

Sociale medier formidler historien

Af Merete Pallesen og Martin Brandt Djupdræt

Sociale medier som Facebook, YouTube og Twitter er blevet kanaler, hvor Den Gamle By kan nå nye målgrupper og komme i dialog med interesserede brugere. Museet har også brugt billeddelingstjenesten Instragram til at samle viden og billeder til brug i forskningen og i kommende udstillinger. Pressekoordinator Merete Pallesen og overinspektør Martin Brandt Djupdræt fortæller her om Den Gamle Bys brug af de sociale medier.

Museets mission er, at historien skal ud til folk. Når vi bruger sociale medier som Facebook, YouTube, blog og Twitter, kan museet komme ud til flere, også til personer, der endnu ikke har besøgt Den Gamle By. Museet kan også gennem medierne nemmere få respons på sine historier. En trykt artikel som denne lægger ikke umiddelbart op til kommentarer, diskussion eller videreformidling. En historie eller et billede på et digitalt medie vil derimod invitere til, at læseren reagerer spontant og går i dialog med os. Det ligger i de sociale mediers DNA.

I Den Gamle By vil vi gerne fortælle om de mange processer, der går forud for en udstilling, om nogle af museets særlige genstande eller om en efterlysning af erindringer og billeder. Men det er også vigtigt at høre, hvordan læserne modtager vores historier og hvilke erfaringer, oplevelser og interesser, læserne har. Det har vist sig, at den mere uhøjtidelige og korte form, som karakteriserer de sociale medier, tiltaler mange.

Facebook åbner for den hurtige dialog

I de sidste år har der været en stor vækst i de medier, hvor brugerne selv deltager i "snakken" og bidrager til indholdet og ikke kun er passive modtagere.

I Danmark er Facebook det mest udbredte af de sociale medier med mere end tre mio. danskere aktive. Den Gamle

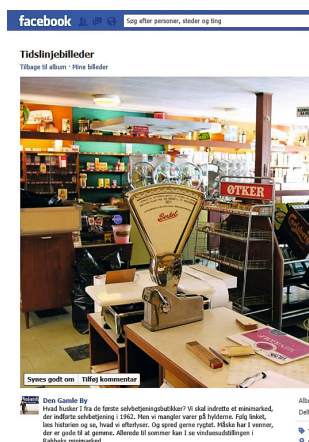
Den Gamle Bys seks blogs

Bag Facaden, hvor man kan følge museets arbejde og se, hvordan vi arbejder med udstillinger, huse, genstande og undersøgelser. blog.dengamleby.dk/bagfacaden/
Historiske Haver, om potteplanter, urter, forædling, formering og stilarter indenfor havebrug. blog.dengamleby.dk/historiskehaver/
Museumsdirektørens blog, hvor Thomas Bloch Ravn fortæller om de tanker, han gør sig om Den Gamle By, museer generelt og om museumspolitik. blog.dengamleby.dk/museumsdirektoren/
Julehistorier, om traditioner i forbindelse med julen og de mange undersøgelser og julerelaterede genstande museet har. blog.dengamleby.dk/julehistorier/
Aarhus Før og Nu, om Aarhus' historie – for længe siden og i går. blog.dengamleby.dk/aarhus/
Aarhus og 2. Verdenskrig, der formidler den dramatiske historie om Aarhus under Anden Verdenskrig, og som Besættelsesmuseet under Den Gamle By løbende undersøger og finder materiale om. blog.dengamleby.dk/aarhusogandenverdenskrig/

“Smæk røret på” og “bliv på linjen”. Rigtig mange facebook-venner bidrog med erindringer fra dengang fastnet-telefonen var almindelig.



Facebook-opslag fra 27. marts 2013, hvor Den Gamle By efterlyser varer til museets kommende minimarked. Opslaget fik stor opmærksomhed. Det blev delt 66 gange, set af omkring 9.600 brugere, hvor omkring 150 af dem markerede, at de syntes om det.



By har siden 2009 haft en facebook-profil med næsten daglige historier, billeder, efterlysninger eller quiz-spørgsmål.

Vores brug af Facebook har i de sidste år ændret sig fra at være en kanal, hvor museets aktiviteter og udstillinger præsenteres, til at blive et sted, hvor små historier og gode billeder deles, og hvor museet efterlyser reel hjælp fra offentligheden omkring oplysninger og genstande. Strategien synes at virke. Der er flere og flere, som synes om museets Facebookside, ligesom der er en stigning i, hvor aktive brugerne er til at “synes om”, “kommentere” og “dele opslag” på siden. Den 1. august 2013 var der i alt 5.811 brugere, mod 1.940 brugere to år før. I den sidste uge af juli 2013 var der i gennemsnit 890 brugere om dagen, der aktivt interagerede med siden. I samme tidsrum to år tidligere var der 30 brugere i gennemsnit om dagen.

Et eksempel på et Facebookopslag, der lagde op til dialog, var, da vi skrev om, at 70’er telefonerne i Tårnborghuset faktisk fungerede. Samtidigt spurgte vi brugerne om, hvilke udtryk de kunne huske fra fastnet-telefonernes tid. På den måde fik vi aktiveret brugernes hukommelse, og vi blev klogere på sprogbruken fra den tid.

Historiske billeder vækker også minder, ligesom opskrifter

og spørgsmål om kager og mad giver brugerne stor lyst til at kommentere og dele.

Udover den primære Facebookside kommunikerer vi nu også gennem andre Facebook-sider målrettet emner eller projekter. F.eks. en side om samarbejdet med Gellerup Museum i Fortællinger fra Gellerup/Toveshøj og en side omkring særudstillingen Beat mm, der viser Jørgen Angels rockfotografier fra 1966-1983.

Blogs åbner for museets aktiviteter og planer

I marts 2013 lancerede Den Gamle By en række blogs, hvor forskellige skribenter fra museet bidrager med lidt længere artikler om emner fra vores verden.

Læserne kan umiddelbart kommentere artiklen, efter at de har læst den og – med et enkelt klik – dele artiklen på Facebook eller twitter.

Blogmediet er ligesom Facebook et uformelt medie og bliver ofte brugt til mere personlige betragtninger og indlæg. Her er der plads til at beskrive, hvordan for eksempel konserveratoren restaurerer en 1600-tals gobelin, eller hvordan maleren forbereder en gavlreklame på 80 m².

Det er også igennem en blog, at museumsdirektøren skriver om sine overordnede overvejelser og inspirationer fra museer i udlandet. Thomas Bloch Ravn er naturligvis engageret i politik på museumsområdet, og Museumsdirektørens blog bliver derfor også brugt til mere debatterende emner.

Den Gamle Bys hjemmeside - Den Gamle Bys åbningstider - Log ind



The screenshot shows the Den Gamle By website. At the top is a navigation bar with links to the homepage, opening hours, and login. Below this is a banner image with the text 'Den Gamle By HISTORISKE HAVER' and a 'BLOG' button. The main content area features a blog post titled 'Blomstervandring gennem haverne' by Elvira Anette Jespersen, dated July 12, 2013. The post includes a photo of pink roses and a brief description of a summer walk through historical gardens. On the right side of the page, there is a sidebar with a search bar, a list of recent posts, an archive dropdown menu, and options to follow the blog via email or RSS feed.

Den Gamle By HISTORISKE HAVER BLOG

FORSIDE OM HISTORISKE HAVER

DEN 12. JULI 2013 AF ELVIRA ANETTE JESPERSEN — Forrige Næste —

Blomstervandring gennem haverne

Vi er midt i sommerens højseason for blomstrende planter, og jeg vil tage jer med på en vandretur gennem de historiske havers blomsterpragt her i juli månedens sommervarme.

SENESTE INDLÆG
Gartnerens klumme.
Blomstervandring gennem haverne
Apotekerens grønne medicinskab
Gartner Gitte Ran stikker bukabom
5 søde gæstinger

ARKIVER
Vælg måned

FØLG BLOGGEN VIA E-MAIL
E-mail-adresse
Abonner

FØLG BLOGGEN VIA FEED
RSS - Indlæg
RSS - Kommentarer

Den Gamle Bys Twitterkonto

www.twitter.com/den_gamle_by

Den Gamle Bys primære side på Facebook

www.facebook.com/den-gamleby

Blogpost fra 12. juli 2013 om Den Gamle Bys blomstrende haver. Som de fleste af denne blogs indlæg indeholder opslaget mange fotografier.

Instagram og hashtag

Et hashtag er en kategori, som brugeren giver billedet. De hashtags, Den Gamle By sammen med musikfestivalerne har opfordret brugerne til at anvende, er #spot13, #ns13 og #grim13. Instagrambilleder omkring SPOT festivalen, som brugere har delt [statigr.am/tag/spot13/](https://www.instagram.com/tag/spot13/) Instagrambilleder omkring NorthSide, som brugere har delt [statigr.am/tag/ns13/](https://www.instagram.com/tag/ns13/) Instagrambilleder omkring Danmarks Grimmeste Festival, som brugere har delt [statigr.am/tag/grim13/](https://www.instagram.com/tag/grim13/)

Billede taget på musikfestivalen NorthSide og delt på Instagram gennem hashtagget #ns13. På billedet ses en af de T-Shirt, Den Gamle By lavede for at opfordre festivalgæsterne til at dele deres billeder.



Havebloggen er aktuel med praktiske anvisninger på, hvordan man stikker buksbom, eller gartneren beskriver de lægeplanter, der lige nu er fremme i apotekerhaven. Da museet fik fem gæslinger, fik de selvfølgelig også deres plads i bloggen.

Det historiske Aarhus har sin egen blog med emner, der spænder vidt i tid. Vi har skrevet om sporvognenes historie, om sommerudflugter til aarhusianske skove og de nyeste musikkfestivaler i 2013.

Alle blog-skribenter forsøger at tage udgangspunkt i noget aktuelt eller på anden måde gøre stoffet mest muligt relevant for læserne. Sådan er der størst chance for at engagere, aktivere og få begyndt en dialog.

Når vi skal fortælle om et nyt blogindlæg, lægger vi en besked med et link til bloggen på både Facebook og på museets Twitter-konto. En Twitter-besked er helt kort og har maksimalt 140 tegn.

Billeder på Instagram dokumenterer samtiden

Sociale medier har også en funktion, når Den Gamle By indsamler billeder og historier om samtiden. Vi forbereder netop nu en ny udstilling om den aarhusianske rockhistorie og byens betydning som musikby.

I udstillingen skal indgå den nyeste historie om de festivaler, der finder sted i Aarhus.

Vi samarbejder derfor løbende med musikarrangører og byens mange koncertgængere om at indsamle fotos og beretninger fra begivenhederne på SPOT festivalen, NorthSide og Danmarks Grimmeste Festival.

Langt de fleste festival-gæster har en smartphone lige ved hånden. Med mobilen kan de tage billeder og lynhurtigt dele deres oplevelser gennem Twitter eller Instagram. Den Gamle By har sammen med festivalerne opfordret Instagram- og Twitterbrugere til at benytte bestemte hashtag, dvs. mærkning af billederne, så museet og andre interesserede nemt kan finde dem.

Projektet har været en succes. Festivalgæsterne til de tre musikbegivenheder har tilsammen lagt mere end 13.000 billeder ud på tjenesten Instagram. Med så stor en mængde billeder får vi et varieret billede af, hvordan koncertgængerne har oplevet festivalen. Vi lægger også vægt på, at indsamlingsmetoden er demokratisk, fordi det er nemt for alle at

vide netop *deres* version af begivenheden. De mange billeder skal bruges i museets undersøgelser af musiklivet i Aarhus i dag, og nogle af dem vil indgå i den kommende udstilling om Aarhus som musikby.

Vi tror på, at dette medejerskab til museets indsamlinger og historier er en vigtig ingrediens i at gøre vores formidling vedkommende og at åbne museet for kommende gæster, der før ikke har haft interesse for museets historier.

Film på YouTube dykker ned i processer og følger byggeriet

Den sociale dimension ved filmkanalen YouTube er primært, at filmene let kan blive delt med seerens egne netværk.

Siden marts 2011 har Den Gamle By haft sin egen kanal på YouTube. En række film fortæller om blandt andet museets levende formidling af historien, om Møntmestergårdens dekorationer og om opførelsen af det nye 1974'er kvarter. Indtil videre har vi lagt flere end 40 korte film ud på kanalen, hvor den mest populære er blevet set mere end 8000 gange.

For at filmene skal have en høj grad af relevans for seerne, vil vi gerne her give konkrete tips og indsigt i processer. Det gælder for eksempel filmene, hvor tjenestepigen i Købmændsgården laver rabarberkompot og ruskomsnusk. En stukkatør fortæller i en anden film, hvordan han trækker en gesims på en facade.

Alle film findes også på Den Gamle Bys egen hjemmeside.

Sociale medier giver mange kontakter

Den Gamle Bys brug af sociale medier ser ud til at lykkes efter hensigten.

Medierne fortæller museets historier til personer, der i forvejen bruger museet, og som gerne vil have mere at vide. Samtidig får vi kontakt med en bred skare af mennesker, der ikke nødvendigvis kommer i Den Gamle By som gæster. Via de sociale medier får de alligevel glæde af de historier og film, vi tilbyder. Omvendt har vi glæde og nytte af brugernes kommentarer, billeder og beretninger.



Webfilmen om Tårnborgs spir fortæller om en opgave ud over det sædvanlige. Den kan ses på museets YouTube kanal.

Den Gamle Bys YouTube-kanal

www.youtube.com/Den-GamleByMuseum

English summary

Social media like Facebook, YouTube and Twitter have become channels through which Den Gamle By can reach out to target groups, and start dialogues with interested users. The museum makes use of Facebook to show pictures and short messages that invite dialogue, while through six blogs with different perspectives the museum staff can tell longer stories, share the museum's plans, and comment on the work of the museum. Through the Instagram picture service the museum has also used the social media to gather information. In collaboration with the three music festivals in Aarhus, SPOT, NorthSide and Denmark's Ugliest Festival, Den Gamle By encouraged visitors to the festivals to share pictures on Instagram through the hashtags #SPOT13, #ns13 and #grim13. More than 13,000 pictures were uploaded altogether from the three festivals, and they will be used in the museum's research and in a forthcoming exhibition about musical life in Aarhus.