

Digital Formidlingsstrategi

Formålet med en digital formidlingsstrategi er at give retningslinjer for anvendelsen af digitale tiltag i forbindelse med formidlingsarbejdet på museet. Dette indeholder både brug af it i forbindelse med udstillinger, arrangementer og formidlingskommunikation (web). Det digitale område betragtes i dag som en naturlig del af meget af museets formidlingsarbejde, da publikum i de sidste par, også i den ældre målgruppe er blevet stadig stærkere digitale brugere, der også i stigende grad forventer digitalt indhold.

Den digitale strategi er en del af den generelle formidlingsstrategi.

Den digitale formidlingsstrategi består af følgende fem punkter:

- **Relevans:** den digitale del af formidlingen skal være relevant i forhold til formidlingens mål.
- **Merværdi:** digital formidling skal give brugerne en merværdi i forhold til ikke at anvende digital formidling. Merværdi kan fx være mulighed for faglig fordybelse eller bedre tilgængelighed for brugeren.
- **Målgruppe:** Digital formidling skal være i overensstemmelse med målgruppens digitale kundskaber og evt. udstyr. Det er således vigtigt at benytte standardiserede løsninger, hvis formidlingen skal spredes til mange.
- **Sammenhæng:** Digital og ikke-digitale formidling skal hænge sammen, således at brugeren oplever en sammenhæng i formidlingen. Det kan ske ved at skabe links eller faglige sammenhænge mellem det digital og det ikke-digitale, samt i det hele taget at samtænke formidlingen.
- **Bæredygtig:** digital formidling skal være fleksibel i forhold til de samlede formidling. Den skal være vedligeholdelsesvenlig og have en fornuftig levetid. Digital formidling kan godt være på forkant teknologisk, da man kan regne med at teknologien bliver almindelig i løbet af kort tid.