

Checklista: Saker att tänka på innan du skapar en digital utställning

Konceptfas

Finns ett tydligt definierat koncept för utställningen?

- Definiera ämne och avgränsning
- Definiera målet med utställningen
- Ta fram ett utkast för utställningsstrukturen
- Bestäm hur ämnet ska presenteras
- Fatta beslut om utställningen endast ska vara digital eller skapas i relation till en fysisk utställning
- Definiera målgruppen/-er
- Titta igenom relevanta exempel

Finns det en tidsplan?

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

Resursplaneringsfas

Har tillgänglighet och kvalitet kontrollerats på det material (t ex bilder, filmer, text, ljud och video) som är tänkt att användas?

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

Hur ser upphovsrätten ut vad gäller det tänkta materialet?

- Kontrollera vilka delar av materialet som är upphovsrättskyddat
- Kontrollera om det material som är upphovsrättskyddat (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/upphovsrättsskyddat material genom att länka till förklarande texter (t ex Creative Commons <http://www.creativecommons.se/> eller Public Domain https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain)

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 eller OMEKA) 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, 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)

Hur ser finansieringen ut?

- Beräkna kostnaderna för utställningen (personal, verktyg, genomförande, förvaltning, marknadsföring)
- Planera finansiering och resurser (interna resurser, sponsring, crowdfunding)

Genomförandefasen

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)

Populariseringsfasen

Finns det interaktivitet i utställningen?

- Bestäm vilken grad av interaktivitet som kommer att erbjudas besökarna (nedladdningsbart material, användargenererat material, m m)
- Undersök om nödvändiga resurser finns för att moderera eventuell användarfeedback
- Bestäm om det ska finnas utrymme för community-baserat utbyte (t ex ladda upp material och dela erfarenheter)

Vilka tjänster kommer att integreras i utställningen?

- Bestäm om det ska finnas extra material anpassat till målgrupper (nedladdningsbara högupplösta bilder, texter, film, ljud)
- Bestäm om läromaterial ska finnas för olika nivåer av utbildning
- Bestäm om det ska finnas ”lek- och lär”-material (t ex spel, frågesport)
- Bestäm om det ska finnas informationsmaterial (t ex elektronisk nyhetsbrev, eventkalender, blogg)

Finns det en plan för att sprida 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, afficher)
 - social media (t ex bloggar, Twitter, Facebook)
- Bestäm på vilka sätt utställningen kan göras mer synlig (t ex sökmotoroptimering för webbsidan, lämpliga kanaler till målgruppen)

Utvärderingsfas

Finns det planer på att utvärdera den digitala utställningen?

- Fundera på vad du vill utvärdera (t ex antalet sidvisningar, individuella användare, nedladdningar, Facebook-Gilla, användarkommentarer, användarupplevelse)
- Kontrollera om verktygen finns för utvärdering enligt de kriterier som valts
- Bestäm hur resultatet av utvärderingen ska dokumenteras
- Fundera på vilka lärdomar som kan dras från utvärderingsresultatet

Planeras ett långsiktigt bevarande av den digitala utställningen?

- Kontrollera om det finns en färdig plan för långsiktigt bevarande av den digitala utställningen vid institutionen
- Kontrollera om det finns en utarbetad process för långsiktigt bevarande av den digitala utställningen
- Kontrollera om det finns ett befintligt verktyg eller tjänst för långsiktigt bevarande av den digitala utställningen vid din institution eller externt

Utkastet till checklistan är framtaget av AthenaPlus-arbetsgruppen Digital Exhibitions <http://museumsdokumentation.de/joomla/> och översatt av Digisam.

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