde de åtte digitale produksjoner liggende ute på sine nettsider. Også DKS Oslo tilbyr en rekke digitale produksjoner for skoleåret 2020/21, blant dem finner vi seks produksjoner som de har vært medprodusent for, og ni produksjoner som er produsert av deres samarbeidspartnere.^[11]

Trøndelag fylkeskommune har stått for en unik satsing for skoleåret 2020/21 i DKS-sammenheng. I starten av mai 2020 publiserte de en utlysning der de lyste ut produksjonsstøtte til nye digitale produksjoner for det kommende skoleåret.^[12] Midlene som ble utlyst til utvikling av digitale produksjoner, ble hentet fra midlene som ikke ble brukt til reise og honorar på grunn av avlysingene den samme våren. Det var kort frist for innmelding og kort svarfrist, og fristen for levering av produksjonene var 1. september. Utøverne kunne søke om å få støttet opptil 95 prosent av produksjonen. I tillegg ville de bli honorert med 15 kroner per elev, dersom produksjonen ble valgt ut for å bli sendt til utvalgte skoler. Her var det imidlertid ingen automatikk. Utøverne beholder selv rettighetene til produksjonene, og kan senere bruke produksjonene i DKS-sammenheng i andre fylker og kommuner, eller i andre sammenhenger.

Innen søknadsfristen ble det meldt inn 39 produksjoner, hvorav 10 produksjoner ble valgt ut og mottok støtte. De ti produksjonene fordeler seg på disse kunstfeltene: film (2), kulturarv (3), litteratur (1), visuell kunst (2) og kunstarter i samspill (2). I vurderingene ble det vektlagt at midlene skulle gå til nyproduksjoner, ikke digitale omarbeidinger av ordinære/analoge produksjoner. Ønsket var at utøverne ikke skulle «sage over den greina de selv sitter på», slik prosjektleder Marit Bakken formulerte det i en presentasjon av prosjektet under *Øyepå – nasjonal arena for visuell kunst*. Ingen prosjekter innenfor scenekunst og musikk ble valgt ut; dette ble ansett for å være uttrykk som ville tape mye på digital formidling, og som derfor burde gjennomføres som en del av det analoge/ordinære tilbudet. Det ble det lagt vekt på at prosjektene skulle være relevante og av høy kvalitet, både innholdsmessig og teknisk. I tillegg skulle de være egnet for digital formidling. Aktører uten digital kompetanse måtte ta til seg dette. Sist, men ikke minst ble produksjoner med et live-element – som ville fordre fulle utøverhonorar for hver visning – valgt bort.

2. Kulturtankens FoU-prototyper for digital formidling og distribusjon av kunst og kultur i 2020

Forskning- og utviklingsavdelingen i Kulturtanken har siden 2017 arbeidet med å utvikle en rekke prototyper for digital formidling og distribusjon av kunst og kultur, i samarbeid med kulturinstitusjoner, fylkeskommuner og utviklingsmiljøer i Norge. Prosjektene omtalt under utforsker praktisk bruk av både eksisterende og fremvoksende teknologier/plattformer. Kulturtankens KunstLab setter sammen løsninger på nyskapende måter som formidler kultur og ulike kunstarter digitalt. Erfaringene med prototypene deles med samarbeidspartnere og interessentene i DKS. For eksempel var arrangementet «Can digital technology bring a classroom to life as if it were a work of art?» i november 2019 en del av erfaringsdelingen i FoNT-prosjektene. Forsknings- og utviklingsavdelingens kompetanse har blitt styrket gjennom ansettelsen av to fremtidspiloter, og har gjort det mulig å igangsette flere og mer avanserte samarbeidsprosjekter i 2019 og 2020.

Munchs digitale hage

Samarbeidspartnere: Munchs hus (Åsgårdstrand) og DKS Vestfold

Munchs digitale hage var et av FoNT-prosjektene med oppstart i 2019, hvor det ble utviklet to prototyper for iPad. Appene benytter avansert maskinlæring for å kunne plassere digitalt innhold med høy presisjon i et utendørs miljø. Gjennom såkalt «style transfer» forvandles dagens park i Åsgårdstrand til en digital versjon av Munchs opprinnelige hage på 1900-tallet. På iPaden sees hagen gjennom kunstnerens fargepaletter og penselstrøk. Prototypene var del av en kunstnerisk utvikling i samarbeid med Munchs hus ved Vestfoldmuseene og DKS. Målet med prototypen var å gi et godt grunnlag for å estimere budsjettet og konseptet til utlysningen av det offentlige oppdraget med å utvikle den endelige applikasjonen til bruk i DKS Vestfold. Prototypene og den endelige appen er et eksempel på hvordan digital teknologi kan brukes til å formidle noe som ellers ikke kan formidles på konvensjonelle måter.

Kurator core – personlige kunstutstillinger med mobil AR

Samarbeidspartner: Nasjonalmuseet

I samarbeid med Nasjonalmuseet utvikles det en iPad-applikasjon som gjør det mulig for elever og andre å lage sine egne AR (Augmented Reality) kunstutstillinger hjemme eller i klasserommet. Disse kan deles med medelever og lærere. Prosjektet bygger videre på arbeidet gjort i Munchs digitale hage og er utviklet som en generell plattform (herav navnet «core» eller kjerne) for å kunne plassere ut kunst som digitaliserte malerier, skulpturer eller multimedialinnhold i et fysisk lokale.

I appen kan elevene selv hente ut kunstverk fra Nasjonalmuseets samling som er lagret i skyen. Kunstverkene kan plasseres og flyttes rundt i det virkelige rommet mens elevene går rundt i det samme rommet og kan se og høre kunsten gjennom iPaden. Målet med prototypen Kurator core er å gi elever tilgang til Nasjonalgalleriets kunst uten av de er til stede i det fysiske museet og samtidig bidra til arbeidet med medskapning i den nye læreplanen.

Planen er å få lansert en første versjon av prototypen i samarbeid med Nasjonalmuseet primo 2021.

Digitalt sanserom

Samarbeidspartnere: Tidvis, HoloCap, Riksteatret med flere

Kulturtanken utvikler en løsning for sterke og sanselige opplevelser av digitale DKS-produksjoner. Løsningen kalles et digitalt sanserom og benytter spillteknologi og spillmotorer for å vise 3D-innhold som om det var en del av klasserommet. Dette muliggjør interaktive opplevelser hvor elevene eller læreren selv kan styre og medskape opplevelsen.

Stereoskopiske bilder i kombinasjon med rimelige 3D-briller gjør det mulig å putte en hel skoleklasse inn i en sanselig, omsluttende og digital opplevelse. Sett i koronaperspektiv er det en mye rimeligere, enklere og sikrere formidlingsteknologi enn bruk av VR-briller. Digitale sanserom kan også strøme 3D liveinnhold fra ett sted til et ubegrenset antall 3D-kinoer eller andre sanserom, satt opp for eksempel i gymsalen på en skole. I kombinasjon med videokamera som filmer publikum, er det også mulig med interaksjon mellom utøver og publikum. Dette er utprøvd i det tidligere nevnte FoNT-prosjektet «Trylle på ekte» i samarbeid med DKS Aust-Agder.

I løpet av vinteren 2020 planlegger vi å sette opp én eller flere tester med en skole for å prøve ut denne teknologien i formidlingen av en digital teaterforestilling (se Act One).

Grini fangeleir — en førstepersons spillopplevelse

Samarbeidspartner: Grinimuseet

Grini fangeleir var den største tyske fangeleiren i Norge under den andre verdenskrig, hvor nesten 20 000 fanger ble internert mellom 1941 og 1945. I dag står kun en rehabilitert brakke igjen, som Grinimuseet, og Ila landsfengsel ligger der det en gang lå en brakkeleir med over 30 brakker for innkvartering, verksteder, vaskeri og sykesaler. Det er vanskelig å forestille seg størrelsen på den daværende leiren, og derfor utvikler vi en digital rekonstruksjon med utgangspunkt i tegninger, fotografier og dagens digitale terrengmodeller. I første fase vil modellen brukes av formidlere ved Grinimuseet som et bakteppe til å fortelle historier fra leiren. I en senere utvidelse av modellen vil digitaliserte skuespillere selv kunne fortelle historiene gjennom både omsluttende virtuell virkelighet (VR) og digitale sanserom eller på 3D-kino.

Veøyas virtuelle vikinger

Samarbeidspartnere: Tidvis, HoloCap

Hvordan så Møre og Romsdal ut i vikingtiden? Hvordan var husene, redskapene og landskapet? I prosjektet «Ein bit av historia» har selskapet Tidvis rekonstruert leidangnaustene på Veøya ved å kombinere kulturhistorisk forskning med nye digitale verktøy og spillteknologi. FoU-avdelingen i Kulturtanken tok initiativ til et samarbeidsprosjekt med Tidvis. Her gjorde vi volumetriske opptak av en vikingskuespiller, designet et kvadrafonisk lydbilde til scenen, og la inn støtte for stereo 3D-visning, slik at man i vårt digitale sanserom kan oppleve en historie med en viking foran naustene. I det digitale sanserommet fremstår vikingmiljøet som et «vindu» inn i fortiden. Prosjektet er en kraftfull demonstrasjon av hva denne teknologien kan gjøre for digital formidling av kunst og kulturarv.

Act One – virtuelt skuespill i VR og 3D

Samarbeidspartnere: Riksteatret og Det Andre Teatret

Sammen med Riksteatret utvikler Kulturtanken et nytt konsept for teaterforestillinger i VR. Prosjektet *Act One* er første fase i et praktisk forskningsprosjekt hvor vi ser på hvordan VR-teknologi og avatarer kan brukes til å strøme en teaterforestilling enten gjennom VR-briller,

digitale sanserom eller 3D-kinoer. Vi tester mulighetene og begrensningene i å formidle en stilisert karakter som en teaterforestilling gjennom bruk av kommersielt tilgjengelig VR-utstyr, spesialskrevet programvare og helt ny teknologi som sporing av øyne og munn ved hjelp av et videokamera. Prosjektet gjøres i samarbeid med Det Andre Teatret og Riksteatret.

Planen er å få gjennomført en test med en videregående skole hvor vi setter opp et digitalt sanserom vinteren 2020. Etterpå skal alle involverte være med på å evaluere og dele erfaringer.

3. Electric Dreams – en online kunstfestival

Den digitale utviklingen er et globalt fenomen, og aktører som jobber med digital formidling, og barn og unge som interagerer digitalt, gjør dette på tvers av tradisjonelle fysiske begrensninger. Potensialet for et større publikum og for samordning med aktører på tvers av geografiske skiller er stort ved bruk av digitale flater. Vi vil derfor gå inn i noen av de erfaringene internasjonalt kunst- og kulturliv har gjort seg under koronapandemien, og peke på noen sentrale læringspunkter.

Enkelte utøvere og produsenter har gått nye veier for å skape publikumsinteraksjon under digitalt formidlede kunstproduksjoner. Blant disse er britiske Crossover Labs ved produsentene Mark Atkin og Tom Millen, som i juli og august 2020 satte opp kunstfestivalen Electric Dreams: Et arrangement som fremstod som en blanding av onlinespill, film og teater. Electric Dreams viste en rekke nyskapende audiovisuelle arbeider, blant annet detektivhistorier, en virtuell disko og en skrekkfilm som ble klippet i sanntid. Noen av utøverne som deltok, hadde produsert nye produksjoner spesielt til festivalen, mens andre tilpasset eksisterende prosjekter for dette nye formatet, spesielt med tanke på publikumsmedvirkning.

Frivillig interaksjon

I flere av forestillingene var det frivillig for publikummerne om de ville være en aktiv deltaker eller ikke. I Nigel Barrett og Louise Maris forestilling *A Conversation* kunne billettgjøperne for eksempel velge plass på «første rad» og bidra med personlige fortellinger. Alle publikummernes Zoom-videoer var plassert i monitorer i en fysisk scenografi i et virkelig teater, som igjen ble filmet og strømmet i sanntid. Dette tekniske og kunstneriske grepet ga publikum en følelse av å være til stede på scenen sammen med skuespillerne. Andre forestillinger krevde aktiv deltakelse fra alle i publikum. Med *Jury Duty* av Exit Productions ble publikum innkalt til en «fjernjury» i en online rettsak. Her måtte publikum gjennomgå bevis, diskutere med de andre jurymedlemmene, snakke med den tiltalte gjennom videokonferanse og bruke ulike webverktøy for å komme til bunns i skyldspørsmålet.

Mange av forestillingene utnyttet videokonferanseverktøyet Zoom og noen benyttet seg også av sosiale medier. I Jaavad Alipoors *The Believers Are But Brothers*, en forestilling om rekruttering til ISIS, ble publikum bedt om å ha mobiltelefonene påslått under forestillingen

slik at de kunne ta del i en WhatsApp-gruppe der de mottok memer og meldinger underveis i forestillingen.

Produsentens og utøverens erfaringer

Som en del av kunstfestivalen Electric Dreams ble det avholdt en online konferanse over tre dager, der to paneldebatter tok for seg erfaringer med å arrangere online forestillinger. Enkelte understreket betydningen av å kunne involvere utøvere over hele verden nettopp fordi forestillingen ikke utspilte seg på ett geografisk sted. Et annet viktig poeng var at produsentene og utøverne fikk muligheten til å nå et nytt publikum, et publikum som ellers ikke ville tatt turen til New York eller andre storbyer for å oppleve slike forestillinger. Muligheten til å utforme nye former for scenografi, uten de fysiske begrensingene til tradisjonelt teater, ble også løftet frem som en positiv erfaring. Videre ble det vist til undersøkelser gjennomført under pandemien der et flertall av de spurte etterlyste forestillinger basert på «togetherness» og «liveness». Teater og historiefortelling formidlet gjennom virtuell virkelighet ble trukket frem som et positivt bidrag i arbeidet med å skape digitale kunstopplevelser som også muliggjør aktiv deltakelse fra publikum.

VR-teknologiens muligheter

VR eller virtuell virkelighet er en teknologi som har vært under utvikling siden 60-tallet, men som er relativt ny som plattform for formidling av kunst og kultur. Det var først i 2016 at VR-utstyr kom på markedet til en pris og med en brukervennlighet som gjorde teknologien attraktiv for et større publikum, og det var først i 2019 at det ble lansert VR-briller som ikke krever tilknytning til en spill-PC og samtidig er brukervennlige. Selv om VR foreløpig er en smal og lite utbredt plattform, har den noen muligheter som er unike. Med VR er det mulig å skape en følelse av å være fysisk til stede i et rom uten at man i virkeligheten befinner seg i det. Gjennom bruk av avatarer eller virtuelle tredimensjonale representasjoner av en selv, er det mulig å møte andre mennesker, for eksempel publikum og skuespillere på en virtuell teaterscene. Dermed kan kunsten oppleves sammen med andre i en sosial setting, og en kan i fellesskap diskutere og interagere i det samme digitale rommet. Slik teknologi muliggjør en ny type omsluttende og interaktivt teater. Dette må betraktes som en ny formidlingsform snarere enn en digitalisering av eksisterende teaterforestillinger. Produksjonsselskapet Tender Claws og deres forestilling *The Under Presents* er et godt eksempel på at VR muliggjør

interaksjon med et geografisk spredt publikum, og er et bevis på at det eksisterer tilstrekkelig mange med både VR-briller og interesse for teater.

Den internasjonale trenden viser at det er rimeligere å delta på digitale forestillinger enn tradisjonelle, fysiske forestillinger. For arrangørene representerer digitaliseringen en mulighet til å nå et betraktelig større publikum enn ved forestillinger på et bestemt fysisk sted. En rekke av barrierene vi vanligvis forbinder med scenekunst, kommer vi dessuten til livs med VR-teknologi. Spørsmål om geografi, transport, funksjonsnedsettelse, sosial konformitet og kostnader er ikke lenger like avgjørende. På den annen side innebærer digital teknologi at også konkurransen om publikummets gunst har blitt verdensomspennende.

Det finnes mange eksempler på hvordan kunst- og kulturaktører har tatt i bruk strømming av tradisjonelle analoge opptredener gjennom online videotjenester som Vimeo, YouTube og Twitch under koronapandemien. Felles for de fleste av disse arrangementene er at de omgjør kontakten som oppstår mellom publikum og utøvere i et fysisk lokale, til digitale møter

4. Det digitale kulturhuset

Bakgrunn og formål

Begrepet «det digitale kulturhuset» ble formulert av UKM (Ung Kultur Møtes) Norge i 2015. Innholdet har imidlertid utviklet seg over tid, og det har blitt aktualisert og brakt nærmere en realisering som følge av koronapandemien. UKM argumenterer for at offentlige kulturaktører må ta ansvar for å løfte frem seriøse aktører, starte egne kanaler, oppfordre til kritisk tenkning og gjøre gode tilbud lett tilgjengelig. På denne måten vil digitale tjenester kunne bidra til å utjevne geografiske og sosiale forskjeller, ettersom de gjør det enklere for barn og unge å ta del i kulturtilbudet uavhengig av bosted og sosial tilhørighet.

Tilbudet

Mange kulturhus fungerer i hovedsak som konserthus. Enkelte kulturhus i Norge har utviklet seg til smeltedigler i lokalmiljøet, med bibliotek, fritidsklubb, kino, konsertsaler, kulturskole, kafé, kunstgalleri, seniorkultur, øvingsrom, skatepark, gamingrom, skaperverksted, kontorfellesskap for kulturlivet og en rekke andre funksjoner. Et slikt kulturhus vil kunne skape positive synergieffekter mellom de ulike tilbudene, for eksempel i form av sosiale relasjoner og sjangeroverskridende samarbeidsprosjekter. På tilsvarende måte er tanken at et digitalt kulturhus vil kunne samle gode aktiviteter, kunstopplevelser og læringstilbud under samme tak, og dermed forsterke effekten av enkelttilbudene. På denne måten vil digitale tjenester kunne bidra til å utjevne geografiske og sosiale forskjeller, da det gjør det enklere for barn og unge å ta del i kulturtilbudet uavhengig av bosted og klassetilhørighet.

Hva er gjort så langt i UKM?

UKM har gjort forsøk med fjernøving, hvor ungdom på ulike steder i landet spilte sammen som band. Det er også gjort forsøk med fjernundervisning og e-læring og gjennomført mange digitale workshops. Det er utviklet sendinger under vignetten «Live med UKM», hvor ulike scener og studio er koblet sammen. Det har også vært utviklet virtuelle kunstutstillinger, jobbet med 3D-utstillinger og gjennomført konkurranser på nett. UKM er i tillegg arrangør for «Norgescupen» som har blitt et stort e-sportarrangement. Gjennom arbeidet med rapporten

Møteplass datakultur har UKM kommet tettere på gamingkulturen, og vil nå satse tungt på å etablere gode fysiske møteplasser for dette.

Helhetstenkning og samarbeid

UKM og det digitale kulturhuset ønsker å invitere andre aktører inn i dette som et tverrsektorielt utviklingsprosjekt som «befordrer helhetlig tenkning og utfordrer kjernen av vedtatte sannheter om hva en kulturskole er, hva en fritidsklubb er, hva UKM er og hva DKS er». Fremfor digitale substitutter og komplementæraktiviteter vil en ifølge UKM da kunne skape uttrykk og prosjekter som sømløst drar veksler på ulike ressursmiljø.

Rapport: Digital utvikling i institusjonene i 2020

Basert på intervjuer med talspersoner for utvalgte institusjoner

- Dansens Hus
- Deichman
- Det Norske Teatret
- Festspillene i Bergen
- Kilden teater og konserthus
- Munchmuseet
- Oslo-Filharmonien
- Stiklestad Nasjonale Kultursenter
- Stiftelsen Cultiva

Innholdsfortegnelse

- A) Bakgrunn, utvalg, metode og struktur (side 50)
- B) Etterlatt inntrykk (side 51–54)
- C) Tekster basert på intervjuer med institusjonene (side 55–77)
- D) Oppsummering av innspill til Kulturtanken (side 78–79)

Del A) Bakgrunn, utvalg, metode og struktur

Bakgrunn

Kulturtanken har bedt NPU innhente kunnskap om de digitale tilbudene som er utviklet innenfor institusjonsfeltet under pandemien, og undersøke hvilke utfordringer og muligheter institusjonene ser med tanke på å levere innhold til en mulig, fremtidig digital plattform for formidling til skolene via ordningen Den kulturelle skolesekken, som Kulturtanken forvalter.

Målet med kunnskapsinnhenting var å kartlegge den digitale utviklingen som hadde foregått innenfor feltet før og under pandemien, og identifisere fremtidige utfordringer og muligheter knyttet til å videreutvikle det digitale program- og formidlingstilbudet som skal tas inn i Den kulturelle skolesekken.

Utvalg

Rapporten bygger på intervjuer med talspersoner for utvalgte institusjoner i august 2020. Utvalget er foretatt på basis av 1) at de har utmerket seg ved å være digitalt aktive under pandemien, 2) at de representerer de fleste kultursjangre, og 3) at de har vært tilgjengelige for intervjuer innenfor en relativt kort periode. Stiftelsen Cultiva er intervjuet ettersom Kildens talsperson henviste til et digitalt innovasjonsløp som pågår i regi av stiftelsen i høst. Målsettingen er å bygge et digitalt kulturhus som det kan være interessant for Kulturtanken å se nærmere på.

Metode

Alle intervjuene er gjennomført av Ingrid E. Handeland i Norsk publikumsutvikling. Hoveddelen av rapporten (del C) består av ni separate tekster basert på intervjuer med talspersoner ved den enkelte institusjon. Talspersonene sitter enten i ledergruppen eller har blitt pekt på av ledelsen fordi de har ansvar for den digitale satsingen. Tekstene er basert på intervjuer og research via institusjonenes kanaler til publikum: nettsider, Facebook, YouTube, Instagram og liknende. De bygger også på forhåndskunnskap. Sju av ni talspersoner er hovedkontakter i medlemsorganisasjoner i Norsk publikumsutvikling. Alle tekstene er lest og godkjent av institusjonenes talspersoner.

Struktur

Tekstene i del C av rapporten gir et bilde av den digitale satsingen i institusjonene før, under og etter nedstengingen 12. mars 2020. De ni individuelle tekstene følger samme struktur:

- 1) kjapt oppsummert: Strategisk utgangspunkt og videreføring
- 2) hva de gjorde, hva de lærte, og hva de tar med seg videre
- 3) innspill til Kulturtanken som nasjonal koordinator for digitalt tilbud via Den kulturelle skolesekken

Først gis en kjapp oppsummering av hva som ble gjort under nedstengingen, hvilket strategisk utgangspunkt de hadde for å snu seg rundt, og i hvilken grad det som ble gjort, påvirker utviklingen av virksomheten videre. Så følger en del som i større detalj beskriver hva de gjorde, hvordan de gjorde det, med hvem, og hva de lærte. Til sist gir institusjonene sine innspill til Kulturtanken basert på følgende spørsmål: *Gitt at dere ønsker å produsere digitalt innhold via Den kulturelle skolesekken; hvordan kan Kulturtanken som nasjonal koordinator legge best mulig til rette for dette?* Svarene er oppsummert punktvis bakerst i del D av rapporten: «Oppsummering av innspill til Kulturtanken».

I del B oppsummerer vi etterlatt inntrykk på tvers av tekstene i del C. Kapitlet er ikke ment å gi en vitenskapelig korrekt analyse av materialet som følger bak. Det gir uttrykk for etterlatt inntrykk fra perspektivet til en som arbeider med publikumsutvikling innenfor institusjonsfeltet på daglig basis, og som i rollen som sekretær for Juryen for NPU-prisen siden 2014 har intervjuet flere titalls institusjoner om deres strategiske satsing på publikumsutvikling.

Del B) Etterlatt inntrykk

Deler av feltet har en forventning om at digitale formater skal bidra til at den offentlig finansierte kunsten og kulturen skal få et større og mer mangfoldig publikum. I forbindelse med NPU-prisen 2018 gjennomførte vi en bransjeundersøkelse om digital satsing, hvor vi blant annet spurte om hvilke områder institusjonene satset innenfor. Blant de 60 institusjonene som satset digitalt, var det kun 13 som svarte at de satset på digitale opplevelser. De fleste satset enten på digital markedsføring i sosiale medier, digitale salgs- og betalingsløsninger, eller digitalisering av arkiv og samlinger.

For å nå nye målgrupper må man, som det fremgår av dette materialet, arbeide strategisk, segmentert og kanalspesifikt. NPU definerer publikumsutvikling som «strategisk basert endringsarbeid med tydelige, langsiktige og tverrfaglige målsettinger om å utvide publikumsgrunnlaget». Med «strategisk» sikter vi til langsiktig satsing, ikke kun ad-hoc-løsninger. Med «tverrfaglige» sikter vi til en samlet innsats fra hele institusjonen, som involverer alle avdelinger, med toppleder i spissen. På tiltakssiden kan det dreie seg om både arenautvikling, programmering og kommunikasjon. Det dreier seg akkurat nå i 2020 om eksperimentering med formater.

Arbeidet med [NPU-prisene i perioden 2014–2019](#) har ført til at vi har utviklet et begrepsapparat som nyanserer og presiserer det store ordet «publikumsutvikling». Vi har siden 2018 delt ut priser i fire kategorier: øker, forsterker, utvider og fornyer. «Øker» viser til satsinger som har som formål å øke antall besøk. «Forsterker» handler om å forsterke relasjonen til etablert publikum. «Utvider» handler om å utvide det kulturelle og sosiodemografiske mangfoldet blant publikum. «Forny» handler om innovasjon og omstilling for å nå ett eller flere av de tre første målene. Når vi ser materialet fra dette perspektivet, kan vi slå fast at den digitale satsingen under pandemien ser ut til å ha økt antall tilskuere betraktelig. Den har også forsterket relasjonen til eksisterende grupper, og den har utvidet publikumsgrunnlaget rent geografisk. Det er imidlertid få holdepunkter for å si at den har utvidet publikumsgrunnlaget lokalt og med tanke på sosiodemografi. Det har foregått mye fornyelse, og det skal bli utrolig spennende å se effektene av denne fornyelsen på litt lengre sikt.

Strategisk modenhet og evne til rask omstilling

De institusjonene som er intervjuet i denne rapporten, jobber i all hovedsak strategisk med publikumsutvikling. Men da pandemien rammet, hadde ikke alle en egen digital strategi som gav retning til arbeidet med digital programmering og formidling.

Et strategidokument er ikke i seg selv nok til å lykkes. Strategisk modenhet er et begrep vi bruker om aktører som tenker og handler strategisk basert en felles forståelse av hva som er samfunnsoppdraget, og hvordan det skal utøves. Vårt inntrykk er at strategisk modne institusjoner har lettere for å sette seg klare og tydelige mål for publikumsutvikling og å omstille seg for å takle utfordringer.

Pandemien skapte et rom hvor det var legitimt å prøve seg frem og eksperimentere – selv for store, tunge institusjoner. Dette har fungert vitaliserende internt, og mange har erfart at omstilling kan skje raskere enn de hadde kunnet forestille seg, og med forbløffende gode resultater. Mange har oppdaget talenter og kapasiteter internt i organisasjonen de ikke visste at de hadde. Selv de som opplevde at det ble et vel stort press på enkelte medarbeidere, og ikke kan vise til like stor uttelling blant publikum, ser likevel tilbake på en tid med verdifull kompetanseutvikling som gjør at de har utvidet repertoaret av formidlingsmuligheter.

Rettigheter og planleggingshorisont

Den største utfordringen for utøvende institusjoner og museer med kunstnere på kontrakt er rettigheter. Institusjoner som selv eier rettighetene til sitt eget innhold, står friere til å transponere sitt publikumsrettede tilbud fra analogt til digitalt, men også de kan ha rettighetsutfordringer. MUNCH forvalter rettighetene til Munchs kunst og må derfor ikke ta hensyn til opphavsrettslige spørsmål for å formidle samlingen. Men med satsingen *Munch+*, hvor museet setter Munch sammen med en nålevende kunstner, møter de samme utfordringene som et teater. Det Norske Teatret eier ikke sine egenproduserte forestillinger. De har kontrakter med forlag og medvirkende som regulerer både kunstneriske konsepter, formater og spilleperioder. Digital formidling av forestillinger krever at man allerede ved kontraktsinngåelse sikrer rettigheter til digital

formidling, gjerne to til tre år før en premiere. Dersom Kulturtanken skal koordinere digitalt innhold fra de utøvende institusjonene rettet mot skolene gjennom Den kulturelle skolesekken, må planleggingshorisontene i institusjonene og Den kulturelle skolesekken synkroniseres bedre. Dette gjelder både for analoge turneer og forestillinger produsert for skjermbasert opplevelse via Den kulturelle skolesekken.

Verdigrunnlag og kvalitetsforståelser

I dette utvalget finner vi aktører som har eksperimentert med digitale erstatninger og som nå har gått tilbake til ren analog programmering. Vi finner dem som tar med seg digitale formater utviklet under nedstengingen inn i fremtiden, og de som beveger seg i retning av en likestilt programstrategi hvor analoge og digitale formater eksisterer side om side og utfyller hverandre.

Det vi ser mest av foreløpig, er hybride løsninger som løfter de primært analoge formatene «konsert», «utstilling» og «forestilling» over til skjerm, via opptak og strømming. Det foregår foreløpig lite innovasjon når det gjelder kunstnerisk innhold skapt for skjermen som scene.

I den akutte situasjonen 12. mars da institusjonene måtte stenge, var det naturlig å gripe til smittefri digital formidling. Men det er krevende å løfte de estetiske og sosiale kvalitetene ved en kulturopplevelse over i et digitalt eller skjermbasert format uten å forringe kvaliteten. Et kunstverk oppleves på en helt annen måte i et utstillingsrom sammen med andre publikummere enn når det filmes med et kamera og oppleves via skjerm hjemmefra eller i klasserommet. Å se en konsert med et filharmonisk orkester i et rom med perfekt akustikk og et lydhørt publikum gir en helt annen opplevelse enn å se et opptak på YouTube fra et klasserom med mange avbrytelser. De fleste vil være enige i at teater og bevegelseskunst er mer medrivende når du sitter i en sal sammen med andre og har en delt opplevelse, og hvor du selv kan flytte blikket fra den ene til den andre aktøren og ikke er prisgitt fotografens utsnitt. Dagens alternative digitale løsninger er stort sett studioproduksjoner, forestillinger eller konserter spilt for kamera, med eller uten publikum i salen.

Det er bred enighet mellom talspersonene innenfor dette feltet om at kulturinstitusjonen først og fremst skal være en fysisk møteplass. Dette ser også ut til å være grunnlaget for kulturpolitikken: Institusjonene er ikke bare produksjonsmiljøer og visningssteder, men fungerer som dannelsesarenaer og fellesskapets møteplasser. Vi arbeider med publikumsutvikling i institusjonene fordi vi tror at det er viktig for samfunnsutviklingen at ulike typer mennesker møtes fysisk og opplever kunst og kultur sammen. Denne tenkemåten og dette verdigrunnlaget er kraftig utfordret av pandemien. Vi jobber hjemmefra og oppfordres til å holde avstand.

Når denne rapporten skrives, er smitteraten, som så ut til å være under kontroll før sommeren, på vei opp mange steder. Institusjonene er pålagt å holde åpent, men for et svært redusert antall publikummere på grunn av hensynet til smittevern. For institusjonene er dette svært krevende å håndtere, både økonomisk og praktisk. Fra et publikumperspektiv bidrar de omfattende smitteverntiltakene til å forsterke opplevelsen av unntakstilstand. Vi sitter med tomme benkerader foran og bak. Det er enveisvandring i museer, og vi kan ikke håndhilse og klemme folk vi møter, om vi skulle ønske det. Kulturinstitusjonen har blitt en faresone. Hvilke langsiktige effekter dette vil ha for publikumsutviklingen innenfor feltet, kan vi foreløpig bare spekulere om.

Vi sier ofte at kulturen er samfunnets lim. Kan den skjermbaserte kulturen holde oss sammen? Og hvilken rolle skal institusjonene spille midt oppe i alt dette nye? Ulike institusjoner har ulike svar. Noen venter på å komme tilbake til normalen fra før covid-19. Andre er i gang med å tilpasse deler av tilbudet til en stadig mer skjermbasert kultur. En aktør som Cultiva ser for seg å bygge et digitalt kulturhus som både kan produsere og lagre kunst og kulturuttrykk, og være det foretrukne visningsstedet for publikum.

Publikumsutvikling

Kvalitetsbegrepet ser ut til å være i bevegelse som et resultat av den digitale eksperimenteringen. I arbeidet med å transponere kunsten og kulturmøtet fra det analoge oppsettet hvor utøvere og publikum befinner seg i samme tid og rom, til skjermbasert formidling har det sosiale aspektet ved kulturopplevelsen blitt enda mer påfallende. Etterlatt inntrykk er at institusjonene tar enda mer hensyn til publikumsreisen og publikums sosiale behov nå, etter pandemien, og at de med enda større selvfølgelighet reflekterer rundt ulike publikumssegmenter og hvilket innhold som treffer ulike segmenter i ulike kanaler og plattformer. Dette vil

sannsynligvis ha en positiv effekt i arbeidet med publikumsutvikling fremover, uavhengig av om det er snakk om analoge eller digitale formater.

De fleste oppdaget at de fikk mye større rekkevidde under pandemien enn tidligere. Under nedstengingen var og er kunst og kultur en stor trøst for mennesker i isolasjon over hele verden. Det vitner kommentarfeltene på Facebook og YouTube om. Det er likevel ikke slik at alle typer kunst og kultur fungerer i de store, sosiale mediene. Utprøvende scenekunst kan like gjerne gå under radaren eller bli direkte trakassert. Det er eksempler på begge deler i disse intervjuene.

De som oppnådde store økninger i seertall, gjorde det hovedsakelig fra utlandet. Det er også vel verdt å merke seg at institusjoner som lenge har jobbet aktivt med digital publikumsutvikling, er usikre på hvilken effekt det faktisk har når det gjelder å utvikle nye publikumsgrupper lokalt.

Det kan synes rimelig å konkludere med at digitalisering ikke automatisk vil gjøre kunst og kultur mer tilgjengelig for nytt og utrent publikum. Det kommer selvsagt helt an på hva du digitaliserer, i hvilke kanaler du formidler det digitale innholdet til publikum, og hvordan du legger til rette for at publikum selv skal like og dele innholdet. Det er fristende å sitere kommunikasjonssjefen i Festsjellene når hun uttaler at «Hvis du bare setter strøm på den analoge opplevelsen, forsterker du tendenser som allerede er der. Du rekrutterer flere av de samme.»

Publikum er enig med institusjonene i at de fysiske formatene er «the real thing», i alle fall de mest høyfrekvente brukerne av de fysiske møteplassene. Resultater av første runde av følgeundersøkelsen [COVID-19-Monitor](#) viser at de som går oftest i teatret eller museet, er de som i størst grad betrakter det digitale tilbudet som en midlertidig erstatning. Det synes å være et tydelig generasjonsskille når det gjelder interesse og betalingsvilje for digitale kulturtilbud. Yngre og mer utrente brukere setter ifølge denne undersøkelsen mer pris på digitale alternativ og kan se ut til å like å teste ut tilbudet digitalt før de oppsøker det analogt. Om dette skulle være tilfellet, er det desto viktigere at relevansen og kvaliteten på det som tilbys via skjerm, er nøye gjennomtenkt, at innholdet utvikles spesifikt for hvert enkelt segment, og tilbys gjennom de kanalene og plattformene som de spesifikke segmentene allerede besøker.

Plattform

Kulturtanken ba spesielt om innspill til en eventuell, fremtidig plattform for formidling av digitalt innhold via Den kulturelle skolesekken. På spørsmål om det burde lages en egen portal eller et visningssted, sier noen «Nei», andre «Ja», og noen «Tja». De som er skeptiske, fraråder at Kulturtanken skal investere for mye i å bygge en plattform som vil vise seg ikke å være relevant etter kort tid. Det er ikke alle som ønsker å tilby digitalt innhold via Den kulturelle skolesekken. Men de som gjør det, ønsker god distribusjon av innholdet og kan absolutt se fordeler med at Kulturtanken samordner og koordinerer på tvers av fylker som i dag har ulik praksis.

Den nye usikkerheten som preger feltet på bakgrunn av erfaringen av at man kan bli stengt ned, og at smitteutbrudd kan føre til restriksjoner, har gjort feltet mer bevisst på at de må ha digitale reserveløsninger. Men det er et langt stykke herfra til å kunne tilby fullverdige digitale produksjoner via Den kulturelle skolesekken som kan formidles via en digital scene à la den britiske plattformen [Digital Theatre](#) eller et fremtidig «digitalt kulturhus», slik Cultiva forestiller seg.

Institusjonene innenfor feltet etterlyser en gjennomtenkt digital strategi for Den kulturelle skolesekken og at Kulturtanken kommer tydeligere på banen i samarbeid med institusjonene. For å kunne formidle digitalt innhold av god kvalitet og med et rimelig omfang kreves det store investeringer som må dekkes av Kulturtanken, Fylkene og kommunene. Institusjonene har i de fleste tilfeller verken økonomi eller kapasitet til å rigge opp et digitalt tilbud i tillegg til det analoge.

De ulike kunstformene stiller helt ulike krav til digitalisering for å oppnå god nok kvalitet. Den kulturelle skolesekken er en ordning basert på analoge eller fysiske kulturmøter. Digitale tilbud via Den kulturelle skolesekken vil, som flere av informantene i dette materialet understreker, måtte tenkes digitalt helt fra starten. Det krever tid og penger å få frem de nye formatene som fungerer for alle praktiske, pedagogiske og kunstneriske formål. De vil måtte dyrkes frem i samarbeid med kunstnere, formidlere og produksjonsmiljø som

er sugne på å skape stor kunst og gode elevmøter i digitale formater, og aller helst i dialog med de unge som fortrinnsvis skal la seg begeistre av innholdet og få lyst til å utforske kunsten og kulturen videre på egen hånd.

Del C) Tekster basert på intervju med institusjonene i alfabetisk rekkefølge

1. Dansens Hus

Basert på intervju med kommunikasjonssjef Erik Årsland

1) Kjapt oppsummert: strategisk utgangspunkt og videreføring

Dansens Hus er Norges nasjonale scene for Dans. De skal a) løfte dans som kunstform opp og frem i norsk offentlighet, b) stimulere det profesjonelle dansefeltet gjennom å være en visnings- og kompetansearena, c) sørge for at forestillinger kommer ut til publikum i hele landet gjennom Dansenett Norge, og d) gi et bredt publikum lokalt i Oslo-området en inngangsport til dansekunsten. Dansens Hus som visningssted har som hovedmandat å tilby live analoge forestillinger for «et publikum som er til stede i salen mens det skjer». De hadde ikke planer om digital distribusjon av forestillinger som sådan da pandemien startet. De hadde derimot for flere år siden tatt et strategisk viktig valg om å utvikle seg som innholdsprodusent, i betydningen medieinnhold. Da pandemien førte til nedstenging av kulturinstitusjonene, tok de et strategisk valg om å fortsatt opprettholde høy aktivitet og fortsatte å vise og formidle dansekunst innenfor de mulige rammene. I stedet for å permittere ansatte fikk de nye oppgaver innenfor formidling og publikumsarbeid. Det ble blant annet utviklet en oppsøkende forestilling for barn hvor de medvirkende var personer med danseutdanning som til daglig jobber i Dansens Hus Bar. Fremover ser de først og fremst på muligheter for i større grad enn før pandemien å produsere workshops, foredrag og andre typer innhold for et digitalt publikum: både «fagfeltet» (utøvende dansekunstnere og dansere) og det øvrige, kunstinteresserte publikummet. De ser det derimot ikke som sin oppgave å utvikle seg videre som produsent av fullverdige dansefilmer for digital opplevelse via skjerm, distribuert via Den kulturelle skolesekken eller andre plattformer.

2) Hva de gjorde, hva de lærte, og hva de tar de med seg videre

Dansens Hus har de senere årene bygget seg opp som innholdsprodusent for gjestende kompanier. Etter nedstengingen tok flere aktører innenfor dansefeltet kontakt og ønsket å innlede forskjellige typer samarbeid. Flere av initiativene kom også fra Dansens Hus selv. Noen av henvendelsene resulterte i digitale prosjekter, som krevde rask omstilling av ansatte, og enkelte opplevde dette som stressende og arbeidskrevende. I ettertid er det positivt at mange fikk utviklet sin kompetanse på nye områder.

De produserte en rekke enkle strømmede workshops, kunstnersamtaler og foredrag. Festivalen Urban Moves ble gjennomført som en digital festival, og Dansens Hus var medprodusent og formidlet også ukentlig nye dansefilmer, blant annet *Corona Sessions*. Dette var en serie firekameraproduksjoner produsert av Jo Strømgren Kompani, som ble strømmet via nettsidene eller Facebook. Kompaniet Tabanka, som skulle hatt en stor forestilling på Dansens Hus i juni, presenterte i stedet en dansefilm for et fysisk publikum på Dansens Hus. I tillegg produserte og publiserte de ukentlige intervjuer med kunstnere fra hele verden om pandemien. Det var utfordrende å finne en god måte å samle det digitale tilbudet på én flate. Publikumstallene er lavere enn forventet (15 til 30 tilskuere per live-sending).

Publikumsutvikling dreier seg for Dansens Hus om å skape engasjement for dans i offentligheten, sørge for analoge turneer gjennom Dansenett, og for øvrig å skape en inviterende fysisk møteplass for kunstnere og publikum på Dansens Hus på Vulkan i Oslo.

Kommunikasjonssjefen synes det er vanskelig å si noe sikkert om hvilken publikumseffekt koronatiltakene hadde. – Strømmetallene er nokså lave, og man kan spørre seg om de forsvare stressnivået og belastningen det innebar å få det ut, bemerker han. Til tross for dette oppsummerer likevel Dansens Hus perioden som positiv for den videre utviklingen. Hele organisasjonen har nå fått øynene opp for de digitale mulighetene. Det jobbes med å kartlegge hvilke ressurser som kreves for å få til en bredere digital satsing. De vil lage en innholdsplan med tydeligere prioriteringer og vurderer innkjøp av eget produksjonsutstyr opp mot outsourcing av hele eller deler av innholdsproduksjonen. De samarbeider med [Neue design studio](#) om den visuelle merkevarebyggingen av Dansens Hus og vil uansett utvikle et «motion identity»-malverk med dem. Hensikten

er å fremme merkevaren i alt fremtidig bevegelig/videobasert innhold. De ser også et behov for å få på plass en plattform for distribusjon av innholdet, og jobber med dette under arbeidstittlen Dansens Hus TV. De ser for seg å etablere en slik plattform i tilknytning til nettsidene dansenshus.com.

Dansens Hus er usikre på om den digitale satsingen bygget nytt publikum. Årsland skriver dette i en e-post:

«Vi opplever at særlig dansefaglige aktiviteter fungerer godt knyttet til dansefeltet og fagmiljøer knyttet til dans, men synes selv ikke vi har kommet dithen at vi har skapt digitalt innhold som når langt utover et allerede interessert publikum. Samtidsdans bærer samme utfordring som den moderne billedkunsten og samtidsmusikken i den forstand at den i utgangspunktet ikke møtes av en bred, folkelig interesse. Dette er en utfordring som er langt større enn å bygge nytt publikum bare for Dansens Hus. Vi prøver å bruke anledninger som byr seg når forestillinger har et konkret innhold som kan knyttets opp mot spesifikke problemstillinger og grupper av mennesker til å gå i dialog og samarbeid med disse både digitalt, men også på mer tradisjonelt vis.»

Pandemien har gjort dem mer bevisste på mulighetene som ligger i digital kommunikasjon, særlig med tanke på å formidle foredrag, konferanser, workshops og liknende til flere enn de som faktisk er til stede fysisk. Det er konsensus i organisasjonen om at det ikke primært er forestillingene som skal digitaliseres, men heller andre typer arrangementer og merkevarebyggende kampanjer. De venter på å komme tilbake til en normaltstand og har fått signaler fra kunstnere de samarbeider med, om at deres publikum higer etter analoge møter, og at publikum allerede har digital overdose.

3) Innspill til Kulturtanken som nasjonal koordinator for digitalt tilbud via Den kulturelle skolesekken

Dansens Hus samarbeider godt med Den kulturelle skolesekken lokalt. De har et uklart bilde av hva Kulturtanken kan og bør bidra med på nasjonalt nivå. De har foreløpig ingen planer om digital formidling til skolene, verken i form av formidlingsopplegg eller forestillinger.

I motsetning til flere av scenekunstaktørene i dette utvalget opplever de ikke et behov for at Kulturtanken skal ta en rolle når det gjelder koordinering av arbeidet med rettighetsproblematikk, da de ikke ser for seg at de i overskuelig fremtid vil komme til å legge opp til digital formidling av rene forestillinger. De vil begrense seg til å utforske ulike egenproduserte formidlingsformater beregnet for dansefeltet og et allment voksent kulturinteressert publikum.

Dansens Hus mener at Den kulturelle skolesekken må ha som mål primært å få elevene i skolen til å oppleve den fullverdige dansekunsten som vises analogt på Dansens Hus, sekundært å utvikle forestillinger som egner seg for skoleturneer. Digital turnering med store forestillinger vil ikke være gjennomførbart på kort eller lang sikt, slik de ser det. Årsland peker på det som er utfordringen for de fleste fullskalaprodusenter av scenekunst med tanke på digital distribusjon av hele forestillinger. – Digitale turneer med forestillinger ville kreve en fullstendig omlegging av hele driften og representert en kjempeutfordring med tanke på rettigheter, forklarer han. – Vi ville måtte si opp folk og ansette helt nye med annen kompetanse, eller i det minste omdisponere deler av staben og investere mye i produksjonsutstyr for film.

2. Deichman

Basert på intervju med Helene Heger Voldner, fungerende seksjonsleder for formidlingsprogrammer

1) Kjøpt oppsummert: strategisk utgangspunkt og videreføring

Deichman har i tråd med den nasjonale bibliotekstrategien «[Rom for demokrati og danning](#)» som hovedmål å tilby fysiske rom hvor mennesker kan møtes for å utvikle seg som opplyste samfunnsborgere. I tråd med denne har de utviklet en betydelig arrangementsportefølje. I forbindelse med byggingen av det nye hovedbiblioteket og gjenoppbyggingen av flere av filialene i Oslo Øst (Tøyen, Furuset og Stovner) er det lagt til grunn at biblioteket skal fungere som «[et tredje rom](#)» mellom hjem og jobb/skole for befolkningen, ikke kun som en utlånstjeneste og et depot. Samtidig tilbyr de et vidt spekter av digitale tjenester og hjelpemidler via [deichman.no](#). Da kulturlivet ble stengt ned 12. mars, sto de like foran åpningen av det nye hovedbiblioteket i Bjørvika, som opprinnelig var planlagt til 18. mars, med et omfattende fysisk program både i forbindelse med åpningen og i etterkant. Det ble satt i gang en satsing på digitale erstatninger for det analoge tilbudet som ble borte. Formålet var å opprettholde kontakten med publikum og gi sårbare grupper som bruker biblioteket, et alternativt tilbud. I arbeidet med å etterleve det strategiske utgangspunktet ble det raskt klart hvor vanskelig det var å gjenskape det sosiale aspektet av det fysiske møtet i et digitalt format. De stilte seg helt grunnleggende spørsmål som: Hva er et digitalt bibliotek? Hvilke behov har våre mest sårbare publikumsgrupper? Hvilke innholdstyper bør vi satse på, med hvem? Svaret ble blant annet en serie digitale bokkafeer, verksted og fortellerstunder for barn, noe i samarbeid med eksterne aktører, andre utviklet av og med Deichmans faste formidlere. De tar med seg et utvidet digitalt tilbud inn i fremtiden etter pandemien, men understreker at de fortsatt oppfatter bibliotekbyggingene og de fysiske rommene som er utviklet med tanke på inkludering og deltakelse, også fra sårbare grupper, som mer demokratibyggende rom enn de digitale supplementene.

2) Hva de gjorde, hva de lærte, og hva de tar med seg videre

Deichmans talsperson koordinerte den ekstraordinære digitale satsingen som ble iverksatt under nedstengningen. Organisasjonen produserte [digitale språkkafeer for innvandrere](#), aktivitetstilbud til barn og voksne i form av digitale verksted, digitale fortellerstunder for barn, og direkte sendte debatter og diskusjoner som erstatning for de mange arrangementene som vanligvis finner sted både i hovedbiblioteket og i de mange lokale filialene. Det meste ble organisert og gjennomført sentralt og brukt på tvers av hele biblioteknettverket, mens andre ting ble produsert lokalt på hvert enkelt bibliotek.

Arbeidet tok utgangspunkt i samfunnsoppdraget, og det var et mål å forsøke å videreføre samtalen og dialogen med publikum i det digitale formatet. Sentralt i arbeidet var spørsmålet: hvordan gjenskape det uformelle møtestedet som språkkafeene tilbyr? De satset på programinnhold som ikke først og fremst skulle oppdra og opplyse folk, og la vekt på å gjenskape det sosiale møtet. Noen ganger fungerte det – andre ganger ikke. Den lokale kompetansen var avgjørende for om de klarte å få publikum til å interagere.

Tiltakene ble finansiert via nasjonalbibliotekets utlysning av midler til digital formidling og arrangementer på digitale plattformer. De inngikk en avtale med den eksterne produsenten [Brillefilm](#), som bidro med teknisk kompetanse og nødvendig teknisk utstyr. De har lagt vekt på å inngå avtaler med eksterne medvirkende som sikrer rettigheter til distribusjon over tid. På barnearrangementene har de så langt som mulig benyttet egne formidlere. Dette både fordi disse allerede har etablert relasjoner til barna lokalt, og fordi det gjorde at de unngikk rettighetsproblematikk.

Deichman både oppdaget og tilegnet seg ny kompetanse under nedstengningen. Brillefilm bisto med kompetanseheving internt med tanke på at kompetansen kunne videreføres etter pandemien i hele biblioteknettverket. Det ble også oppdaget verdifull kompetanse og talent internt som de kanskje ikke hadde oppdaget hvis de ikke hadde blitt rammet av pandemien. – Vi oppdaget en kompetanse internt som vi ikke visste at vi hadde. Det var noen av formidlerne som viste seg å være utrolig gode foran kamera. Folk i alle roller på huset snudde seg rundt hjemmefra med unger krypende rundt føttene. Det styrket oss veldig som organisasjon, sier Voldner.

Deichman er fornøyd med oppslutningen fra publikum. De har oppdaget et større geografisk mulighetsrom med de digitale arrangementene, men har ikke et strategisk mål om å nå ut forbi Oslo per i dag. Det primære samfunnsoppdraget er å gi rom for opplysning og dannelse til et representativt utvalg av Oslo-befolkningen. Lokalt mangfold er foreløpig viktigere for Deichman enn nasjonal og internasjonal publikumsutvikling.

Deichman viderefører deler av det digitale tilbudet for voksne høsten 2020. Det arrangeres [digitale språkkafeer](#), [litterære møter](#), og [nettlæring](#). For Deichman er det ikke aktuelt å sidestille digitale formidlingstilbud med de fysiske møteplassene. Høsten 2020 er primært programmert for analoge fysiske møter – det digitale formidlingstilbudet er et supplement.

Til tross for at kapasiteten er redusert som følge av smitteverntiltak, har de landet på at de ikke strømmer barnearrangementer. Beslutningen hviler dels på at barn og unge har et stort behov for å møtes sosialt, og dels på råd fra helsemyndighetene om å åpne opp for de unge. Det handler også om personvern. De er usikre på om det er greit å filme et publikum bestående av barn, og hvordan de skal gå frem for å sikre at det blir gjort innenfor gjeldende lover og regler.

3) Innspill til Kulturtanken som nasjonal koordinator for digitalt tilbud via Den kulturelle skolesekken

Deichmans talsperson foreslår at Kulturtanken kan lage et rammeverk eller gi noen anbefalinger om hvordan man bør gå frem når man skal lage digitale formidlingsarrangement. Kulturtanken kan kanskje samle erfaringer fra feltet og lage en sjekkliste: «Dette må du tenke på: Pass på at kameraene er vinklet den og den veien, at det opplyses om at hvis man skal filme, så må det innhentes godkjenning», og så videre. De kan kanskje bidra med kompetanse på hvordan man lager et godt digitalt arrangement for barn? De kan se nærmere på hybrider, det vil si formater som fungerer både analogt og digitalt. Hvordan skape digitale arrangement som gir de som sitter foran skjermen, en opplevelse av å være inkludert uten at det fysiske møtet mister kvaliteten? Kanskje Kulturtanken kan legge til rette for kompetanseutveksling mellom aktører innenfor feltet når det gjelder hybride formater?

3. Det Norske Teatret

Basert på intervju med kommunikasjons- og marknadssjef Thine Sletbakk Bugge

1) Kjapt oppsummert: strategisk utgangspunkt og videreføring

Det Norske Teatret var i ferd med å lansere «en fullverdig arena for digital formidling» da pandemien startet. Nye nettsider ble lansert 1. april 2020, og en tilhørende strømmepattform ble utviklet fra juni til september, begge deler i samarbeid med APT TRY. Plattformen gir Det Norske Teatret muligheten til å tilby både direktestrømming av forestillinger, diverse arrangementer og forestillinger i opptak. Det som begrenser hva de kan fylle plattformen med, er først og fremst rettigheter og avtaleverk. I likhet med Dansens Hus anser Det Norske Teatret det å tilby analoge opplevelser i teatret som sin primære oppgave. De ønsker ikke å bli en «filmdistributør». Holdningen på huset er at teateropplevelsen i sitt vesen er analog og baserer seg på fysisk tilstedeværelse i salen. De hadde utviklet en digital strategi på det analoge teatrets premisser og har ikke endret strategien på grunn av pandemien. Men nedstengingen før sommeren førte til at de utviklet alternativt innhold til publikum, både innenfor formidling og som rent kunstnerisk tilbud. I høst tilbyr de noe helt nytt i norsk teater: en hybrid tilpasset de restriksjonene som fortsatt gjelder for å begrense smitte, med opptil 200 personer i salen og et ubegrenset antall publikummere digitalt via direktestrøm.

2) Hva de gjorde, hva de lærte, og hva de tar med seg videre

Teatret har i tråd med regjeringens mål for sektoren hatt en kraftig økning av egeninntjeningsgraden og ble tilsvarende hardt rammet da regjeringen stengte kulturinstitusjonene 12. mars. De tapte store deler av inntektsgrunnlaget og var nødt til å permittere de fleste av sine ansatte. De kunne derfor ikke gå inn med full styrke for å utvikle nytt digitalt innhold. Når teatret likevel fremstår som en av dem som klarte å tilby publikum digitalt innhold under nedstengningen, skyldes det at de hadde beredt grunnen lenge før pandemien. Teatret hadde arkivopptak av forestillinger som de raskt kunne legge ut fordi rettigheter allerede var fremforhandlet, eller fordi det var relativt enkelt å få på plass nye avtaler. I perioden 20. mars til 15. juni la de ut forestillinger i opptak hver fredag, heriblant *Solaris Korrigert*, *Abrahams barn*, *Utafor*, *Kjære landsmenn* og *Musikalar i 100*. Det ble vist en skjermbasert performance på fortauet utenfor teatret og arrangert en [digital «Bikubekveld»](#). Det ble laget en helt ny versjon av [Haugtussa](#) som radioteater. Teatret er ikke opptatt av strømmetallene fra denne perioden og betrakter de ukentlige sendingene som en midlertidig «stop-gap-solution» – et tiltak for å fylle hullene etter avlyste forestillinger.

Det mest banebrytende digitale utviklingsarbeidet har vært konsentrert rundt forestillingen *Bienes historie* av Maja Lunde. Design- og teknologibyrået [APT TRY](#) leverer plattform og integrasjon mot nettside og billettsystem. [SVAI](#) leverer selve forestillingen som en direkte strøm til plattformen. Teatret beskriver samarbeidet med disse fagmiljøene som berikende for alle parter. Det handler mer om et samspill enn rene underleveranser. Teatrets tekniske avdeling har tilegnet seg verdifull kompetanse på strømming, og for det kunstneriske teamet åpner direktestrømmingen for nye kunstneriske muligheter. Arbeidet har også ført til refleksjon rundt grenseoppgangen mellom analogt og digitalt teater, og utviklet teatrets selvforståelse. – Det at vi har dette kamerateamet inne, tilfører et kunstnerisk element. Men det handler for oss om å forsterke den analoge teateropplevelsen, som er selve kulturopplevelsen, forklarer kommunikasjonssjefen.

For publikum representerer *Bienes historie* en mulighet til å oppleve forestillingen i sanntid sammen med andre, både i salen og foran skjermene hjemmefra. På teatrets egne nettsider formulerer de seg slik:

«Maja Lundes kritikkroste roman *Bienes historie* har fått meir aktualitet enn vi hadde sett for oss. (...) Vi kan no berre ha 200 publikummarar i salen. (...) vi har også arbeidd intenst for å kunne gjere framsyninga tilgjengeleg for eit større publikum – slik oppdraget vårt er. *Bienes historie* er ikkje berre blitt ei stor kunstnarleg satsing for teateret, musikalen har utfordra oss til å flytte grenser. Vi kan derfor tilby ei heilt spesiell moglegheit til å sjå framsyninga frå di eiga stove – uansett kvar i landet du er. Det blir ei oppleving garantert i tråd med gjeldande smittevernreglar. Framsyninga blir i tillegg tilgjengeleg i eit langt større geografisk område. No kan du logge deg på i heile Noreg og i nabolanda Sverige og Danmark, og følgje teateropplevinga i sanntid.»

Selv om Det Norske Teatret driver digitalt nybrottsarbeid, fremstår likevel ikke teatret som noen digital evangelist. Kommunikasjonssjefen beskriver en organisasjonskultur og et verdisyn, eller teatersyn, som forstår

«teater» som en primært analog, fysisk kunstform hvor mennesker opplever scenekunst sammen i samme rom. Grunnholdningen er at teater er best på teatret. Direktestrømmen av «Bienes historie» har som mål å formidle den unike teaterkvaliteten som oppstår i møtet mellom scene og sal. De betrakter også digitale formidlingsopplegg som rene supplementer. Det har større betydning at publikum får komme på innsiden av teatret og oppleve alt i egen fysiske person. En videobasert omvisning backstage vil aldri kunne erstatte det å ta og føle på scenografien og kostymet til en skuespiller, sier Sletbakk Bugge.

Digitale produksjoner fra Det Norske Teatret vil bli utviklet på det analoge teatrets premisser. De vil derfor være svært ressurs- og kostnadskreven, samtidig som det vil være høyst usikkert om publikum vil ønske å delta, for ikke å snakke om hva de vil ønske å betale. Bienes historie ligger ute for salg for kroner 250 per enkeltbillett, og kroner 450 for en husstand. Hvor mange som velger å kjøpe en strømbillett, er det ingen som vet. Hvor mange som velger å betale for hele husstanden, er fullstendig umulig å vite. Det er tillitsbasert.

Den aller største barrieren for utvikling av et større digitalt tilbud ligger på rettighets- og avtalesiden. Det ligger for eksempel ikke i arbeidskontrakten til skuespillere at de skal være omvisere. Teatret kan ikke gjøre hva det vil med en oppsetning av Brechts verk. Det kan være vanskelig å få rettighetene til å sette opp en forestilling i konkurranse med andre teatre, om ikke det i tillegg skal forhandles frem avtaler om rettigheter til digital kringkasting. Det vil være vanskelig å beregne verdien av en digital spilleperiode i kontraktsforhandlingene, da det er høyst usikkert hvor mange som kommer til å kjøpe billett.

Det Norske Teatret er svært opptatt av å gi et tilbud til barn og unge og samarbeider tett med Den kulturelle skolesekken lokalt. De har det som strategisk mål at det hver sesong skal være et tilbud til barn og unge på hver av scenene. De ønsker primært at elevene skal komme til dem for å oppleve fullverdige, analoge produksjoner. Men de er samtidig positive til nasjonale tiltak som kan bidra til at barn og unge over hele landet får tilgang til det de produserer.

Teatret mener at hovedformål med Den kulturelle skolesekken bør være at elevene skal komme til kulturinstitusjonen for å lære seg å sette pris på fullskala teaterproduksjoner. Fysiske forestillinger som turnerer på skolene, bør komme i andre rekke. De ønsker ikke å begi seg inn i en fremtid hvor de skal begynne å opptre som «filmdistributør». Det er ifølge kommunikasjonssjefen å svikte det egentlige samfunnsoppdraget. – Hvis det digitale blir det primære, da er fundamentet borte. Da er vi blitt en filmdistributør. Poenget med Den kulturelle skolesekken må jo være at det skal bli mer relevant for elevene å gå i teatret. Et digitalt tilbud gjennom Den kulturelle skolesekken må ikke erstatte teaterbesøket, men komme i tillegg, fastslår Sletbakk.

3) Innspill til Kulturtanken som nasjonal koordinator for digitalt tilbud via Den kulturelle skolesekken

Det Norske Teatret råder Kulturtanken til å bli mer synlige, komme på banen og opprette direkte dialog med de institusjonene de anser som relevante for et digitalt tilbud via Den kulturelle skolesekken.

De kan se for seg at en aktør som Kulturtanken kan spille en rolle når det gjelder effektiv distribusjon av Det Norske Teatrets digitale tilbud til skolene. Men de trenger å vite mer om omfanget for å lage gode løsninger. De ser for seg at Kulturtanken burde kunne fremme både det analoge og digitale fra institusjonene overfor fylkene og Den kulturelle skolesekken lokalt rundt om i landet. Dette er noe Det Norske Teatret ikke har kapasitet til.

På spørsmål om de kan se for seg Kulturtanken som bestiller av digitalt innhold for spredning på nasjonalt plan, svarer Det Norske Teatret at det kommer helt an på hvordan Kulturtanken utøver sin rolle. – Et digitalt tilbud via Den kulturelle skolesekken vil fra vår side kreve skreddersøm basert på teatrets overordnede kunstneriske profil, forklarer Sletbakk. Det er ikke sikkert at den er helt Kulturtanken-kompatibel. Dersom vi i fremtiden blir i stand til å tilby forestillinger som egner seg for digital distribusjon via Den kulturelle skolesekken, vil det være en stor fordel om vi kan melde tilbudet inn til Kulturtanken, og så ordner de resten, etter avtale med oss, sier hun.

Dersom Det Norske Teatret visste at det ble lagt godt til rette for vid distribusjon, slik at innholdet kunne nå ut til et større publikum av barn og unge, ville det være mer forsvarlig å sette av tid og ressurser internt. Men Det Norske Teatret kan ikke understreke sterkt nok hvor viktig det er for dem at teatret som kunstform primært er

en analog opplevelse i den teaterbygningen som er skapt for møtet mellom sal og scene. – Vi er ikke primært et teater som skal produsere for turnering – vi produserer primært for at barna skal komme til oss, både barneskolen, ungdomstrinnet og videregående. Det er en del av samfunnsoppdraget at publikum skal samles i salen. Ta for eksempel Rommen scene. Det er en grunn til at vi legger forestillinger som *Blokk til Blokk* og *Tante Ulrikes vei* akkurat der. Rent økonomisk og med tanke på publikumstall hadde det vært mye smartere å legge disse forestillingene på Hovedscenen, understreker hun.

4. Festspillene i Bergen

Basert på intervju med kommunikasjonsdirektør Nina Lauvsnes

1) Kjapt oppsummert: strategisk utgangspunkt og videreføring

Festspillene i Bergen hadde en digital strategi (2018–2020) som de var i ferd med å realisere da pandemien rammet. De har ligget foran i den digitale utviklingen blant aktører i Bergen og hadde allerede erfaring med å strøomme forestillinger og konserter i samarbeid ulike produksjonsmiljø. Da kulturlivet stengte og det viste seg at de ikke ville kunne arrangere Festspillene 2020 som planlagt, la de fullstendig om fra analog, billetter festival til gratis, digitalt Festspill. Den digitale handlingsplanen for 2020 var mer utforskende enn det som ble resultatet, på grunn av den radikale omstillingen. Digital formidling av konserter og teaterforestillinger fikk nå en mye større plass. Festspillene har konkludert med at satsingen var svært vellykket, ikke minst med tanke på omdømmebygging. De har bestemt seg for å videreføre den digitale satsingen neste år, men ønsker å arbeide mer innovativt med digitale formater og andre forretningsmodeller. Det store spørsmålet, slik Festspillene ser det, handler ikke om teknisk distribusjon og valg av plattformer, men om kunstnerisk nyskaping. Fremover blir det avgjørende å utvikle innhold som fungerer som digitale opplevelser. Det handler om å finne de kunstnerne og miljøene som har kompetanse på å oversette fra analogt til digitalt, og som vil bidra til å utvikle nye formater.

2) Hva de gjorde, hva de lærte, og hva de tar med seg videre

Fra beslutningen om å avlyse det planlagte festspillet ble offentliggjort 7. april, til programmet for den nye, digitale festivalen ble offentliggjort, gikk det fire uker. To uker senere åpnet det første heldigitale festspillet i historien. Forvandlingen var takket være en storstilt reallokering av ressurser både på produksjonssiden og artistsiden. De mistet alle billettinntekter og enkelte sponsorer, men sparte samtidig noen utgifter, blant annet en andel produksjonsutgifter og utgifter til leie av fysiske lokaler. Det var stort sett bare midlertidig ansatte som var knyttet til gjennomføring av festival, som ble permittert, for eksempel billettører og sjåførere. De tok vare på så mye som mulig av programmet innenfor gjeldende karantene- og smittevernregler og bygget den digitale festivalen ut fra det. Budsjetterte utgifter til teknikk ble flyttet til opptak av konserter og forestillinger som ble videostrømmet i samarbeid med produksjonsselskapet [Bright](#), som Festspillene allerede hadde avtale med. Rettigheter til å gjøre opptak og formidle digitalt var delvis sikret på forhånd gjennom standardklausuler i Festspillenes kontrakter. Disse måtte de i noen tilfeller reforhandle, og i andre tilfeller forhandlet de helt nye kontrakter. Resultatet ble at Festspillene i Bergen produserte 32 opptak av konserter og forestillinger for live-formidling, de samproduserte en teaterforestilling med Det Vestnorske Teatret, og de viste en TV-serie i tre deler produsert av og med årets festspillkunstner Joar Nango i samarbeid med Bergen kunsthall på [FiB.no](#). Det mest omtalte innslaget var live-sendingen av Griegs A-mollkonsert. Dette er Festspillenes signaturverk og har blitt spilt på alle festspill siden åpningen i 1953. Det skulle fremføres av Bergen Filharmoniske Orkester med islandske Víkingur Ólafsson som solist. På grunn av karantenereglene ble det fremført *live-on-tape* med solisten i Reykjavik og orkestret i Bergen. Produksjonen ble til i samarbeid med NRK og sendt direkte 24. mai. I tillegg la de ut opptak fra tidligere festspill. Til sammen utgjorde dette en sendeplan som sørget for at det hver dag var et rikt digitalt gratistilbud til publikum via [FiB.no](#). De hadde samarbeidsavtaler med NRK om både produksjon og distribusjon og med Bergens Tidende om distribusjon.

Hva gjelder kompetanseutvikling, estimerer de selv at 80 prosent av den kompetansen de hadde in-house i program- og produksjonsavdelingen, var kompatibel med den digitale omstillingen. I markeds- og kommunikasjonsavdelingen var det sannsynligvis enda høyere kompetanseoverlapp. De etablerte et eget kringkastingsstudio på kontoret, da staben for øvrig satt på hjemmekontor. Der satt det et eget team før og under alle sendingene. Teamet besto av en person fra produksjonsavdelingen, en ekstern sendeleider og en person fra markeds- og kommunikasjonsavdelingen som fulgte med på kommentarer fra publikum for å svare på spørsmål og moderere samtalen. I tillegg hyret de inn et par teknologistudenter som skulle gi brukerstøtte. Det viste seg å være lite behov for teknisk support, folk hadde flest spørsmål om innholdet i programmet. De opplevde ingen ufine kommentarer, men måtte fjerne mye spam, særlig på populære arrangement.

Festspillene opplevde en betydelig økning i rekkevidde og besøkstall gjennom den digitale satsingen. Publikumsundersøkelsen (personer som har besøkt den digitale festivalen og sagt ja til å delta i en undersøkelse etter at festspillene er over) viser en økning fra 3 prosent utenlandske publikummere i 2019 til 23 prosent i 2020. Dersom man bare ser på Vimeo-statistikken (de som har vært inne og sett videoer på [FiB.no](#))

eller på andre nettsider som har publisert innebygde videoer fra FiB.no, for eksempel Talent Norge) står internasjonalt publikum for hele 51 prosent av visningene. Andelen som ikke har besøkt dem tidligere, har økt fra 18 prosent i 2019 til 30 prosent i 2020. Det mest overraskende for Festspillene er at det digitale publikummet tilsynelatende ikke er yngre enn det analoge. Snarere tvert imot. Studentantallet ser ut til å være redusert fra 10 prosent i 2020 til 3 prosent i år. Festspillene har gjennomført en kvalitativ studie med ti personer som fikk i oppdrag å delta på den digitale festivalen og gi sine usminkede tilbakemeldinger. Tilbakemeldingene kan brukes i den videre utviklingen og perfektjoneringen av Festspillenes digitale tilbud til publikum.

Festspillene stiller seg tvilende til at digitalisering er nøkkelen til publikumsutvikling. Det internasjonale potensialet er enormt, men dersom man jobber for å utvide det sosiodemografiske spekteret lokalt, virker det nesten motsatt. – Hvis du bare setter strøm på den analoge opplevelsen, forsterker du tendenser som allerede er der. Du rekrutterer flere av de samme, konstaterer Lauvsnes. Det som overrasket Festspillene aller mest, var at de unge falt fra under det digitale festspillet i forhold til tidligere. Dette har fått Lauvsnes til å konkludere med at man må tenke mer kanal- og mediespesifikt i fremtiden, i tillegg til målrettet kuratering.

Det var ikke alle transponeringer av forestillinger fra analoge til digitale formater som var like vellykkete fra et kunstnerisk perspektiv, og alt gikk ikke teknisk knirkefritt. Festspillene oppsummerer likevel satsingen som svært vellykket. Evnen til omstilling ble lagt merke til i offentligheten, og publikum uttrykte stor taknemlighet for at de fikk oppleve så mye kunst og kultur gratis under nedstengingen av kulturlivet. Lauvsnes oppsummerer det slik: – Det var et helt vanvittig løft å avvikle på så ekstremt kort tid. Vi føler at vi sto igjen som en bauta. Vi ble ikke bare borte fra radaren. Publikum satte veldig stor pris på at vi klarte å tilby dem noe i denne tiden.

Festspillene har satt seg som mål at publikum i 2021 skal kunne velge om de vil delta analogt eller digitalt, eller begge deler, minimum 10 av 15 dager i festivalperioden. Det skal bli mulig å kjøpe et digitalt pass. Den store x-faktoren ligger i kunstnerisk utvikling for å skape opplevelser via skjerm, og kanskje aller mest for hybride løsninger. De er på utkikk etter kunstnerne og utviklerne som har kompetanse på å oversette fra analogt til digitalt. – Det er lett å kjøpe inn tjenester til å gjøre opptakene og koble på et designbyrå som lager den grafiske pakken. Hvem kan og vil produsere for skjermen som scene? spør Lauvsnes.

Festspillene i Bergen beveger seg i retning av en likestilt programmering hvor fysiske og digitale møteplasser eksisterer side om side. I forbindelse med planleggingen av neste års festspill tenker de nå på hybride løsninger med færre publikummere i salen og et ubegrenset antall digitalt til stede via direktestrøm. Men det kommer til å ta tid å utvikle en festival som har likevekt mellom analoge møteplasser og digitalt innhold. – Mye av det analoge innholdet som ikke kunne gjennomføres i 2020 på grunn av karantene-reglene, ble skjøvet til 2021, forklarer Lauvsnes. – Det kommer potensielt til å ta flere år før vi kommer opp med en festival som er tenkt som en hybrid fra starten.

Festspillene beveger seg i retning av en forretningsmodell hvor det digitale billettsalget kan komme inn som en erstatning for det analoge ved pålagte publikumsbegrensninger eller som et tilskudd til egeninntektene i fremtiden når krisen er over. Kontraktene med medvirkende baserer seg i dag på spilleperioder på arenaer med et begrenset antall plasser. Det er ekstra utfordrende å beregne verdien av rettighetene ettersom det foreløpig er så lite erfaring med å programmere digitalt i sektoren. Vi aner ikke hvor mange billetter vi kommer til å selge, kjenner ikke betalingsviljen i befolkningen, og vet ikke hvilket nivå vi skal legge oss på.

3) Innspill til Kulturtanken som nasjonal koordinator for digitalt tilbud via Den kulturelle skolesekken

Festspillene i Bergen er lite kjent med Kulturtankens oppdrag, men kan komme på flere behov en nasjonal koordinator kunne dekke. Her punktvis gjengitt som spørsmål til Kulturtanken:

- **Rettigheter:** Kunne Kulturtanken jobbet frem et malverk som kan brukes i kontrakter med medvirkende og forlag for å sikre rettigheter til digital distribusjon?
- **Distribusjon:** Kunne Kulturtanken tilbudt en plattform eller et arkiv for å gjøre innhold tilgjengelig for skolene, slik at vi slipper å gjøre det selv? (Det har vi ikke kapasitet til.)
- **Kompetanse:** Kunne Kulturtanken lagt til rette for en kompetansehubsom utvikler hybride formater med høy kvalitet i skjæringspunktet mellom det analoge og det digitale?

- Kritikk: Kunne Kulturtanken lagt til rette for at unge får anledning til å kritisere/anmelde innholdet vårt? Det vil forsterke formidlingen og bygge holdninger og kompetanse.
- Rapportering: Kunne Kulturtanken gjennom å formidle innholdet til skolene også ta seg av rapporteringen? Kunne de lagt til rette for at info fløt tilbake til Festsjellene i Bergen om hvem som så på? (Vi ønsker toveiskommunikasjon og vil ikke miste muligheten til egen læring.)
- Økonomi: Vi trenger alltid mer penger ...
- Interaktivitet: Digitalt innhold for unge bør sannsynligvis inkorporere elementer av interaktivitet. Kunne Kulturtanken spille en rolle i å lage systemer for hvordan dette skal gjøres på best mulig måte? Skal det foregå via sosiale medier?

5. Kilden teater og konserthus

Basert på intervju med kommunikasjonssjef Marie Teresie Sørensen

1) Kjøpt oppsummert: strategisk utgangspunkt og videreføring

Kilden teater og konserthus er et produserende kulturhus med mange kunstformer under ett tak: opera, symfoniorkester og teater samt en kulturscene som tilbyr et variert konsert- og sceneprogram. De var godt rustet for digital formidling da pandemien inntraff, fordi de i mange år har satset på å utvikle in-house-kompetanse på lyd- og bildeopptak av konserter samt digitale verktøy og måter å nå ut til et større publikum på. Satsingen har resultert i et rikholdig arkiv på kilden.com, [Kilden Digital](#) og en egen app, KSOPlay (KSO er Kristiansand symfoniorkester). Appen inneholder både gratisinnhold og innhold bak betalingsmur. Kilden Teater (teaterenheten ved Kilden) hadde ikke produsert noe digitalt før koronapandemien, og det ligger ikke i kortene at de kommer til å satse stort på digitalt teater i fremtiden heller. Teatret kastet seg rundt og gjorde en forestilling planlagt som gateteater om til digitalt direktesendt teater via YouTube. Erfaringene derfra er av en slik karakter at det ikke umiddelbart frister til gjentakelse. For øvrig har Kilden samme syn på teatret som de andre scenehusene i dette utvalget: Teatret er en primært analog, delt opplevelse. Det digitale kan utforskes som kunstnerisk element i en forestilling, men kan aldri erstatte den analoge opplevelsen som oppstår i møtet mellom sal og scene i samme tid og rom.

2) Hva gjorde de, hva lærte de, hva tar de med seg videre?

Kilden gjorde opptak som lå bak betalingsmur i KSOPlay, fritt tilgjengelig for strømming allerede 11. mars. Med utgangspunkt i dette laget de en sendeplan som tilsvarte det analoge programmet (innhold for barn på lørdager, for seniorer på tirsdager, konsert med symfoniorkesteret på torsdager osv.) De utviklet nye konsertserier og samarbeidet med flere aktører om distribusjon. Publikumstallene er likevel ikke så høye som de hadde håpet, og konklusjonen nå som de går inn i en ny strategiprosess, er at digitalt ikke er en åpenbar vei ut til nytt publikum.

På grunn av Kilden Digital-satsingen var organisasjonen bedre rustet for digital omstilling enn mange andre på dette tidspunktet. De var derfor raskt klare med en helt ny studiokonsertserie programmert og samprodusert av de kunstneriske avdelingene på Kilden. Konsertene ble sendt ukentlig i april, mai og juni. Det ble også utviklet to «live-kveld på Kilden»-sendinger, produsert og distribuert i samarbeid med Fædrelandsvennen og andre kulturaktører i Kristiansand. «Kulturhuset» (avdeling ved Kilden) gjennomførte jazzsendinger i samarbeid med Sørnorsk jazzsenter. Kilden programmerte og produserte en stor direktesending 17. mai, og Kilden Teater omgjorde en produksjon for Den kulturelle skolesekken, *Culpa! i unntakstilstand*, til en interaktiv teaterforestilling strømmet via Youtube. De finansierte disse midlertidige koronatiltakene gjennom å omdisponere ressurser både menneskelig og økonomisk fra analoge til digitale produksjoner. Mange hadde en bratt læringskurve og hevet kompetansen sin i rekordfart, ifølge kommunikasjonssjefen.

Culpa! i unntakstilstand hadde premiere 5. mai, er den første heldigitale teaterforestillingen produsert av Kilden og den eneste vi kjenner til innenfor feltet. Tematisk bygget forestillingen på Bjørneboes *Mea Maxima Culpa*, og det var ett av Kilden Teaters bidrag til Bjørneboe-jubileet i 2020. Teksten bygget videre på *Culpa! i unntakstilstand* av slampoeten Taro Vestøl Cooper og ble videreutviklet sammen med ungdom fra Kristiansand. For teatersjef Valborg Frøysnes var det aldri et alternativ kun å gjøre et opptak av forestillingen slik den var planlagt i utgangspunktet. Hun ville benytte anledningen til å eksperimentere med kunstnerisk form og åpne for interaktivitet og dialog med elevene. Forestillingen ble omarbeidet fra gateteater til en 20-minutters studioforestilling spilt mot et 360-graders kamera i Kilden og strømmet direkte til elevene via YouTube. Ved å bevege telefonen/nettbrettet/musen kunne de selv bestemme hvor de ville se. Etter forestillingen skulle det åpnes for direkte samtale med skuespillerne. Den bearbejdede koronaversjonen skulle tematisk speile samtiden og hvordan pandemien påvirker unge i isolasjon som samtidig invaderes av budskap via sosiale medier. Det var sendt ut informasjon til lærerne om opplegget og undervisningsmaterieell.

Interaktiviteten viste seg, spesielt ved første visning, å bli svært problematisk. Tekniske utfordringer gjorde at ungdommene måtte vente lenge på at det skulle begynne, og ble utålmodige. Lærerne hadde sendt dem lenken til YouTube-siden på forhånd, og de begynte etter hvert å interagere med hverandre i chatten. Da forestillingen omsider startet, kom det etter hvert negative, rasistiske og diskriminerende kommentarer rettet mot skuespillerne. Disse ble slettet av Kildens IT-ansvarlig. Ungdommene reagerte kollektivt på sensuren med å

rapportere forestillingen som «upassende innhold», slik at sendingen ble stoppet av YouTube. Lærerne satt på sidelinjen og kunne ikke gripe inn. Chatten ble slettet da sendingen ble fjernet. Det finnes derfor ikke dokumentasjon på de rasistiske ytringene, og det ble vanskelig for skolen å følge dette opp med elevene i ettertid.

Kilden har satset betydelig på digitalt innhold i foregående strategiperiode, særlig på konsertsiden. Erfaringene tilsier ikke at satsingen automatisk blir videreført på samme nivå og i samme form når de nå skal inn i en ny strategiprosess. Det er krevende å lage gode, digitale opplevelser. Det må tenkes inn helt fra starten, og alle sider ved produksjonen må involveres. Det er begrenset med etterspørsel og betalingsvilje.

I fremtiden vil Kilden se nøye på nytteverdien målt opp mot kostnaden ved å lage gode digitale opptak av konsertene. Publikumstallene er så langt ikke imponerende, og de er vanskelige å måle. Kilden etterlyser en bransjestandard for måling av digitalt besøk. Noen teller visninger, og andre teller kun publikum som har opplevd hele eller store deler av forestillingen. Dette åpner for usikkerhet i forbindelse med rapportering av publikumstall, mener Kilden. Uansett hvordan de måler kommer, de ikke opp med imponerende seer- og lyttertall for den digitale satsingen. Det høyeste seertallet kom på en av direktesendingene med Fædrelandsvennen og var på cirka 20 000 visninger. Det laveste tallet var fra en jazzkonsert med kun 5 visninger. De har tro på å investere i gode digitale opptak av torsdagskonsertene med Kristiansand symfoniorkester, fordi det gir trofaste publikummere muligheten til å se dem om igjen, og fordi det fremmer orkestret og bygger opp under utøvernes prestasjoner. Men det er ikke holdepunkter for å si at det fremmer publikumsutviklingen i betydningen at det utvider publikumsgrunnlaget. Det har en forsterkende tendens blant etablerte grupper, men det er lite som tyder på at det er høy betalingsvilje for digitalt innhold blant disse.

Erfaringen med *Culpa! i unntakstilstand* har fått Kilden til å konkludere med at scenekunst ikke uten videre bør strømmes via kommersielle plattformer, men på trygge plattformer hvor det er mulig å moderere dialogen med de unge. For Kilden Teater vil det dessuten være et premiss at det digitale må representere en kunstnerisk utviklingsmulighet. Et ønske om digital distribusjon fra Den kulturelle skolesekken eller andre distributører kommer i andre rekke i forhold til det kunstneriske prosjektet.

Kilden Teater er veldig opptatt av at barn og unge skal oppleve teater, og tilbyr forestillinger gjennom Den kulturelle skolesekken, både i form av skolebesøk og turneer. Dette er nøye planlagt i samarbeid med fylket lang tid i forveien. Digital turnering er ikke noe Kilden ser for seg med det første. Men Kilden er med i en innovasjonsdugnad initiert av stiftelsen Cultiva, som har som visjon å utvikle et «digitalt kulturhus». Her kan det åpne seg helt nye muligheter.

3) Innspill til Kulturtanken som nasjonal koordinator for digitalt tilbud via Den kulturelle skolesekken

Kildens talsperson er usikker på hva som er Kulturtankens rolle overfor Den kulturelle skolesekkens lokale aktører. Legger de føringer for fylker og kommuner? På spørsmål om hva en nasjonal koordinator burde foreta seg, tenker hun høyt og kommer med følgende innspill, formulert som spørsmål:

Kan Kulturtanken tilby en sikker plattform/portal hvor vi kan distribuere vårt innhold, med mulighet for å hente ut undervisningsmaterieell og med teknologiske muligheter for interaktivitet – et alternativ til de kommersielle kanalene? Hun begrunner dette innspillet med erfaringer fra tidligere. – Du sier fra deg mye når du legger det ut på de store kommersielle plattformene. Det er krevende å komme i kontakt med YouTube, for eksempel da de stengte kanalen vår på *Culpa! i unntakstilstand*. Vi kom ikke gjennom. Et annet eksempel var da vi hadde formidlet en opplesning for barn hvor vi brukte musikk, og Facebook sensurerte oss fordi de hadde mistanke om at vi ikke hadde musikkrettighetene i orden, forklarer hun.

Sørensen sier at det er en stor og tung innsalgjobb for institusjonene å ta kontakt med kommuner og fylker over hele landet. Det har de ikke kapasitet til. Kan Kulturtanken tilby nasjonale distribusjonsmuligheter, slik at de kan nå ut til andre regioner? Og med tanke på rettighetsproblematikken: Kan Kulturtanken utvikle et rammeverk for rettigheter og rapportering av seertall?

Sørensen peker til slutt på den samme utfordringen som Det Norske Teatret: at det er sprik mellom institusjonene og Den kulturelle skolesekkens planleggingshorisont. Kilden tar produksjonsbeslutning minimum to år før en premiere. Den kulturelle skolesekken tar beslutningen lenge etter premieren. Innspillet hennes går

på at Kulturtanken kanskje kunne berede grunnen for at fylkene ser på denne praksisen. – Vi er en profesjonell scenekunstinstitusjon. De burde kunne stole på at vi produserer noe av kvalitet for målgruppen. Kulturtanken kunne kanskje lage retningslinjer som gir et godt grunnlag for at vi i fellesskap med lokale tilskuddsgivere kan presentere kvalitetskunst for barn og unge?

6. MUNCH

Basert på intervju med avdelingsdirektør formidling Gerd-Elise Mørland

1) Kjøpt oppsummert: strategisk utgangspunkt og videreføring

MUNCH var i bevegelse både fysisk og digitalt da pandemien rammet kulturlivet. Det nye museet i Bjørvika skulle snart åpne, og det digitale utviklingsarbeidet som er nedfelt i strategidokumentet fra 2018, gikk etter planen. Pandemien åpnet et nytt rom for eksperimentering med formater og tillot i større grad enn normalt prøving og feiling. Det strategiske valget som styrte den koronarelaterte innholdsproduksjonen, var med formidlingsdirektørens egne ord at «vi gikk for å bli en del av populærkulturen». De akutte koronatiltakene ble utviklet for strategisk viktige målgrupper, med høy hastighet, uten sikkerhetsnett, med egne midler, enkle tekniske løsninger og Facebook som formidlingsplattform. De fikk helt uventet enorm respons. Erfaringene med å prøve og feile i denne tiden var svært gode, og museet lover å tilby digitale formidlingstilbud og arrangementer også etter koronapandemien. De ønsker å nå ut til skolebarn i hele Norge og til et internasjonalt publikum med digitale opplevelser og utfoldelsesmuligheter. Den digitale strategien har ikke endret seg på grunn av pandemien, men handlingspunktene har ifølge formidlingsdirektøren blitt flere, og farten har økt. Museet er på vei mot en fremtid hvor det digitale formidlingstilbudet er likestilt med det analoge. Erfaringen av hvor stor betydning lavterskeltilbud kan ha for så mange, har utvidet kvalitetsbegrepet.

2) Hva de gjorde, hva de lærte, og hva de tar med seg videre

Da museet stengte dørene for publikum, var de allerede i gang med to digitale formidlingsprosjekter for barn i skolen: Munch-innhold til [Cappelen Damm Skole](#) og et heldigitalt tilbud via Den kulturelle skolesekken til elever som ikke besøker museet fysisk fordi de bor i andre byer eller langt unna det fysiske visningsstedet for kunst. Dette tilbudet har foreløpig tittelen [#UFERDIG](#) (Munch i skolen). Under nedstengingen utviklet de i tillegg Modige Munch – et digitalt tilbud til 3500 elever gjennom Den kulturelle skolesekken fra skolene i Oslo som egentlig skulle ha besøkt museet.

I MUNCHs digitaliseringsarbeid skiller det mellom digitalt innhold og digitale innovasjoner. Modige Munch sorterer under kategorien digitalt innhold og bruker allerede eksisterende produkter som formidlingsplattform. [#UFERDIG](#) (Munch i skolen) er et innovasjonsprosjekt. Her jobber de frem et helt nytt digitalt produkt som skal skape nye opplevelsesformater og kreative utfoldelsesmuligheter.

Modige Munch er et tilbud gjennom Den kulturelle skolesekken til 7.-klasser i Oslo, utviklet av museets «team barn og unge» i samarbeid med [Flaatenbjørk kompani](#), som har turnert for Den kulturelle skolesekken i en årrekke og har spesialkompetanse på elevmøter. Formålet med prosjektet er å skape et kunstnerisk møte med museet, uten museumsbesøk, ved hjelp en gjennomarbeidet regi og dramaturgi for selve møtesituasjonen med elevene. Videomøtet finner sted i Teams, osloskolens vedtatte plattform for digital læring. Elevene sitter i klasserommet og følger med via nettbrett, mens skuespillerne befinner seg i et studio inne i den aktuelle utstillingen på museet.

[#UFERDIG](#) (Munch i skolen) er et innovasjonssamarbeid med [Digital Catapult](#), en britisk innovasjonsplattform initiert av det britiske kulturrådet, for å stimulere til digital innovasjon i britisk kultursektor. Prosjektet baserer seg på en overordnet strategisk beslutning om å utvikle nye digitale opplevelsesformater. Det er finansiert via Sparebankstiftelsen og har dem som ikke besøker museet, som målgruppe. Målsettingen med prosjektet er å utvikle et digitalt verktøy som elever over hele landet kan bruke til å være kunstnerisk kreative selv. Det dreier seg helt konkret om å utvikle en tegneapp med AR-funksjon, der målet er at barn skal få innsikt i at kunstnerisk kvalitet ikke nødvendigvis henger sammen med tegneferdigheter. En betaversjon er for tiden under utvikling. Appen har potensielt et internasjonalt nedslagsfelt og et forretningsmessig potensial.

Da museet stengte, oppsto det spontant flere helt nye digitale prosjekter. MUNCH har i utgangspunktet en tydelig merkevarestrategi og vet hvilke publikumsgrupper som er deres viktigste konseptuelle målgrupper. Det bestemte seg derfor raskt for tre innholdsspor for de tre viktige målgruppene: internasjonalt publikum, unge voksne kulturinteresserte, og barn og unge. I starten lå innholdet tett opp til et etablert analogt formidlingstilbud, hvor man typisk filmer en omviser og tar publikum med inn i museet som om de er fysisk til

stede i rommet. Etter hvert laget de mer påkostet innhold i samarbeid med produksjonsmiljø som [Spindelfilm](#) og [Vi er Live](#).

Direktestrømmingene *We bring Edward Munch to you* var beregnet på et internasjonalt publikum. Guiden snakket engelsk og tok publikum med inn i museet og formidlet verk i de utstillingene som var oppe for tiden. Innholdet er siden gjort tilgjengelig på [munchmuseet.no](#) under fanen [MUNCH digital](#). Det ble også produsert en digital versjon av utstillingen [The Experimental Self](#), en fotoutstilling basert på Munchs selvportretter. For målgruppen «unge voksne kulturinteresserte» ble det utviklet kunstneriske møter mellom artister og et selvvalgt verk av Munch, for eksempel Cezinando i møte med *Madonna*, og Fredrik Høyer og Bendik Baksaas i møte med *Skrik*. For målgruppen «barn og unge» ble det laget [en serie videoverksted](#) som fortsatt ligger tilgjengelig på museets hjemmesider.

Etter at museet hadde åpnet i mai, men mens det fortsatt var innreiseforbud fra utlandet, laget MUNCH *Skrik Live 24/7* i samarbeid med Vi er Live. Det var et tilbud til turister som ikke kunne besøke museet. Her ble det satt opp et kamera foran *Skrik* som strømmet direkte døgnet rundt. Innimellom dukket det opp formidlere eller samfunnsdebattanter som kommenterte eller knyttet an til Munchs berømte verk. Vi er Live ble valgt som samarbeidspartner fordi de ifølge Mørland utvikler genuint digitale opplevelse fra bunnen av, og ikke bare filmer analoge hendelser og strømmer dem, men også fordi de tilbyr en norsk distribusjonsplattform. MUNCH ønsket å teste dem med tanke på et mulig fremtidig samarbeid om billetter og betalt digitalt innhold. Under pandemien har alt digitalt innhold fra museet vært gratis. Det var det eneste riktige for at vi kunne prøve og feile, sier Mørland.

Direktestrømmingene ble en braksuksess til tross for enkle og tradisjonelle virkemidler. En enkeltfilm fikk på det meste 5 millioner visninger på Facebook. MUNCH oppsummerer satsingen som svært lærerik og vellykket, og Mørland sier at de sitter igjen med en bredere kvalitetsforståelse. Hun trekker frem verdien av proto-typing og testing i en utviklingsprosess – noe som vil ha effekt for utvikling av fremtidige analoge opplevelser. Hun understreker verdien av å teste ut konsepter man ikke vet om vil bli vellykket, og la det stå til. – Det er viktig å komme i gang og lære mens man går, og ikke tenke at man skal ha alt perfekt på forhånd, hevder Mørland. – Ingen kunne ane at den digitale omvisningen vår skulle bli så utrolig populær. Folk elsket den. Det var det dårligste tiltaket rent håndverksmessig. Enkelt filmet med mobilkamera, ikke spesielt god lyd. Men det slo an som globalt, sosialt fellesskap under pandemien. Det følte ordentlig viktig og helt i tråd med vårt mandat, konkluderer hun.

En annen viktig læring var at tidlig avklaring av målgrupper og tilpasset innhold var riktig vei å gå. Tverrfaglige samarbeid internt var også avgjørende for å lykkes. I tiden videre ønsker de å se på hvordan de kan lage gode forretningsmodeller også for digitale tilbud.

På spørsmål om det vil bli mulig å besøke MUNCH digitalt også i fremtiden, er svaret et ubetinget «Ja». Dersom de lykkes med Modige Munch-prosjektet, vil skolebarn over hele Norge kunne besøke museet. *#UFERDIG* (Munch i skolen-piloten) har også blitt beriket av den digitale møteformen som ble påtvunget alle under pandemien. Det har gitt utviklerne økt forståelse for den distansen en bruker kan oppleve stilt ovenfor et digitalt produkt som en tegneapp.

3) Innspill til Kulturtanken som nasjonal koordinator

MUNCH er den av institusjonene i dette utvalget som allerede har samarbeidet med Kulturtanken. Tegneappen MUNCH er i ferd med å utvikle, stiller helt nye krav til lærerne. Her er det ikke snakk om et skolebesøk hvor lærerne kan trekke seg tilbake – men en digital løsning som lærerne aktivt må velge å prøve ut og gjøre seg kjent med sammen med elevene. I forbindelse med konseptutviklingen trengte MUNCH bedre kjennskap til hvilke premisser skolene har for å kunne ta i bruk dette verktøyet, og hvilke hindringer de kom til å møte. De fikk god hjelp fra Kulturtanken i oppstarten av prosjektet med å forstå hvor varierende utstyrsparken er hos de ulike skolene, og hvor lite digital kompetanse man kan forvente av lærerne. Museet bestilte i tillegg en innsiktsrapport som kartla hvilke hindringer prosjektet ville møte på, og viktige kriterier som måtte være på plass for at prosjektet skulle lykkes. – Et av hovedfunnene var at målgruppene «lærere» og «foreldre» var like viktige som «barn», og at vi måtte lage et prosjekt som tillot at barna selv fikk anledning til å velge opplevelsen, slik at barna kunne være meddrivere til å ta verktøyet i bruk (å la NRK-prosjektet BlimE), forklarer Mørland.

Hun påpeker at Den kulturelle skolesekken slik den foreligger i dag, i liten grad legger til rette for at den enkelte læreren eller eleven kan velge kunstopplevelsene. Denne kunnskapen var avgjørende på konseptnivå, og førte til beslutningen om at Den kulturelle skolesekken ikke kunne være det eneste distribusjonsapparatet for #UFERDIG, dersom de skulle nå bredt ut.

Mørland spiller inn til Kulturtanken at de bør vurdere om de kan påta seg å innhente denne typen designdrevet innsikt, slik at de enkelte aktørene ikke behøver å kjøpe dyre innsiktsrapporter selv. Hun foreslår at de bør legge til rette for at lærere får tilgang til og «reservert» tid til digitale opplevelser gjennom Den kulturelle skolesekken.

Mørland stiller seg umiddelbart kritisk til en eventuell idé om at Kulturtanken *alene* skulle bygge en digital plattform for distribusjon av digitalt innhold. – Skal man lykkes med digital innovasjon innenfor kulturfeltet, må man gå i partnerskap med private, store aktører med spesialkompetanse, sier Mørland. – Selv de store og kommersielle aktørene sliter med å lage fungerende plattformer. Dersom Kulturtanken skulle begi seg ut på dette, må de i alle fall samarbeide med en aktør som har de rette forutsetningene for å lykkes, understreker hun.

Slik Mørland ser det, er Den kulturelle skolesekken i utgangspunktet laget for analoge produksjoner som turnerer. – Hvis man skal endre på det, må man endre på organiseringen i flere ledd: i idéutvikling, programmering, produksjon, avvikling, distribusjonsmetoder og i selve kvalitetsbegrepet. Man må tenke innovasjon og digitalisering i alle ledd helt fra scratch. Og da snakker vi vel egentlig om en annen organisasjon, sier hun.

Det Kulturtanken heller kunne gjøre, er å anbefale hvilke plattformer institusjonene burde benytte, og å formidle innsikt om hvordan de kan benyttes. I Modige Munch-prosjektet er en av utfordringene at osloskolen har krevet at de skal benytte Teams. Selv skulle de gjerne ha benyttet den norskproduserte Whereby-plattformen, som de mener er bedre egnet.

Kulturtanken bør ta en rolle når det gjelder å rive ned felles barrierer mot digital formidling blant lærerne i skolene. Det har tatt mange år å få skolene til å bli gode mottakere av analoge formidlingsopplegg – og det vil sikkert ta like lang tid å få på plass et mottakerapparat for digitale tilbud.

7. Oslo-Filharmonien

Basert på intervju med utviklingssjef Lars Petter Hagen

1) Kjøpt oppsummert: strategisk utgangspunkt og videreføring

12. mars var Oslo-Filharmonien midt inne i et jubileumsår. De hadde ansatt en utviklingssjef, som frem mot jubileet ved siden av programmering og kunstnerisk utvikling arbeidet med kompetanseutvikling og publikumsutvikling sammen med resten av staben. Utviklingssjefen kom fra stillingen som kunstnerisk leder for Ultimafestivalen. I arbeidet med å finne erstatninger for avlyste konserter ble det raskt utviklet en digital konsertserie ut fra en festivaltankegang. Den 22. april lanserte de *Mellomspill – veien tilbake*, en splitter ny digital konsertserie distribuert primært via sosiale medier. Utviklingssjefen oppsummerer denne svært hektiske perioden som vellykket både med tanke på organisasjonens evne til omstilling og effekten i form av publikumsutvikling og omdømmebygging. Oslo-Filharmonien hadde ikke en gjennomarbeidet digital strategi da pandemien kom, men nedstengingen, usikkerheten og den reduserte kapasiteten i ettertid har ifølge utviklingssjefen tydeliggjort hvor viktig den digitale strategien er. Filharmonien er en strategisk moden organisasjon som har som sin primære målsetting å bringe den klassiske musikken ut til folk, via podiet, i konsertsalen eller ute i det offentlige rom. Eksperimenteringen med kameraproduksjoner og digital formidling under pandemien har ikke bare lært dem hvordan de kan nå enda lenger ut og erobre et internasjonalt publikum, men hvordan de kan forsterke den analoge konsertopplevelsen.

2) Hva de gjorde, hva de lærte, og hva de tar med seg videre

Konsertserien fikk navnet *Mellomspill – veien tilbake* som et uttrykk for at det var akkurat det det var – et mellomspill, og at de gledet seg til å komme tilbake til en normal situasjon hvor de igjen kunne møte publikum. Nyheten ble lansert av Aftenposten under overskriften: «Desperate musikere går live, Oslo-Filharmonien strømmet ny konsertserie». Violinist og konsertmester i Oslo-Filharmonien, Elise Båtnes ble sitert: *Den dagen vi får gå inn på et fullsatt podium, kommer jeg til å storgråte av glede. Nå begynner jeg å grine bare ved tanken.*

For de som planla fremstøtet, var det viktig å holde to tanker present i hodet samtidig. For det første: publikumsutvikling. Oslo-Filharmonien ville benytte anledningen til å erobre nytt publikum, ikke bare det høyfrekvente konsertsalpublikummet hjemme i Oslo. De valgte derfor å strøme konsertserien via YouTube. De oppdaget to ting: De fikk en overveldende respons fra utlandet, og de spilte en viktig rolle som sosialt lim for folk som satt isolert i sine hjem over nær sagt hele kloden. Chatten på YouTube var full av innlegg fra folk som fulgte sendingene og nøt opplevelsen av å være en del av et fellesskap. De norske abonnentene fulgte ikke sendingene i like stor grad. Denne sosiale effekten er ifølge Hagen i seg selv et argument for å tenke det digitale som en selvstendig del av tilbudet fremover.

For det andre: kompetanseutvikling. Den digitale konsertserien krevde en total omorganisering av hele driften nærmest over natten. Bare det å venne seg til at all kommunikasjon skulle foregå fra hjemmekontor via skjerm, var en stor omstilling. Normal planleggingshorisont for en sesong i et symfoniorkester er tre år. Nå ble en sesong planlagt og gjennomført på noen uker. De rigget opp et TV-studio i konserthuset, med alt hva det innbar av spesialtillatelser og innføring av rutiner for smittevern. For å sikre en så stor og variert besetning som mulig innenfor gjeldende smittevernsregler måtte det legges en komplisert kabal for musikerne. Det ble identifisert og inngått samarbeid med to ulike eksterne produsenter: Trippel-M og Norway Live. Sistnevnte er også distributør med egen visningsplattform. I tillegg var Aftenposten mediepartner på prosjektet.

I motsetning til andre orkestre som har valgt å satse på å bygge egne digitale konsertsaler, har Oslo-Filharmonien valgt å la dette være. De tror at kun de aller største symfoniorkestrene i verden (Berlin, New York, Wien og Los Angeles) vil kunne generere så stor trafikk at det vil være hensiktsmessig. Oslo-Filharmonien handlet utfra et ønske om å være der det er mest trafikk, da de valgte YouTube som plattform. Det viste seg å være riktig. De gikk fra 5000 til 35 000 følgere på YouTube. Beethovens 9. ble strømmet 2,7 millioner ganger. På sosiale medier eksploderte tallene.

Erfaringene med Mellomspill vil prege den videre utviklingen av organisasjonen. Det har endret måten de tenker om både programmering, organisering og publikumsutvikling. Som organisasjon har de fått øvelse i å være fleksible og å tenke annerledes. Alle har måttet eksperimentere og tilpasse seg den nye og helt spesielle

«midlertidigheten» som preger samfunnet under pandemien. Hagen oppsummerer de viktigste læringspunktene slik:

- a) Effekten av konteksten: Det ligger muligheter i en videoproduksjon i form av situasjonen i salen, kameraproduksjon, regi, klipping, nærbilder av utøvere, innklipp av stemningsbilder osv. Er noe av dette overførbart til den analoge delte opplevelsen?
- b) Effekten av medvirkning: at det sosiale aspektet som ble mulig gjennom noe så enkelt som en chatfunksjon på YouTube, kunne være en så avgjørende del av opplevelsen for så mange publikummere
- c) Effekten av å være steds- og mediespesifikk: Du kan ikke bare overføre fra analogt til digitalt. Det digitale må tenkes inn fra starten. Kanalvalg er avgjørende: Det handler om å være der hvor ulike segmenter av publikum er. Det er alltid minst 5 uttak å tenke på: YouTube, Facebook, Instagram, Snapchat og trykte medier.

I ettertid har de begynt å utvikle en visuell modell for den digitale publikumsreisen. De har oppdaget at den ikke utfolder seg på samme måte som den analoge, som en lineær reise i tre faser fra forberedelsesfasen – markedsføring og kjøp av billett – via høydepunktet – selve konserten – til i bearbeidelsesfasen – å snakke med andre og lese anmeldelser, kanskje bli kontaktet av institusjonene med tilbud om nye opplevelser/undersøkelser. I den digitale publikumsreisen overlapper disse fasene hverandre på en helt annen måte. Den digitale konserten kan like gjerne være startpunktet på en reise inn til den fysiske konsertsalen, forklarer Hagen. Han sier at han tror «det ligger et gigantpotensial for et orkester i å få grep om denne reisen».

3) Innspill til Kulturtanken som nasjonal koordinator for digitalt tilbud via Den kulturelle skolesekken

Hagen er i likhet med de fleste andre i disse intervjuene usikker på hva som er Kulturtankens mandat. Han betrakter Den kulturelle skolesekken som en aktør som koordinerer fysiske besøk, og tenker at denne funksjonen sikkert kan overføres til et digitalt tilbud i regi av Kulturtanken.

På spørsmål om hvordan en nasjonal koordinator kan legge til rette for at Oslo-Filharmonien skal kunne nå ut til barn og unge med digitale tilbud i fremtiden, svarer han at den primære målsettingen for filharmonien er å vekke barn og unges interesse for å oppleve hvordan det er å være en del av et lyttende publikum i en sal sammen med utøverne. Det viktigste innspillet fra filharmonien til Kulturtanken er derfor at de bør sørge for at barn og unge får oppleve klassisk musikk i sine rette omgivelser: konsertsalen.

«Når vi spiller konsert for alle femteklassene i Oslo, får vi vist dem hva konsert ER – de får føle på kroppen hva det vil si å være i en konsertsal med god akustikk. Hvis man bare samler videoer på en webplattform, så får de aldri den opplevelsen, og da lærer de heller ikke at det faktisk finnes orkestre som holder på med dette.»

Hagen er avventende til ideen om at Kulturtanken skal utvikle en egen plattform for distribusjon av orkestervideoer. Han understreker likevel at dersom Kulturtanken vil bidra til at klassisk musikk kommer ut til enda flere barn og unge, vil Oslo-Filharmonien alltid stille seg positive. Dersom en slik plattform skal fungere, bør den hente materiale fra andre plattformer via innebygde løsninger, påpeker Hagen. Rettighetsproblematikk har stor innvirkning på valg av publiseringsløsninger for et orkester.

Kanskje Kulturtanken burde tenke på samme måte Oslo-Filharmonien gjorde da de laget *Mellomspill* – at den digitale opplevelsen gjennom Den kulturelle skolesekken er et mellomspill – eller snarere et vorspiel – til den fullverdige analoge konserten i konserthuset?

8. Stiklestad Nasjonale Kultursenter

Basert på intervju med formidlingsansvarlig Gunhild Rikstad

1) Kjapt oppsummert: strategisk utgangspunkt og veien videre

[Stiklestad Nasjonale Kultursenter](#) formidler Norges politiske, kulturelle og åndelige arv etter slaget på Stiklestad i 1030. Formidlingen foregår i form av utstillinger, seminarer, foredrag, forestillinger, skoleprogrammer og Olsokdagene, der *Spelet om Heilag Olav* settes opp årlig, med skuespillere og kunstneriske lag i samspill med lokale amatører og frivillige. I tillegg inngår drift av et stort folkemuseumsområde med 30 antikvariske bygninger. Da kulturlivet stengte 12. mars, hadde de ingen digital strategi å lene seg på. De hadde en digital markedsføringsstrategi, men egentlig ingen erfaring med digital formidling og ikke noe utstyr. Holdningen var at «dette kan vi ikke, så det må vi prøve». De fikk opp et digitalt formidlingstilbud etter «prøve og feile»-metoden, basert på interne krefter. De oppnådde verdifull kompetanseheving og fikk positiv respons fra publikum i regionen, nasjonalt og fra utlandet. De ser tilbake på den digitale eksperimenteringen under nedstengingen som stimulerende og utviklende. Det digitale tilbudet vil aldri kunne erstatte det analoge besøket, men arbeidet med å digitalisere analoge formidlingsformater har gjort dem til bedre formidlere. Filmmidiet har gitt dem muligheten til å formidle anlegget og samlingene på måter som ikke kan gjøres i en vanlig omvisning. Stiklestad Nasjonale Kultursenters talsperson er også glad for at den digitale satsingen gjorde at de unngikk å permittere formidlere. De vil fortsette å tilby både barn og unge og et allment kulturinteressert publikum digitalt innhold, og har med tilskudd fra Trøndelag fylkes digitale innovasjonsordning inngått avtale om å utvikle et digitalt tilbud via Den kulturelle skolesekken med produksjonsmiljøet [Camerat](#) i Steinkjer. Det blir en slags «digital turné» som tilbys skolene fra 1. oktober.

2) Hva de gjorde, hva de lærte, og hva de tar med seg videre

Hver dag fra 14. mars la de ut en historie på Instagram. På emneknaggen [#dagenshistorie](#) kunne publikum, med kultursenterets egne ord, få «Kunnskapspåfyll i koronaens tid». Her bød de på «daglige historiske funfacts, kuriosa og interessant lærdom» i form av bilder og videosnutter. Fra 20. mars sendte de direkte på Facebook hver mandag, onsdag og fredag klokken 10:30. Budskapet til publikum ligger fortsatt på [stiklestad.no](#) sammen med alle videoene som ble produsert:

«Vi savner våre mange besøkende og starter derfor opp et digitalt formidlingstilbud vi kaller 'Dagens 1030'. Her vil vi tre dager i uken, på mandag, onsdag og fredag, klokken 10.30 ha en livesending på Facebook. Her vil dere møte oss ansatte som deler historier som spenner over tusen år – knyttet til både Olav og til stedet Stiklestad. Etter direktesendingen legger vi den digitale fortellingen her.»

I starten dreide det seg om gjenstandsformidling, og senere om formidling av håndverkstradisjoner og ansattes kunnskap og erfaring. Serien var rettet mot et voksent, allment kulturinteressert publikum onsdag og torsdag. Fredager var det rettet mot barnefamilier.

Stiklestad Nasjonale Kultursenter var tidlig ute blant norske museer og så til det internasjonale museumsforbundet [ICOM](#) sine nettsider, som var raskt ute med å publisere lenker til institusjoner som fant alternative formidlingsmåter under nedstengingen. Her lot de seg inspirere av National Museum of Scotland. Alt ble produsert av museets egne ansatte. Kjerneteamet besto av en teknisk sjef med interesse for filming og klipping, en sosiale medier-ansvarlig og formidlingsansvarlig, Gunhild Rikstad. Sosiale medier-medarbeideren bygget videre på et etablert konsept som het «månedens gjenstand», hvor hun presenterte gjenstander og bygninger i form av stillfoto og tekst på Facebook og Instagram. Denne medarbeideren utviklet seg til en habil videoprodusent i løpet av prosessen. Gradvis utviklet de en «inspisientrolle» som gikk på rundgang mellom formidlerne. Inspisienten hjalp til med å utvikle et godt manus og bidro til å gjøre håndverkere, arkeologer og magasinarbeidere som ikke var vant til å formidle, tryggere i situasjonen. Inspisienten kunne for eksempel ta rollen som intervjuer i situasjoner hvor det var mest komfortabelt for presentøren. I andre situasjoner hadde inspisienten ansvar for å forebygge forstyrrelser i lyd eller bilde under opptak.

Kultursenteret tar normalt imot 2500 barn og unge hver vår. Som erstatning for avlyste elevmøter utviklet de digitale formidlingsformater som ble distribuert til elevene via skolene. Til dette formålet gikk de til innkjøp av to kamera med støydempende mikrofoner og redigeringsverktøy til totalt 100 000 kroner. Teknisk sjef hadde var i besittelse av noe privat utstyr, blant annet en drone, som de benyttet til å filme oversiktsbilder over hele

området. På den tekniske siden var den største utfordringen å lære seg å redigere. Det tok en uke å redigere den første videoen, tre dager å redigere den neste, og etter hvert kun én dag.

De finansierte innkjøpene gjennom ubrukte midler fra utstillinger/prosjekter som ikke kunne arrangeres på grunn av pandemien. De søkte tilskudd både fra Kulturrådet og Fritt ords ekstraordinære pott, men fikk avslag. Kommunale tilskudd til opplegg gjennom Den kulturelle skolesekken betalte timelønnen til formidlere og forhindret permisjoner. Fra Trøndelag fylke fikk de tilskudd til å utvikle et heldigitalt formidlingsopplegg i samarbeid med det eksterne produksjonsselskapet Camerat på Steinkjer. Prosjektet er under utvikling når denne rapporten skrives.

I tillegg til formidlingen av museets samlinger og basiskompetanse strømmet de foredrag, konserter og nyproduserte videokavalkader over tidligere spel under Olsokdagene. Alt ble strømmet via Facebook med lenker fra egne nettsider.

Satsingen er analysert og dokumentert i en masteroppgave ved NTNU fra mai 2020.¹

Kultursenterets talsperson ser tilbake på en stimulerende periode som løftet formidlingsarbeidet. Det som startet som en nødløsning, kommer til å bli en permanent del av formidlingsstrategien fremover og er allerede et viktig supplement til det analoge tilbudet. Det gir kultursenteret et internasjonalt nedslagsfelt og muligheten til å realisere den nasjonale rollen som ligger i formålet med virksomheten.

De har gått en lang vei fra oppstarten i mars til nåsituasjonen hvor de har nedfelt sine erfaringer i en huskeliste som de foreløpig har delt med de fire andre museene i Stiklestad Nasjonale Kultursenter (Nils Aas Kunstverksted, Egge museum, Stjørdal museum Værnes, og Levanger fotomuseum). Listen gir konkrete råd for organisering og gjennomføring av live-sendinger.

I likhet med de fleste andre i dette materialet har kultursenteret erfart at man ikke bare kan digitalisere noe som egentlig skal foregå analogt, men man må tenke digitalt gjennom hele utviklingen av innholdet. De har også lært at publikums tålmodighet er kortere i digitale medier. Derfor gjelder det å komme til kjernen av det som skal formidles, på kortere tid. Kultursenteret utfordrer i dag formidlerne sine til holde presentasjoner som før tok en skoletime, på 15 minutter. De synes de har blitt bedre formidlere, og at det digitale har åpnet for helt nye muligheter. Det tar tid å forflytte en skoleklasse fra et bygg til et annet. Med kameraproduksjoner kan du skifte lokasjon «med et knips» og gi publikum en oversikt over anlegget som ikke er mulig på andre måter.

«Dagens 10:30» ble svært godt mottatt og har gitt Stiklestad Nasjonale Kultursenter et helt nytt publikum. Kommentarene på Facebook viser at det er folk fra hele landet og utlandet som har fulgt med på sendingene. Blant annet en nordisk forening i Mexico som fungerer som et digitalt felleskap. De har teksten til spansk og benyttet dem i sine møter.

Samarbeidet med det eksterne produksjonsmiljøet Camerat er inngått både med tanke på utvikle enda mer profesjonelle formidlingstilbud til publikum, men også for å heve kompetansen og gi nye impulser til det formidlingsfaglige miljøet internt.

3) Innspill til Kulturtanken som nasjonal koordinator for digitalt tilbud via Den kulturelle skolesekken

Stiklestad Nasjonale Kultursenter har status som nasjonalt senter for formidling av Olavsarven. Digital formidling åpner for nasjonalt publikum via Den kulturelle skolesekken. Men de ulike fylkene har i dag helt ulike praksiser og vurderingskriterier. Det er alt for krevende for kultursenterets stab å forholde seg til dette, og de ber derfor Kulturtanken om å påta seg en koordinerende rolle.

Stiklestad Nasjonale Kultursenter er opptatt av at det må utvikles nye finansieringsmodeller for digital turnering. Rikstad ber Kulturtanken se på den modellen som Trøndelag fylke nå tester ut. De gir kultursenteret produksjonsmidler pluss 15 kroner per elev som deltar.

¹ Siebke T.E (2020). *Virale medier i virale tider – Sosiale medier ved norske kulturarvsinstitusjoner under COVID-19 epidemien*.

Stiklestad Nasjonale Kultursenter er opptatt av at vektleggingen av det digitale ikke må ta fullstendig overhånd, og mener fortsatt at det digitale ikke kan eller bør erstatte et besøk på Stiklestad. Men de beveger seg i retning av en likestilt formidlingsstrategi hvor analogt og digitalt eksisterer side om side og utfyller hverandre. Den største utfordringen for å oppskalere det digitale formidlingstilbudet ved kultursenteret er formidlingskapasitet. En nasjonal satsing på digitalt innhold via Den kulturelle skolesekken bør følges av en tilskuddspott, slik at institusjonene kan forsterke laget med eksterne produsenter og formidlere.

9. Stiftelsen Cultiva

Basert på intervju med daglig leder Kirsti M. Hjemdahl

1) Kjapt oppsummert: strategisk utgangspunkt og videreføring

Cultiva ble opprettet av Kristiansand kommune i 2000 for å sikre arbeidsplasser og gode levekår i Kristiansand gjennom å støtte prosjekter innen kunst, kultur og kreativitet. Støtten skal bidra til nyskaping, utvikling, kompetansebygging og å holde kvalitativt høyt nivå. Stiftelsen har en forvaltningskapital på cirka 2,2 milliarder norske kroner per august 2020. Med Kirsti Mathiesen Hjemdahl som daglig leder og Kjersti Løken Stavrum som styreleder har stiftelsen tung forskerfaglig og mediefaglig kompetanse, blant annet når det gjelder digital utvikling, innovasjon og omstilling. To uker etter nedstengingen vedtok styret en tiltakspakke på 5 millioner kroner. Satsingen har så langt resultert i en innovasjonsdugnad hvor en rekke ulike kulturaktører har eksperimentert med digital produksjon og/eller formidling, samt et mer strategisk felles digitalt kulturløft. Her har innspill fra hele kultursektoren gitt grunnlag for å kunne utarbeide et tydelig mandat med tre satsingsområder og å velge ut to lokale kulturinstitusjoner og to digitale nyetableringer fra regionen, som sammen skal arbeide frem et forslag til et mulig, fremtidig digitalt kulturhus. Det digitale kulturhuset som foreløpig kun befinner seg på et tidlig stadium på tegnebrettet, kan i teorien lett skaleres opp nasjonalt og internasjonalt og være en potensiell fremtidig samarbeidspartner for en aktør som Kulturtanken.

2) Hva de gjorde, hva de lærte, og hva de tar med seg videre

Den 26. mars 2020, to uker etter den nasjonale nedstengingen, vedtok styret i Cultiva en ekstraordinær koronasatsing på fem millioner kroner. Satsingen var todelt: en søknadsbasert utlysning på 1,5 millioner kroner til aktuelle og kortsiktige prosjekter innen kunst, kultur og kreativitet, og en pott på 3,5 millioner til å utvikle et felles digitalt kulturløft basert på innspill fra partnere i et lokalt kulturledernetverk bestående av Kristiansand kommune, Kilden, Palmesus, Kristiansand Dyrepark, Sørlandets Kunstmuseum, Vest-Agder-museet, Agder fylkeskommune og Universitetet i Agder. Det ble bevilget mellom 100 000 og 250 000 kroner til en rekke aktører som ikke søkte kompensasjon, men hadde prosjekter som var aktivitetsdrivende og basert på innovasjon og samarbeid.

Som del av fellesløftet inviterte Cultiva alle som hadde fått tilskudd, til samtale og refleksjon rundt digitale forretningsmodeller og digitale plattformer. De fikk inn mye kunnskap, analyserte materialet og konkluderte med at det var stor sprik i laget. Det visuelle feltet kan for eksempel være opptatt av å utvikle teknologi som kan fange opp den varierende dybden i overflaten til et maleri. Orkesteret er opptatt av lyd kvaliteten og å kunne gjenskape lydfølelsen i konsertsalen. Filmfeltet er opptatt av lagring og sikkerhet. Standupmiljøet ønsker lav terskel for å kaste seg utpå og eksperimentere. Visjonen om et digitalt kulturhus er basert på at de ulike aktørene og sjangrene har svært ulike behov og krav til kvalitet og ville tjene på samarbeid på tvers stimulert av aktører utenfra kulturfeltet. – Vi finner spisser som til sammen kan spille tilbake til feltet som helhet, noe som den enkelte ikke hadde oversikt over eller kompetanse til å utvikle på egen hånd, forklarer Hjemdahl.

I løpet av sommeren ble det avklart et mandat med tre satsingsområder og fire aktører. For det første skal de utvikle konsepter, funksjoner og gode brukeropplevelser for det frie musikkfeltet. Arbeidet skal ledes av teknologiaktørene bak konseptet SPICER. For det andre skal de utfordre eksisterende konsepter, produksjons- og lagringsmetoder samt analyse av digitalt innhold i institusjonene. Her skal Kilden og SKMU samarbeide. Målet er å få opp en mal som kan ligge klar til de andre kulturaktørene som skal inn i det digitale kulturhuset. For det tredje skal utviklerne i Wingboot ha hovedansvaret for å få frem gode brukeropplevelser i form av eksempelvis VC, AR og VR i det digitale kulturhuset. I sentrum står brukervennlighet, trafikk, profilering, forretningsmodeller og sist, men ikke minst, kvalitet. Utfordringen er at kvalitetsforståelsen og evnen til å agere er veldig ulik. – Det er her det er størst sprik i laget, forklarer Hjemdahl. – Ulike sjangre har ulike kvalitetsforståelser, og hva som legges i digital kvalitet, er avhengig av kompetanse og forståelse for hvilke digitale muligheter som foreligger.

Hjemdahl understreker at selv om det er helt vesentlig å tenke digitalt helt fra starten, så skal et digitalt kulturhus ha mange grenseflater mot det analoge. Det mest spennende i kulturhusprosjektet er nettopp dette, å finne de nye grenseflatene, hvordan det digitale skal treffe den analoge kunsten. Det er en vesentlig del av det som skal utforskes i prosjektet frem mot jul. Gruppen skal levere et såkalt MVP (minimal viable product) innen utgangen av desember. Prosjektleder er IT-sjef ved Kilden.

3) Innspill til Kulturtanken som nasjonal koordinator for digitalt tilbud via Den kulturelle skolesekken

På spørsmål om hvorvidt Kulturtanken burde satse på en digital plattform for distribusjon av digitalt innhold fra institusjonene, svarer Hjemdahl et tydelig «tja». Hun er skeptisk til at det offentlig finansierte kulturlivet kan klare å bygge noe som er relevant og fremtidsrettet alene. Det krever samarbeid med relevante teknologiaktører som evner å skape trafikk og skape inntekter i konkurranse med de store globale teknologiplattformene. Hun mener imidlertid at en aktør som Kulturtanken definitivt bør påta seg en rolle i å bistå kulturfeltet i den digitale transformasjonen hun mener at feltet står overfor. Hun er kritisk til at de store teknologiplattformene Facebook og YouTube får lov til å dominere. – Det trengs et offentlig–privat samarbeid som makter å utvikle forretningsmodeller hvor det digitale bidrar til å styrke kulturfeltet. Ikke som i dag, hvor teknologiplattformer ofte kommer inn som tredjepart som utarmer kulturfeltet, både med tanke på rettigheter, betalingsmodeller samt tilgang til data og analyser, understreker Hjemdahl.

Ambisjonen til Cultiva er å utvikle et digitalt kulturhus i Kristiansand. Kulturhuset skal være den foretrukne veien inn til digitale kulturopplevelser for ulike publikumsgrupper og alle sjangre, samtidig som det skal være et sted for samskaping, produksjon og lagring av digital kultur.

Det digitale kulturhuset har potensial til å nå langt utover Kristiansand.– Et digitalt kulturhus vil være så dyrt at vi ikke kan få det opp og stå alene, forklarer Hjemdahl. – Vi vil måtte samarbeide med relevante aktører som har de rette forutsetningene for å få det til. Kulturtanken kan være en slik samarbeidspartner, sammen med andre, gjerne kommersielle, aktører. Hvis vi lykkes, og får opp sikkerheten og kvaliteten, så kan det digitale kulturhuset også lagre innhold for Kulturtanken, sier Hjemdahl.

Del D) Innspill til Kulturtanken fra institusjonene

Dette er en punktvis oppsummering på bakgrunn av intervjuene i forrige del (C).

Generelt:

- Kulturtanken må bli synligere og tydeligere overfor institusjonene. Institusjonene har et uklart bilde av hva Kulturtanken kan og bør bidra med.
- Et digitalt tilbud via Den kulturelle skolesekken må tenkes helt nytt i alle ledd og krever sannsynligvis en helt ny organisering av Den kulturelle skolesekken og institusjonene som skal produsere innhold for den.

Største mulighet med digitalt tilbud via Den kulturelle skolesekken fra institusjonsperspektiv:

- å nå barn og unge over hele landet – ikke bare de som er i nærheten og kan komme på fysisk besøk

Største utfordringer for digitalt tilbud via Den kulturelle skolesekken fra et institusjonsperspektiv:

- Verdisyn, særlig utøvende kunst: Kulturopplevelsen er primært salbasert og fellesskapsbasert, elevene burde stimuleres til å komme til institusjonene og oppleve fullskala forestillinger og konserter sammen med andre publikummere.
- Det er vanskelig å sikre rettigheter til digital formidling (forlag og medvirkende).
- Det er for lite intern produksjonskapasitet.
- Det er ulike systemer for Den kulturelle skolesekken i ulike regioner.
- Planleggingshorisonten til Den kulturelle skolesekken og institusjonene er ikke synkron.
- Innkjøpsordningen er uforutsigbar. (Vil det vi lager, bli kjøpt inn av Den kulturelle skolesekken?)

Innspill (alfabetisk)

Analyse/innsikt :

- Kulturtanken kan sørge for analyse/innsikt, kartlegge kompetanse og utstyr i skolene.
- Kulturtanken kan legge til rette for kvantitativ og kvalitativ tilbakemelding fra elevene/skolene til institusjonene.
- Kulturtanken kan utarbeide malverk for rapportering av digitalt besøk (hvordan definere et digitalt «besøk» eller «oppmøte?»).

Arkiv/portal/visningssted:

- Kulturtanken kan tilby en sikker og trygg portal for å vise forestillinger og gjennomføre elevmøter.
- Kulturtanken kan peke på gode plattformer.
- Kulturtanken kan sørge for at det finnes et sted å melde inn digitalt innhold og undervisningsmaterieil.
- En portal bør ha teknologiske muligheter for interaktivitet.
- Det er viktig at Kulturtanken ikke investerer store ressurser i en plattform som blir irrelevant.
- Det er viktig at Kulturtanken ikke gjør det alene, men samarbeider med relevante, gjerne kommersielle, aktører som vet hvordan man skaper gode brukeropplevelser og trafikk.
- Kulturtanken kan bidra til å styrke kulturfeltet gjennom å samarbeide om å utvikle et norskeid digitalt kulturhus som utfordrer de store teknologiplattformene som utarmer kulturfeltet, både med tanke på rettigheter, betalingsmodeller og tilgang til data og analyser.

Distribusjon:

- Kulturtanken bør ta rollen som koordinator for både analogt og digitalt tilbud fra institusjonene.

Kompetanseutvikling og -deling:

- Kulturtanken bør bidra til å rive ned barrierer for digital formidling i skolene.
- Kulturtanken kan sørge for at lærere får styrket digital kompetanse, samt tilgang til og «reservert» tid til digitale opplevelser gjennom Den kulturelle skolesekken.
- Kulturtanken kan legge til rette for kunnskapsdeling og erfaringsdeling, herunder
 - hybride formater med høy kvalitet i skjæringspunktet mellom analogt og digitalt
 - digitalt innhold for unge – interaktivitet – sosiale medier?
 - ung kritiker-ordning

Promotering:

- Kulturtanken kan fremme tilbudet fra institusjonene overfor fylkene og Den kulturelle skolesekken lokalt rundt om i landet.
- Kulturtanken bør betrakte det digitale innholdet som promotering av det analoge og legge opp til at de unge ledes inn i institusjonene.

Rammeverk:

- Kulturtanken kan gi anbefalinger for hvordan man bør gå frem når man skal lage gode digitale formidlingsarrangement.
- Kulturtanken kan utarbeide digitale sjekklister for utvikling og mottak av digitale tilbud gjennom Den kulturelle skolesekken.

Rettigheter:

- Kulturtanken kan utarbeide malverk som kan brukes i kontrakter med medvirkende og forlag for å sikre rettigheter til digital distribusjon på tidlig stadium.

Samordning:

- Kulturtanken bør samordne praksiser og vurderingskriterier i fylkene.
- Kulturtanken bør sørge for at planleggingshorisonten blir bedre synkronisert med institusjonene.

Økonomi:

- Kulturtanken bør utvikle finansieringsmodeller for digital turnering.
- Kulturtanken bør gi produksjonstilskudd til engasjement av eksterne produksjonsmiljø.

Kulturtanken

Postboks 4261 Nydalen
N-0401 OSLO

Tlf.: 22 02 59 00
post@kulturtanken.no
www.kulturtanken.no

Foto: Pexels.com



Kulturtanken
Den kulturelle
skolesekken
Norge