

## Checklista: Digital utställning

Denna checklista är baserad på checklistan ”Things to consider before creating a Digital Exhibition”<sup>1</sup> som har tagits fram av en internationell arbetsgrupp som inriktar sig på området digitala utställningar. Checklistan består av vägledande frågor för att planera och genomföra en digital utställning. Frågorna är uppdelade utifrån fem projektfaser för att stödja strukturering av arbetsprocessen; koncept-, resursplanerings-, populariserings-, genomförande- och utvärderingsfasen. Alla faser tas upp nedan i form av en vägledande fråga och några detaljfrågor.

Observera: Alla frågor och påståenden behöver inte nödvändigtvis gälla för alla projekt, inte heller deras inbördes ordning - de är snarare avsedda att fungera som påminnelser.

### Fas 1: Koncept

#### Finns ett tydligt definierat koncept för utställningen?

- Definiera ämne och avgränsning.
- Definiera syfte med utställningen
- Definiera målet med utställningen (t.ex. enbart lärande eller lärande blandat med underhållning).
- Ta fram ett utkast för utställningsstrukturen (t.ex. en innehållsförteckning).
- Bestäm hur ämnet ska presenteras
- Fatta beslut om utställningen endast ska vara digital eller skapas i relation till en fysisk utställning.
- Definiera målgruppen/målgrupper.
- Titta igenom relevanta exempel på digitala utställningar.

#### Finns det en tidplan?

- Sätt upp milstolpar.
- Tänk över möjliga fallgropar och ha åtgärdsplaner redo vid behov.

### Fas 2: Resursplanering

#### Har tillgängligheten till och kvaliteten på det material (t.ex. bilder, filmer, text, ljud, video och 3D-filer) som är tänkt att användas kontrollerats?

- Kontrollera om det tänkta materialet finns tillgängligt eller kan göras tillgängligt för användning.

---

<sup>1</sup> [http://museumsdokumentation.de/joomla/files/documents/digitalexhibitions\\_checklist\\_final\\_20151130.pdf](http://museumsdokumentation.de/joomla/files/documents/digitalexhibitions_checklist_final_20151130.pdf)

- Kontrollera om det tänkta materialet finns i, eller kan konverteras till, ett lämpligt digitalt format.
- Kontrollera om det finns kontextuell information (t.ex. förklarande texter) som passar målgruppens behov.
- Identifiera lämpligt material som kan användas för att skapa texter till den digitala utställningen (t.ex. katalogtext som kan anpassas för läsning på webben).

### **Hur ser upphovsrätten ut för det tänkta materialet?**

- Kontrollera vilka delar av materialet som är upphovsrättsligt skyddade.
- Kontrollera om det material som är upphovsrättsligt skyddat (t.ex. högupplösta bilder, video och ljud) kan användas och under vilka villkor.
- Kontrollera om det går att få nödvändiga tillstånd.
- Gör tydligt för användarna vad de får göra med fritt respektive upphovsrättsligt skyddat material genom att länka till förklarande texter (t.ex. Creative Commons<sup>2</sup> eller Public Domain<sup>3</sup>).

### **Vilka verktyg behövs för att skapa den digitala utställningen?**

- Undersök om institutionens befintliga verktyg (t.ex. ett Content Management System) kan användas eller om särskilda verktyg (t.ex. MOVIO<sup>4</sup> eller OMEKA<sup>5</sup>) kan vara ett alternativ.
- Undersök om särskilda mjukvaruprogram behövs (t.ex. för att visa 3D-animationer).
- Bestäm vilken teknisk plattform som utställningen ska köras ifrån och vilka tekniska krav som finns på denna, samt om en intern lösning kan vara ett alternativ.

### **Finns personalresurser för att genomföra utställningen på bästa sätt?**

- Planera för vilka interna personalresurser som behöver avsättas (t.ex. utställningsproducenter, webbprogrammerare, pedagoger).
- Planera in eventuella externa resurser.
- Om tillämpligt, undersök hur volontärer skulle kunna involveras (t.ex. genom crowdsourcing<sup>6</sup>).

### **Hur ser finansieringen ut?**

- Beräkna kostnaderna för utställningen (personal, verktyg, genomförande, förvaltning, marknadsföring).

---

<sup>2</sup> <http://www.creativecommons.se/>

<sup>3</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Public\\_domain](https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain)

<sup>4</sup> <https://wiki.athenaplus.eu/wiki/MOVIO>

<sup>5</sup> <https://omeka.org/>

<sup>6</sup> <https://sv.wikipedia.org/wiki/Crowdsourcing>

- Planera finansiering och resurser (interna resurser, sponsring, crowdfunding).

### **Hur ser det långsiktiga bevarandet av den digitala utställningen ut?**

- Undersök om institutionen har en strategi och process för långsiktigt bevarande, som i sin tur kan tillämpas på den digitala utställningen
- Undersök om tillämpliga verktyg och tjänster för långsiktigt bevarande finns vid institutionen.

### **Fas 3: Popularisering**

#### **Ska det finnas interaktiva element i utställningen?**

- Bestäm vilken grad av interaktivitet som kommer att erbjudas besökarna av utställningen (t.ex. nedladdningsbart material eller användargenererat material).
- Undersök om nödvändiga resurser finns för att ta hand om eventuell användarfeedback.
- Bestäm om det ska finnas utrymme för community-baserat utbyte (t.ex. möjligheter att ladda upp material och dela erfarenheter, vara med och bidra redan i uppbyggnadsfasen).
- Bestäm om det ska finnas utrymme för att ändra innehållet i utställningen (när den redan är publicerad) efter dialog med publiken.

#### **Vilka material kommer att integreras i utställningen?**

- Bestäm om det ska finnas material särskilt anpassat till olika målgrupper (t.ex. nedladdningsbara högupplösta bilder, texter, film, ljud).
- Bestäm om läromaterial för olika utbildningsnivåer ska finnas.
- Bestäm om det ska finnas ”lek- och lär”-material (t.ex. spel, frågesport).
- Bestäm om det ska finnas informationsmaterial (t.ex. elektroniskt nyhetsbrev, eventkalender, blogg).

#### **Finns det en plan för spridning av information om utställningen?**

- Bestäm vilka metoder som ska användas:
  - blandad media (t.ex. press, workshoppar, konferenser, andra tillställningar som målgruppen deltar i).
  - tryckt media (t.ex. flyers, affischer).
  - elektroniska kanaler (t.ex. mailinglistor, olika forum, RSS feeds).
  - social media (t.ex. bloggar, Twitter, Facebook).
- Bestäm på vilka sätt utställningen kan göras mer synlig (t.ex. sökmotoroptimering för webbsidan och genom att använda lämpliga kanaler för att nå målgruppen).

## **Fas 4: Genomförande**

### **Finns det redan en narrativ struktur för utställningen?**

- Definiera en detaljerad struktur för utställningen.
- Definiera vilka material som kommer att visas och på vilket sätt.
- Definiera relationer mellan objekten (narrativa kombinationer).

## **Fas 5: Utvärdering**

### **Finns det en plan för utvärdering?**

- Definiera parametrar för utvärdering (kvantitativa och kvalitativa; t.ex. sidvisningar, antal användare, antal nedladdningar).
- Bestäm metod och verktyg för utvärdering.
- Dokumentera resultat och analys av utvärderingen.
- Identifiera vad ni har lärt er genom detta projekt.

Checklistan är baserad på ”Things to consider before creating a Digital Exhibition”<sup>1</sup> som har tagits fram av en internationell arbetsgrupp som inriktar sig på området digitala utställningar, där Digisam deltar. Checklistan är redigerad i samråd med experter från Sverige. Vi vill särskilt tacka Kajsa Hartig, Nordiska museet och Wilhelm Lagerkrantz, Statens Historiska museer.

Version 1.0. Licens CC-0. En senare version kan finnas på [www.digisam.se](http://www.digisam.se)

Digisam är ett samordningssekretariat för digitalisering, digitalt bevarande och digitalt tillgängliggörande av kulturarvet. Samordningssekretariatet är en av regeringen beslutad verksamhet vid Riksarkivet. tillgängliggörande av kulturarvet.