

vikle ét fælles redskab, som alle museer, sammen og hver for sig, kan bruge som grundlag for at professionalisere deres formidling.

Brugernes værdier og holdninger

Den nationale brugerundersøgelse byder også på mere komplekse beskrivelser af museernes brugere.

Hvad Funch og Karpatschof kalder "et forsøg på at tegne en holdningsprofil", refererer til TNS Gallups segmentering af den danske befolkning (og nu også til museernes brugere) i ni forskellige livsstilssegmenter med tilhørende værdier, holdninger og forbrugsmønstre – kaldet 'Gallup Kompas'. På baggrund af en såkaldt 'kompasprofil' kan det enkelte museum se, hvilke brugersegmenter, der kommer på museet. Museet kan derefter overveje, om man i sin formidling, service eller markedsføring i høj grad henvender sig til én bestemt målgruppe, men ikke til andre, der så heller aldrig finder vej til det pågældende museum. Om man derefter målretter sine aktiviteter herefter - det er museernes eget valg.

Man kan selvfølgelig diskutere om segmenteringer som denne, skaber for grove eller karikerede billeder af forskellige befolkningsgrupper, men Gallup Kompas er et velafprøvet og gennemtestet værktøj, som TNS Gallup har benyttet gennem en lang årrække.

Både hoved og hale

Funch og Karpatschof kritiserer undersøgelsen for at være for generel og upræcis, og for ikke i tilstrækkelig grad at gå i dybden med de bagvedliggende årsager til brugernes vurderinger.

En kvantitativ brugerundersøgelse, beregnet på 122 museer, kan selvfølgelig ikke afdække alle tænkelige forhold, brugerforudsætninger og årsags-sammenhænge i relation til et museumsbesøg.

Den kan heller ikke afkode eller destillere psykologien i den gode museumsoplevelse hos museernes mange tusinde brugere.

Men den kan noget andet. Vi ved, at der er forskel på folk hvad angår livsstile, uddannelse, alder osv. Og vi har en formodning om, at de danske museer er meget forskellige i deres evne til at tiltrække forskellige slags brugere. Derfor giver det mening at skabe ét fælles, solidt grundlag for at kvalificere museernes formidling. Den nationale undersøgelse er nemlig kun en del af Kulturarvsstyrelsens initiativer, der skal give museerne et mere detaljeret kendskab til deres brugere.

I Kulturarvsstyrelsens formidlingspuljer kan museerne søge om tilskud til forskning og kvalitative brugerundersøgelser, der supplerer den nationale undersøgelse. Denne følges senere op af en ikke-bruger undersøgelse samt en netbrugerundersøgelse.

Den nationale brugerundersøgelse er altså ikke hovedløs, som Funch og Karpatschof skriver. Sammen med museernes og Kulturarvsstyrelsens øvrige initiativer får den både hoved og hale!