

Redaktion:  
Helle Leilund (ansv.)  
Marianne Sørensen

Layout: Egtved Bogtrykkeri

Omslagsbillede:  
»Aktiviteter med levende dyr er uovertruffen, som udgangspunkt for en dialog i udstillingen«, naturvejleder Stella Blichfeld.

Materiale til næste nr. senest 15. dec. 2004. Fil med færdigredigeret tekst (arkiveret i Microsoft Word, som .rtf eller .txt), foto m.v. sendes på diskette eller som vedhæftet fil i e-mail til Helle Leilund på adressen nedenfor.

Bestyrelsen for Museumsformidlere i Danmark, MID:

Helle Leilund (formand)  
Nationalmuseet, Danmarks Nyere Tid  
Frederiksholms Kanal 12, 1220 København K  
Tlf. 33 47 34 12  
helle.leilund@natmus.dk

Anja Jørgensen (næstformand)  
Nationalmuseet, Frilandsmuseets Skolestue  
Højskolevej 17, 2800 Lyngby  
Tlf. 33 47 38 56  
anja.jorgensen@natmus.dk

Marianne Sørensen (kasserer)  
Vejle Kunstmuseum  
Flegborg 16, 7100 Vejle  
Tlf. 75 72 31 99  
mso@vejle.dk

Bente Garbers  
Skoletjenesten, Zoologisk Museum  
Universitetsparken 15, 2100 København Ø  
Tlf. 35 32 10 60  
bgarbers@zmuc.ku.dk

Broder Berg  
Kulturhistorisk Museum Randers  
Stemannsgade 2, 8900 Randers  
Tlf. 86 42 86 55  
bb@khm.dk

Kirsten Rykind-Eriksen (suppleant)  
Egnsmuseum Egtved Kommune  
Grindstedvej 30, 7184 Vandel  
Tlf. 75 88 54 89  
egnsmu@egtved.dk

Birgit Pedersen (suppleant)  
ARoS Aarhus Kunstmuseum  
Aros Allé 2, 8000 Aarhus C  
Tlf. 87 30 66 00  
bp@aros.dk

# Indhold

Leder	3
Formidling og andre løsagtigheder – En kortlægning af et begreb og en museal praksis	4
Gør det selv! Etnologisk formidling i teori og praksis ved SAXO-Instituttet, Afdeling for Arkæologi og Etnologi, Københavns Universitet	9
Fankultur Brøndby og FC København – Journalistisk formidling af faglige resultater	11
Tre temadage om dansk kultur for unge indvandrere – Lyngby-Tårnbæk Ungdomsskole – formidlingsprojekt	12
Tid til fritid – Projektbeskrivelse af en udstilling til Nationalmuseet	14
Rundt i manegen – En udstilling på Cirkusmuseet i Hvidovre	16
Museer på universitetet	18
Gud har mange navne og kultur har flere ansigter – Om undervisning i religion og kulturmøderelaterede emner på Nationalmuseet	22
Noget at være sammen om	24



Den fagligt gode, kvalificerede og engagerede museumsformidling ligger os på sinde. Vi vil gerne være dygtige, og vi vil helst også selv have det sjovt, mens vi arbejder med vores fag. Vi kan godt lide, når vi kan blive inspireret af det, som gode og tænksomme kolleger laver. For at vi kan blive gode, engagerede og engagerende, skal rammerne være i orden. Hvad "rammerne" er for os hver især, kan variere, vi prioriterer i hvert fald nok rækkefølgen forskelligt. For mig er arbejdsglæde og lyst helt evident. Det er først og fremmest vigtigt at have lyst til at lave sit arbejde, gøre sig umage, give noget af sig selv, gøre en forskel. Og dertil skal det faglige fundament selvfølgelig være i orden – og det må gerne udfordres hen ad vejen. Økonomisk råderum til at udføre arbejdet vil ingen vist være uenige om, er fundamentalt. Formidlingen skal prioriteres, og den skal prioriteres økonomisk og politisk på lige fod med de øvrige museale forpligtelser. Det er vigtigt at blive taget alvorligt og blive respekteret på sin faglighed.

For at blive 'den gode formidler' skal man vide, hvad man vil med sin formidling, uanset om det nu drejer sig om at lave en udstilling, levendegøre en arbejdsproces fra det førindustrielle bondesamfund, indvie 12-årige i 'De unge vildes' univers, eller hvad det nu kan være. Ikke mindst skal man have en nogenlunde klar plan for, hvordan man har tænkt sig at komme derhen, hvor man gerne vil.

Dernæst kan vi vel også blive enige om, at det ikke er så dumt at blive klogere med tiden. Blive udfordret til at gøre tingene på andre måder, måske fortælle de samme historier, men anderledes, se og høre om, hvad andre formidlere laver – efteruddanne og dygtiggøre sig, flytte sig, komme i møde.

I dette Nyhedsbrev og på det kommende medlemsmøde den 29. september sætter vi fokus på Formidlingens teori og praksis.

En række universitetsfag har gennem kortere eller længere tid tilbudt undervisning, rettet mod museumsarbejde i bred forstand og mere specifikt mod museal formidling. Redaktionen har opfordret nogle af disse fag – Kunst-historie på Aarhus Universitet, Europæisk Etnologi på Københavns Universitet og Kommunikation på RUC – til at præsentere deres særlige vinkel på museumsformidlingens teori og praksis. Vi ville også gerne have haft et bidrag om naturvejledningens teori og praksis, men da uddannelsen er under omstrukturering, var det ikke muligt.

På medlemsmødet den 29. september følger vi op på de diskussioner, artiklerne åbner for: Hvordan formidle, hvorfor, hvordan ikke og hvorfor ikke. Der vil også være fokus på de muligheder, som formidlere har eller ikke har for efteruddannelse, dygtiggørelse og erfaringsudveksling i dag. Og sidst, men ikke mindst, vil vi på mødet meget gerne foranledige, at der blandt medlemmerne nedsættes en initiativgruppe, der skal arbejde videre politisk med at gøre formidlingen på museerne synlig, kvalificeret og prioriteret.

*Helle Leilund*

# Formidling og andre løsagtigheder

– En kortlægning af et begreb og en museal praksis

I artiklen "Museumskrisen" i Weekendavisen den 27. april – 3. maj 2001 blev opprioritering af formidlingen nævnt som en medvirkende årsag til den uheldige udvikling på Statens Museum for Kunst: "... Markedsføring, presse- og udstillingsafdelingen prioriteres så højt, at kunsthistorikerne føler sig marginaliseret. De – og mange andre i museumsverdenen – mener, at museets leder, Allis Helleland, i sin iver efter at skaffe publikum og åbne museet mod offentligheden, nærmest har glemt det væsentligste ... "Selvfølgelig er det nødvendigt med markedsføring og formidling. Men selve kunsten er ved at drukne" ...". Konflikten på Statens Museum for Kunst blev imidlertid ikke blot forbundet med den ensidige fokusering på formidling, men også på markedsføring som i citatet opfattes som to sider af samme sag; og man kunne derfor fristes til at stille spørgsmålet, hvori sammenhængen består. Formidling og markedsføring sættes i sammenhæng med museets ønske om større synlighed i offentligheden, et forøget besøgstal og en offensiv overfor nye og bredere målgrupper

I Museumsloven sidestilles formidling med de fire andre museale funktioner – indsamling,

dokumentation, bevaring og forskning. Men det konkretiseres ikke, hvilke forventninger staten har til formidlingen ude på museerne. Det er heldigvis endnu op til hvert enkelt museum at finde ud af, hvilken form for formidling man vil benytte sig af, og hvor meget der skal sættes på den. Denne artikel vil prøve at give et overblik over, hvordan formidling er blevet opfattet og fortsat opfattes. Men måske er det en god idé først at undersøge ordets betydning.

For hvad betyder det egentlig at formidle? Et dyk ned i ordbøgerne kan hjælpe os lidt videre: Verbet at formidle kommer af det tyske verbum "vermitteln" og i daglig tale betyder det at forbinde noget med noget andet eller at viderebringe noget fra en person til en anden person. En formidler er altså en slags mellemmand. Det er derfor ikke underligt, at en formidler ofte betragtes som en person, der skal sprogliggøre en faglighed fra et niveau til et andet, en slags oversættelse af en faglig viden til modtagerens individuelle livssituation. Man kan også med lidt mindre positive ord omskrive formidling til formidling af et fag eller en faglighed til en gruppe mennesker der mangler faget eller fagligheden. Indholdet skal altså fortolkes pædago-



Omvisning for børn på Kunstmuseet Trapholt. Foto: Torben Nielsen, Institut for Æstetiske Fag, AU.



Omvisning for voksne på Statens Museum for Kunst. Foto: Torben Nielsen, Institut for Æstetiske Fag, AU.

gisk og svært tilgængeligt stof skal omdannes til let tilgængeligt stof.

Derfor fokuseres der ofte på tekniske hjælpemidler og måden at formidle på. Helle Alrø og Marianne Kristiansen taler fx om formidling "... som et vigtigt middel ... Formidling indebærer nemlig vilje til og interesse i at dele viden, information, erfaringer og oplevelser med andre ..." (Personlig kommunikation og formidling, s. 8. (1993) Aalborg Universitetsforlag, Ålborg 1996.) Bogen byder desuden på en lang række artikler om formidlingsmetoder, herunder formidlingsroller og formidlersprog – alle emner, som er vigtige at være bevidste om i en hvilken som helst formidlingssituation. Som også titlen på Alrø og Kristiansens bog viser, synes der at være en naturlig forbindelse mellem formidling og kommunikation, men de to ord dækker ikke de samme betydninger.

Ordet kommunikation er afledt af det latinske ord "communis", som betyder "fælles"; man kunne måske sige at kommunikation kræver et slags sprogligt fællesskab og dermed flere end én person – med andre ord betyder "at kommunikere" at gøre noget fælles – udveksle meddelelser eller synspunkter mellem flere personer. Mens ordet "formidling" fokuserer mere på den person, som udfører den faglige formidling; så handler kommunikation i højere grad om selve kommunikationsprocessen. Hvis man som formidler vil kommunikere et eller andet, forekommer det ikke længere tilstrækkeligt at fokusere

på sprog og midler som abstrakte og selvstændige størrelser; viden om de personer, som formidleren kommunikerer med, må også være nødvendig.

Formidleren bør kende sit publikum eller mere præcist museets mange forskellige målgrupper og målrette sin formidling i forhold hertil.

Det er her markedsføringsteorien kommer ind som et hjælpemiddel til formidlingen. Markedsføringsteorien baserer sin metodik på, at museerne skal have en meget konkret og empirisk funderet viden om publikum, en viden som opbygges gennem kvantitative og kvalitative sociologiske undersøgelser, herunder udviklingen af løbende evalueringer af publikums reaktioner overfor museernes forskellige tiltag.

På flere og flere større museer, fx på Statens Museum for Kunst, er formidleren blevet udbygget med en formidlings-, kommunikations- eller markedsføringsafdeling eller med alle områder på én gang, hvor publikum er i fokus eller tilsyneladende synes at danne udgangspunktet for det daglige arbejde. Problemet ved disse nye afdelinger er blot, at de for andre faggrupper måske synes at få for stor en magt; eller også opfattes de nye afdelingers daglige arbejde ikke som en del af den faglige formidlingsproces. En sådan uheldig udvikling kan måske opfattes – som på Statens Museum for Kunst – af fagfolkene som et ideologisk skift fra faglig kvalificeret formidling til "en leflen" for publikum og dets synspunkter.

Det burde dog være hævet over enhver tvivl, at fagligt kvalificeret formidling kræver et godt kendskab ikke blot til fagligheden og dens over sættelsesmuligheder, men også til en viden om og interesse for de personer, der skal formidles til. Det må være soleklart for enhver kompetent formidler, at sprog, midler, emner og pædagogik varierer efter, hvorvidt der skal formidles til en gruppe kulturinteresserede pensionister eller en gruppe skolebørn, der skal have en konkret viden om fx Guldalderen som en historisk epoke.

Formidling er langt fra et nyt område på de danske museer. Lige fra begyndelsen af den nationale museumsinstitutions etablering i 1800-tallet har formidlingen spillet en afgørende rolle. For arkæologi og historie fik Christian Jürgensen Thomsen en stor betydning; han forstod, at forklaring, orden og genstandenes sammenhæng med den oprindelige kontekst var vigtig for museumsarbejdet; og han kategoriserede den forhistoriske tid i et tredelt periodisk system, i henholdsvis sten-, bronze- og jernalder. For kunsthistoriens vedkommende fremsatte Julius Lange i 1892 spændende tanker om indretningen af samlingerne på Statens Museum for Kunst, som han opfattede som en Folkehøjskole, et museum for hele Folket, der gennem en stort anlagt udviklingshistorie om såvel den nordiske som den internationale kunst skulle lære sin identitet og egne rødder at kende. Folkets historiske dannelse lå Julius Lange meget på sinde. Det bedste i samlingerne skulle

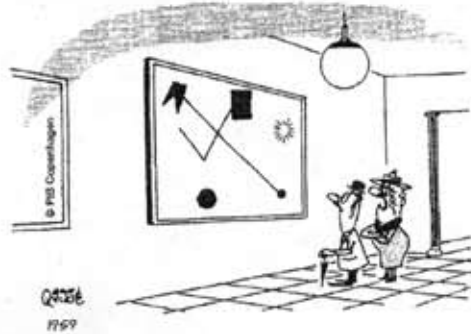
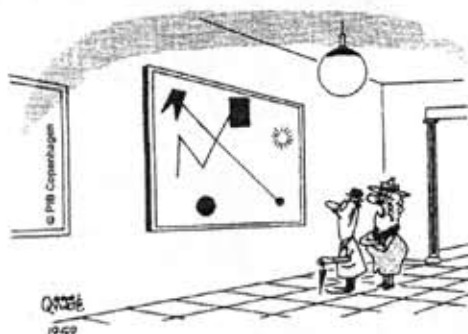
præsenteres for Danmarks befolkning, mens den mindre gode kunst burde placeres i et særligt rum, som publikum kun kan få adgang til, såfremt de måtte udtrykke et ønske herom. Julius Lange havde mange overvejelser over ophængningen, den historiske udvikling, udvælgelsen af museumsværkerne, altså om den visuelle formidling af samlingerne.

Efter Christian Jürgensen Thomsens og Julius Langes nationalromantiske ideer om museer og fag fødte 60'erne endnu et vigtigt kapitel til museumsformidlingen. Museerne skulle ifølge kulturpolitiske betænkninger nu medvirke til en demokratisering af kulturen, og museumsformidlere blev klar over, at det ikke længere var så enkelt at formidle historisk dannelse; en ny sociologisk bevidsthed medførte, at kulturen og kunsten værdimæssigt skulle gøres tilgængelig for alle gennem foredrags- og kursusvirksomhed, forberedelse af klassebesøg, publikationsarbejde m.v.

For kunstmuseerne fik Louisiana en vis indflydelse på formidlingen via de første udgivelser af tidsskriftet Louisiana Revy, hvor fremtrædende forfattere og personligheder leverede velskrevne artikler om formidlingen og dens betydning. Nu var det ikke længere den nationale og internationale historie, der alene var målet for museernes formidling, men også forståelsen og udbredelsen af den moderne kunst, og til en vis grad den eksperimenterende del af kunsten. De kunstneriske processer skulle opsluges i det



Værkstedsarbejde på Børnemuseet, Louisiana. Torben Nielsen, Institut for Æstetiske Fag, AU.



-Lidt kultur skal du have, Edwin - du kommer ikke herfra, før du har forstået det...

Tegneserien Find fem fejl. Aarhus Stiftstidende, 25. juni 2000.

moderne kulturforbrug i det fremtidige og højtuddannede fritidssamfund – og kunstformidlingen inspireredes af reformpædagogiske forestillinger om menneskets kreative evner og medfødte sans for billedsprog. Det var derfor helt logisk, at kunstformidlingen fremover især tog afsæt i barnet og dets billedsproglige udvikling.

Retrospektivt set har den danske museumsformidling opbygget størst pædagogisk erfaring med børn og unge som følge af det politiske krav om et øget samarbejde med uddannelsesinstitutionerne, mens man i selve opstillingen af samlingerne og museumsgenstandene har fokuseret på levendegørelse af og bevidstgørelse om fortiden. For de kulturhistoriske museers vedkommende, fx Brede-udstillingerne i 70'erne, gjorde man oprør mod de mange ens genstande og ville hellere forklare genstandenes oprindelige funktion og betydning ved hjælp af illustrerende tableauer, voksdukker, fotostater og diashow. Antallet af genstande blev lidt forenklet sagt reduceret til fordel for en stigende mængde af tekstplancher, og et lavt lixtal blev i sig selv

opfattet som udtryk for god kulturhistorisk formidling.

I 80'erne dukkede maleværkstedet op på kunstmuseerne og emnekasserne holdt deres indtog på de kulturhistoriske museer. Formidling til førskolebørn og skolebørn udvikledes parallelt med oprettelsen af først skoletjenesteordningerne og siden hen billedskolerne. Børn- og ungeformidlingen blev med tiden installeret i bestemte rum, fx Børnehuset på Louisiana, eller senest Juniormuseet på ARoS. Man udviklede også særlige museumsformidlingsgenrer som "sansedstillinger", udstillinger, der er lavet for bestemte aldersgrupper; eller museerne forsøgte sig med familieformidling i form af særligt målrettede tilbud i efterårs- og påskeferierne. Der blev ikke længere kun samarbejdet med skolerne, også med mange andre uddannelsesinstitutioner som fx sprogskoler og VUC-centre.

Men midt i denne historie om den rivende udvikling inden for museumsformidlingen kan man undres over, at de danske museer over en

NON SEQUITUR



Tegneserien Non Sequitur. Politiken, 1. marts 2001.

VIL DU  
FORTÆLLE  
HVAD DU  
MALER  
?



JEG VED  
IKKE HVAD  
DET ER  
-MEN DET  
LIGNER!



Tegneserie "Vil du fortælle hvad du maler?", Aarhus Stiftstidende, 3. april 2001.

årrække har været tilbageholdende med at opbygge viden om de forskellige målgruppers videns- og erfaringsgrundlag. Socialforskningsinstituttet har ganske vist i mange år lavet demografiske undersøgelser af danskernes fritids- og kulturaktiviteter, og nogle museer som fx Arken og Trapholt er begyndt at lave egne publikumsundersøgelser. Men i Storbritannien er visitor studies for længst en naturlig del af den museale formidling og universitetsforskning. For englænderne har det ikke medført, at fagligheden dermed blev sat over styr; snarere er grundlaget for det daglige museale arbejde blevet styrket og professionaliseret.

En stor hjælp i udviklingen af museumsformidlingen herhjemme kunne måske være, at der blev skabt et bedre samarbejde mellem museerne og universiteterne om undervisning og forskning i formidling. Både på RUC, Københavns Universitet og Aarhus Universitet undervises i formidling inden for flere af de humanistiske fag, mens forskningen om formidling er forholdsvist begrænset.

Ane Hejlskov Larsen  
Center for museologi  
Institut for Æstetiske Fag  
Aarhus Universitet

# Gør det selv!

## Etnologisk formidling i teori og praksis ved SAXO-Instituttet, Afdeling for Arkæologi og Etnologi, Københavns Universitet

Gennem snart mange år fra 1989 har Etnologi ved Københavns Universitet haft kurser for studerende i museumsudstillingens teori og praksis i samarbejde med Nationalmuseet. Formålet har været at give deltagerne lejlighed til at diskutere museumsudstillingen som medie, forskellige udstillingsprog og visualiseringsmuligheder gennem at opbygge en mindre udstilling.

Formålet er endvidere at give de studerende nogle basale redskaber til selv senere at kunne planlægge og udføre mindre udstillingsprojekter. De studerende har skullet planlægge og gennemføre et projekt fra løst idé over en research og planlægningsfase til produktion af en færdig udstilling. De senere år er deltagerne i kurset mangedoblet, og kurset er i takt hermed gjort bredere, således at der foruden udstillingsmediet nu også er mulighed for at arbejde med andre medier så som video, hjemmesideproduktion, cd-rom, undervisningsmateriale, events, foredrag, artikler m.v.\* I samarbejde med skiftende museer og kulturinstitutioner afvikles projekterne forskellige steder. De fleste institutioner er glade for at få lavet en lille udstilling eller et projekt, selvom det naturligvis også er tidskrævende at tage studerende ind i en travl hverdag.

\* I det følgende tales der kun om udstillingsarbejdet, selvom der kan være tale om mange forskellige formidlingsformer i undervisningen. Udstillingsarbejdet er dog et af de mest komplekse medier, der kan indeholde de fleste andre medier.

### Undervisningsforløbet

Undervisningen er delt i to dele: dels en del, hvor vægten er lagt på formidlingsteori og dels en del, hvor de studerende i mindre grupper arbejder under vejledning med deres eget projekt. Udstillingsarbejdet består i at formidle, afdække og fremhæve genstandenes betydningsindhold og skabe nye meningssammenhænge.

- Første øvelsesopgave er gerne en udstillingsanmeldelse, fx af en aktuel udstilling.

Formålet er at de studerende uden forudsætninger skal forholde sig kritisk til, hvad andre gør og lære sig at iagttage udstillingers indhold, æstetik/form og historiesyn. De kulturhistoriske udstillinger anmeldes sjældent, trods de mange faglige valg, der ligger bag. Anmeldelsen hives frem efter de studerende er færdige med deres egne projekter og kritikken nuanceres gerne i tilbageblik.

- Næste del er en gennemgang af forskellige

udstillingsprincipper (museumshistorie, den museale institutions ordensprincipper (indsamling, bevaring, forskning og formidlingsovervejelser), videnskabshistorie og kulturpolitik). Herunder besøg på forskellige typer af museer og diskussioner med fagfolk som inspektører og konservatorer om deres arbejde og rammerne herfor. Ligeledes gennemgås forandringer i museernes praksis: Det udvidede museumsbegreb (ikke skel mellem materielle/ikke-materielle kulturminde, ikke værdihierarki, historisk dimension omfatter nutiden). Hvad bliver musealiseret, hvordan, for hvem, af hvem og hvorfor?

- Udstillingsprog og analyseredskaber med inspiration fra fx sprogvidenskabelige forskningstraditioner (italesættelse af udstillinger: ting og/eller kontekst, genstandenes udsagnskraft i fx didaktiske udstillinger til åbne præsentationer af genstande), (museums)genstandenes status som autentiske kilder til historien med deres egen livshistorie uden for og på museet. Og på den anden side museums-genstandene som midler i en konstrueret fortælling, hvor de kan indgå i forskellige typer af kontekst og illustrere sammenhænge på flere niveauer.

Realiseringen af et formidlingsprojekt består af en række arbejdsprocesser:

- Konkretisering af idéforslagene, modelarbejde af opstillinger, plancher og tableauer, grafik- og tekstmoduler, farvevalg m.v.
- Disposition: udstillingens tematiske grundstruktur/udstillingsdele. Enten et stramt styret forløb, hvor en del logisk efterfølges af den næste) eller en åben løsning, hvor publikum selv kan udvælge, hvordan rækkefølgen bliver.
- Udvalgelse af genstande, tekster, billeder/fotografier, scenografi som lys, lyde, farvesætning, taktile indslag osv.
- Forslag til tekster og tekstkritik, redigering og supplerende formidling i form af fx brochurer, video, undervisningsmateriale
- Udstillingsteknik (operationalisering af delprocesser) og samarbejde med andre faggrupper
- Åbning (plakat, invitationer, reception, pressemeddelelse, takkebreve)
- At være udstillingsværter (åbne udstillingen, kontakt til publikum, indsamling af nye oplysninger samt evt. revision af og supplement til udstillingen)



- Evaluering af forløbet og opsamling af erfaringer.

### Formidlingsmæssige overvejelser

En samlende tematisk ramme danner udgangspunkt for de studerendes projekter, fx "madkultur", "os og de andre" og som i 2004 "fritid". Hensigten med en sådan indholdsmæssig afgrænsning er, at de studerende inden for nogle fastlagte rammer kan lægge vægten på formidlingen og på at være kreative. Udgangspunktet for enhver formidling er naturligvis, at man har noget på hjertet, som man synes er spændende, og som man gerne vil fortælle til andre. Engagementet er derfor nøglen i hele undervisningen. De studerende skal gøre det emne, de vælger, interessant for sig selv og for andre. Hvordan gør man så det? I dette tilfælde ved at gøre det! Heldigvis rummer etnologien uanede muligheder, for det er naturligvis som fagperson, man formidler. For at kunne fortælle en historie til andre, er det således nødvendigt at sætte sig grundigt ind i et stof og en problemstilling og så herudfra tydeliggøre pointerne. Netop her får de studerende sig den største overraskelse, at man for at kunne skrive to linjer af kvalitet, måske skal læse fire bøger og tyve artikler og stå på hovedet i arkiverne i dagevis og endvidere læse litteratur om tekstskrivning og målgrupper. Mange er også i tidens løb blevet forbavsede over, at det tager så lang tid at lave lay-out og tekster til en god planche!

Når de studerende har gennemløbet en fase med brain-storming, hvor alle mulige – og umulige – ideer får frit løb, er det tid til at tænke på realiseringen heraf. Der er to hovedforhold, der skal tænkes ind: Det ene er rammer og rum. Dels naturligvis de fysiske rammer fx for en udstilling, men også den tid, der er til rådighed, økonomi og arbejdskraft. Ikke alt kan lade sig gøre, og det kan være nødvendigt at "kill one's darlings", hvilket kan være utrolig vanskeligt. Her skal gruppearbejdet stå sin prøve. Det andet er de mediespecifikke begrænsninger. Ikke alle historier egner sig til en udstilling. Det kan være, at der fx ikke er genstande nok eller det, man vil sige er for kompliceret og kræver uddybninger, så en artikel eller en bog ville være bedre til at fremme budskabet. Visualiseringen er vigtig at tænke ind. Udstillingsmediet er tredimensionalt med genstandene i centrum, publikum kan bevæge sig rundt i udstillingen i eget tempo og i egen koreografi. Udstillingsmediet kan indeholde alle medier: genstande, tekst, billeder/fotografier, lyde, lys, duft, taktile elementer m.v. ligesom scenografiens virkemidler med lys og farvesætning giver liv til eksponeringen. Udover den egentlige udstilling kommer så ledsagemateriale

som fx plakater, foldere, pressemeddelelse, undervisningsmateriale.

Det er helt klart, og også undervisningens mål, at der skal vælges fra, men først efter de gode ideer er kommet på banen. Arbejdet med realiseringen handler om at få gjort de gode ideer operationaliserbare. Omvendt kan man ikke begynde arbejdsprocessen med begrænsninger, for så kommer man aldrig i gang.

En meget væsentlig del af et formidlingsprojekt drejer sig naturligt nok om relationen til modtagerne/brugerne. Det er nødvendigt at gøre sig klart i hvilken sammenhæng og til hvem, man henvender sig og hvilke forudsætninger, de har. Jo bedre formidleren kender sin målgruppe, jo bedre er det. En måde er naturligvis at samarbejde med aftagerne, hvilket mange gør, enten i form af interview, spørgeskemaer eller andre måder, fx ved at nedsætte fokusgrupper, at sætte sig i modtagernes sted.

Nyere formidlingsstrategier handler snarere om dialog med publikum end belæring fra "eksperterne". Mange gange arbejder de studerende direkte sammen med publikum, der selv er eksperter på lige netop dette område, hvilket ofte giver nogle overraskende vinkler på resultatet i form af autentiske "stemmer" i udstillingen.

Selvom vægten lægges på processen – altså overvejelserne over, hvad vi gør og hvorfor – spiller resultatet en stor rolle. Det, at man arbejder med en fast dead-line, gør processen realistisk og er med til, at man bliver tvunget til at foretage nogle valg. Til sidst foreligger der et produkt, man kan distancere sig fra, forholde sig til. Dette giver i de fleste tilfælde de studerende en følelse af stolthed: "Tænk at vi kunne gøre dette selv!". Og publikum kommer og ser udstillingen, aviserne skriver om den og de besøgende kommenterer den.

I det følgende skal der præsenteres fire projekter fra foråret 2004: To udstillingsprojekter, ét der afprøver forskellige skriftlige formidlingsformer samt et projekt, hvor tilrettelæggelsen og afviklingen af tre temadage om dansk kultur for unge indvandrere stod i centrum. De fire projekter viser bredden i de formidlingsmæssige indholdsovervejelser og konkrete udformninger.

*Lykke Pedersen og  
Marie Riegels Melchior*

Marie Riegels Melchior, Danmarks Designskole, og Lykke L. Pedersen, Nationalmuseet, var undervisere i Etnologisk Formidling: Teori og praksis ved SAXO-Institutet, Afdeling for Arkæologi og Etnologi, Københavns Universitet, i foråret 2004. Begge har undervist i flere fag ved instituttet gennem årene, og har interesse i formidlingens teori og praksis.

# Fankultur Brøndby og FC København

## - Journalistisk formidling af faglige resultater

Formidlingsprojektet "Journalistisk formidling af faglige resultater" tog udgangspunkt i projektgruppens 3. semesteropgave "Brøndby-FC København: Konstruktion af en rivalitet" i faget Kulturmøde og etnicitet. I opgaven blev emnet fodboldfans, fankultur og identitetskonstruktion diskuteret og på baggrund af en konkret empirisk analyse af fangrupperingerne tilknyttet de to københavnske fodboldklubber FC København og Brøndby IF. Projektgruppen kom frem til at de to fangrupperinger tillægger hhv. sig selv og rivalen en række egenskaber ud fra værdisæt, der kan varieres til egen fordel om nødvendig i forhold til at reproducere egen identitet. Denne pointe ønskede projektgruppen at arbejde videre med i form af en skriftlig formidlingsopgave. Resultatet blev tre artikler hhv. en artikel til tidsskriftet Folk og Kultur, en artikel til ugeavisen Weekendavisen og en artikel til dagbladet Ekstra Bladet.

Formidlingsprojektets hovedudfordring var således dels at omformulere fagspecifikke formuleringer til journalistisk sprog, struktureret efter journalistiske greb, og dels på baggrund af en nærmere medieanalyse af de tre aktuelle medier at vinkle de tre artikler.

Artiklen til tidsskriftet Folk og Kultur var det produkt, som lå tættest op af opgaveudgangspunktet og den tog på mange måder form som en kondenseret version af den oprindelige opgave dog tilpasset tidsskriftets læsere, som anses for at være fagligt interesserede, men ikke fagligt indforståede. Dette forhold afspejlede sig også i artiklens titel, "Rivalisering og fodboldfællesskab. Dannelse af fællesskab og rivalitet hos fans af klubberne Brøndby IF og FC København". Artiklen planlægges at blive udgivet i et kommende nummer af Folk og Kultur.

De to avisartikler adskilte sig derimod fra opgaveudgangspunktet. Hver især søgte de en aktuell vinkling. For artiklen til Weekendavisen havde projektgruppen valgt at artiklens aktualitet var sæsonstarten for den danske Superliga turnering. For artiklen til Ekstra Bladet var aktualiteten avisens årlige kåring af Årets Fans i Superligaen. Dernæst tilstræbte projektgruppen at benytte sig af journalistikkens sprog og greb, således at teksten blev luget for lange internt-faglige formuleringer til fordel for at lade fans og forskere i fankultur tale direkte gennem citater i artiklen. Artiklen til Weekendavisen bar titlen: "Dem som ikke hopper..." og artiklen til Ekstra Bladet bar titlen: "Brøndby er bedst, når FCK er værst!". Ingen af de to artikler er blevet forsøgt solgt til de pågældende aviser.

*Astrid Schmeltzer Dybkjær  
og Kasper Boye Jørgensen  
Studerende ved SAXO-Instituttet,  
Afdeling for Arkæologi og Etnologi*



*Drengene fra Vestegnen vandt Ekstra Bladets fankonkurrence i 2003/2004-sæsonen, men de havde næppe klareret det uden rivalerne fra FCK.*

# Tre temadage om dansk kultur for unge indvandrere

## - Lyngby-Tårnby Ungdomsskole - formidlingsprojekt

Formidlingsprojektet "Lyngby-Tårnby Ungdomsskole - formidlingsprojekt" tog udgangspunkt i en på forhånd stillet opgave. Lyngby-Tårnby Ungdomsskole havde taget kontakt til etnologi fordi de gerne ville benytte sig af etnologistuderendes viden om dansk kultur til formidling til en af ungdomsskolens elevgrupper: "de sent ankomne unge med anden etnisk baggrund end dansk" (dvs. unge, der er for gamle til at blive sluset ind i folkeskolen og for unge til at gå på sprogskole for voksne udlændinge).

Projektgruppen havde på den baggrund frie hænder til at løse formidlingsopgaven. For at indkredse mulige formidlingsformer og hvilke sider ved dansk kultur målgruppen var interesseret i at vide mere om, udformede projektgruppen et spørgeskema, som målgruppen skulle besvare. Resultatet blev mangesidigt og projektgruppen valgte derfor at favne bredt i deres fokus på dansk kultur og valg af formidlingsform.

At stille sig selv den opgave at formidle dansk kultur, eller rettere hvad dansk kultur er, er en stor udfordring, når det erkendes, at kultur defineres ved forskellighed. Projektgruppen valgte at anlægge et etnologisk livs- og statsformsteoretisk perspektiv på deres formidlingsopgave for at imødekomme dette. Forstået på den måde,

at de statslige strukturer i det danske samfund blev fremhævet og samtidig hermed det historiske grundlag for disse, som de tager sig ud i dag.

Resultatet af projektgruppens overvejelser og anlagte perspektiv blev tre temadage om dansk kultur, ungdoms- og fritidsliv. Første dag tog udgangspunkt i en historisk introduktion til det danske samfund. Gruppen af unge blev i tre hold (inddelt efter sprogligt niveau) vist rundt i et udsnit af Nationalmuseets oversigtsudstilling "Danmarkshistorier 1660-2000", begyndende med 1800-tallets industrisamfund og den danske Grundlovs stadfæstelse. På rundvisningen skulle de unge besvare en række spørgsmål relateret til udstillingen på et uddelt spørgeskema og efterfølgende blev spørgsmål og besvarelser diskuteret alle grupperne i mellem.

På anden dagen blev gruppen af unge gennem foredrag illustreret af billeder introduceret til dansk dagliglivs gang fra vugge til grav set fra statens perspektiv. Som afveksling i løbet af foredraget blev de unge bedt om dels at lave hver deres kollage om deres forestilling om det at være et dansk barn i Danmark og dels i hold at spille et, hvad kan kaldes et "foreningsspil". Dvs. at de unge skulle på baggrund af tildelte roller gennemføre en foreningsgeneralforsamling, for derigennem at få indblik i hvad demo-

### Det første kulturelle præg



### Kernefamilien



### Fagforening



*De unge indvandrere blev introduceret til dansk dagligliv fra vugge til grav via et diasshow.*

# Hvad kan jeg lave i min fritid ?



...fordi det er fedt at spille bold med vennerne



...fordi det er for vildt og ser herresjæt ud!



...fordi det er hyggeligt at være sammen

## Jeg gør det...

...fordi jeg kan li' store udfordringer



...fordi det er totalt optur at score!



Lyngby-Tårnbæk Ungdomsskole 2004

Pjecen om fritidsliv i Lyngby-Tårnbæk Kommune blev fremstillet som led i formidlingsprojektet, og uddelt til de unge indvandrere.

kratisk styrreform er, og hvordan denne styreform kræver engagement og deltagelse for at kunne yde indflydelse.

Den tredje og sidste dag handlede det om fritidsliv og de unge fik af projektgruppen uddelt en særligt fremstillet pjece, som forklarede hvad fritid er, hvad fritid kan bruges til, hvordan man kommer i gang med fritidsaktiviteter og helt konkret, hvor de unge i Lyngby-Tårnbæk området kunne henvende sig for at finde frem til den/de aktiviteter, som havde deres interesse. Pjecens punkter blev i løbet af dagen gennemgået, og der blev lagt op til spørgsmål og diskussion.

Temadagene blev meget positivt modtaget af både de unge og af de ungdomsskolelære tilknyttet gruppen. Projektgruppen var ligeledes tilfredse med dagenes udfald, men samtidig også kritiske over for deres ønske om at favne bredt rent indholdsmæssigt. At benytte sig af flere interaktive formidlingsformer fungerede derimod godt.

Gry Søbye  
Sanne Dalgaard Madsen  
Jakob Dueholm Madsen  
Studerende ved SAXO-Instituttet,  
Afdeling for Arkæologi og Etnologi

# Tid til fritid

## - Projektbeskrivelse af en udstilling til Nationalmuseet

*Udarbejdet af fem studerende fra SAXO-Instituttet, Afdeling for Arkæologi og Etnologi*

I samarbejde med Nationalmuseet fik vi i en gruppe på fem studerende til opgave at lave et udstillingsforslag til en lille særudstilling, der for det første skulle tage afsæt i museets nyligt erhvervede sommerhus fra 1930'erne, og desuden skulle fastholdes under dette års overordnede fællestema for kurset Etnologisk formidling og teori, som var "fritid".

Sommerhuset "Weekend" er fra 1934 og var oprindeligt beliggende i sommerhusområdet Solrød Strand ved Køge Bugt. Vi har fulgt sommerhuset fra det blev løftet op på ladet af en lastbil fra sin oprindelige placering, og vi får forhåbentlig den fornøjelse at følge sommerhuset hele vejen fra matrikel til museum, da udstillingen efter planen skal stå på Nationalmuseet i København i foråret 2005.

Arbejdet med at lave et udstillingsforslag har været præget af diskussioner, valg og fravalg. For hvilken historie skulle vi vælge at formidle? Ønsket var at henvende os til et bredt publikum. Dels til de museumsgæster, der søger viden og oplysning, dels også til det publikum, der ønsker en spændende oplevelse. Først ville vi lave en såkaldt metakommunikativ udstilling om vores rolle som iscenesættere. Tanken var,

at vi ville forsøge at formidle sommerhusets historie fra forskellige perspektiver for derved at pege på vores egne roller som formidlere og fortolkere. Vi ville fortælle den traditionelle historieskrivnings historie og i kontrast hertil sommerhusets familiehistorie, for at illustrere, at der altid er flere historier, og at vi, som formidlere, udvælger hvilken historie, publikum skal fortælles. I betragtning af at vi alle var nybegyndere på udstillings- og formidlingsområdet, fandt vi hurtigt, at projektet var lidt for ambitiøst, hvorved vi forkastede det. I stedet koncentrerede vi os om fritid som tema og begreb. Ved at se på ferie som et delaspekt af fritiden, valgte vi at fokusere på forskellige måder at feriere på i Danmark gennem tiden. Følgelig fik dette betydning for valget af form og stil. Vi fandt, at fritid er noget, som mange tager for givet; den er bl.a. forbundet med ferie og en tilstand, som kan beskrives med lystbetonede tillægsord. Denne opfattelse er fastholdt i konceptet, frem for en mere historisk berettende udstilling omkring fritidsbegrebets udbredelse. Udgangspunktet er derved sansendeindtryk og genkendelselementer samt tillægsord som let, legende, afslapning og glæde. Vi har ønsket at skabe en levende udstilling med fornemmelsen af at være på ferie.

Det endelige udstillingsforslag hedder Tid til Fritid og viser, hvordan danskerne gennem det 20. årh. har holdt ferie i takt med, at vilkårene herfor blev skabt.

I den forbindelse har vi arbejdet ud fra fire nøgleord: mobilitet, friluftsliv, mulighedsbetingelser og rekreation, der skal fungere som en rød tråd gennem tre forskellige scenarier i udstillingen. Foruden sommerhuset er medtaget en campingvogn med bil fra 1958 samt et charterferietema. Med udgangspunkt i nøgleordene vil vi vise, hvordan den danske familie gradvist har fået flere penge og feriedage, og hvorledes dette har indflydelse på danskernes ferie-



*Sommerhuset "WEEK-END" i 1940'erne.*



*Eftermiddagskaffe i haven, 1957.*

måder i sommerhuset, i campingvognen og i udlandet. Udgangspunktet er forskellige måder at feriere på gennem tiden og ikke konkrete årstal. De tre scenarier kan dog placeres indenfor tre adskilte tidsperioder og dermed give fornemmelse af en vandring gennem tiden. Ved hjælp af nøgleordene får vi vist publikum, at ferie ikke altid har været, som vi kender det i dag.

Udstillingens store primærgenstande fordrer, at den er henlagt udendørs til Palægården på Nationalmuseet, hvor venstre side er til de tre scenarier, og den højre er til spisepladser med borde og bænke. Udstillingen påbegyndes dog allerede i Nationalmuseets forhal, hvor en mannequindukke viser vej ned af den lange gang til gården. Hun er iført stewardessetøj fra 1970'erne og refererer til det yngste miljø, charterferien.

Udstillingens scenarier er stilmæssigt ensartede. De udgør alle øer, hvor det vil være muligt at gå rundt om de enkelte genstande. De er afgrænset af et rullegræsunderlag, blomster og af gårdens brosten, der skal fungere som stier. Udstillingen kan beses forskelligt, afhængig af hvilke stier publikum vælger at følge. Ved at følge stien venstre om udstillingen, vil den beskues kronologisk i tid. Publikum vil først møde sommerhuset, dernæst campingvognen og sidst charterferien. Stewardessen i forhallen udgør på denne vis en ramme om udstillingen, da det vil være her udstillingen starter og slutter. Ved at gå højre om udstillingen vil publikum derimod støde ind i en korsvej. Her er der placeret et

vejskilt i form af en rotunde, som er den primære tekstplanche, der skal give publikum mulighed for at danne sig overblik over udstillingen. Øverst vil være tre vejskilte, der peger mod hvert sit scenarium, hvor teksten vil angive stednavnene på de pågældende feriesteder. På selve rotunden står udstillingens tekster, der skal oplyse om udstillingens historiske kontekst samt forklare de tidstypiske måder at feriere på.

Ved indgangen til Palægården introduceres publikum for udstillingen via et stort postkort, der legende skal indbyde til indlevelse. Derudover er der inkorporeret tekster i form af citater, der er indarbejdet i selve udstillingen f.eks. skrevet på et håndklæde på en tørresnor ved sommerhuset. Dette skal medvirke til at give et levende billede og underbygge den sanselige oplevelse af, at være til stede i de enkelte feriemiljøer frem for på museum. Dette underbygges deslige af muligheden for picnic i gården.

Udstillingen er inspireret af Nationalmuseets permanente udstilling Danmarkshistorier 1660-2000. Denne er en kronologisk fortælling om danskernes dagligliv inspireret af livsformsanalysen. Udstillingsforslaget Tid til Fritid fokuserer imidlertid ikke på livsformerne som komparative størrelser. Det er en særudstilling, der kan ses som supplement hertil.

*Eva Anna Karkov  
Studerende ved SAXO-Instituttet,  
Afdeling for Arkæologi og Etnologi*

# Rundt i manegen

- En udstilling på Cirkusmuseet i Hvidovre

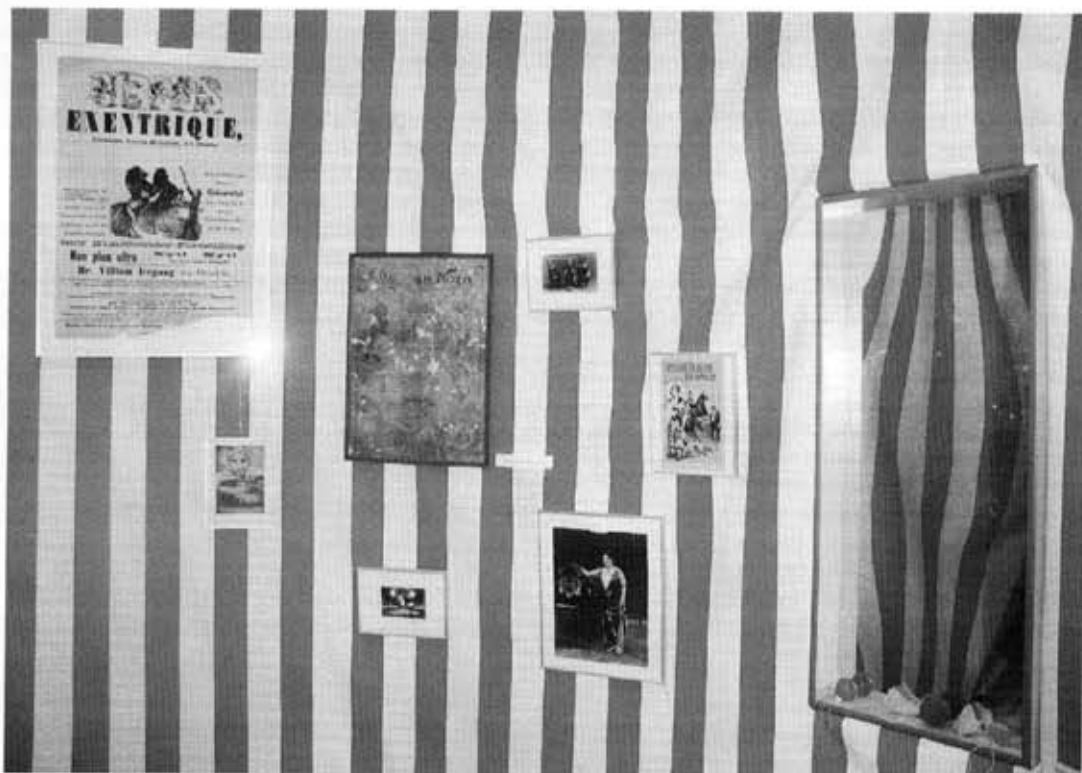
Dette projekt foregik på Cirkusmuseet i Hvidovre. Cirkusmuseet stillede et 12 kvadratmeter rum til rådighed, hvorefter vi i samarbejde med museet udarbejdede et koncept for en udstilling, der åbnede den 10. juni 2004.

Udstillingens titel er "Rundt i Manegen". Med cirkusmanegen som omdrejningspunkt føres publikum tilbage i tid via fire udvalgte temaer, som giver et kort indblik i cirkus' kulturhistorie i de sidste 300 år. De forskellige temaer var bl.a. klovnen Charlie Rivel og manegens dyr. Udstillingen afsluttes med fortællingen om, hvordan den klassiske cirkusmanege blev opfundet i 1760'erne, og hvorfor den tillægges så stor betydning indenfor det klassiske cirkus.

Emnet "cirkusmanege" opfordrer til sjov og oplevelser, hvilket udstillingen forsøger at bære præg af. Udstillingens vægge er bl.a. udformet som et cirkustelt, som giver publikum en fornemmelse af selv at gå rundt i cirkus. Derudover indgår to elementer, der skal gøre

publikum mere aktive. Det ene er et spejl med forskellige klovnenæser til fri afprøvning, og det andet er en minimanege i udstillingen afslutning, som skal illustrere, at publikum selv er artisten i manegens centrum. At formidle gennem en illusion og med tilhørende aktiviteter gør udstillingen mere levende og i cirkusånd. Det illustrative er samtidig en formidlingsform, der henvender sig til børn, hvilket er den målgruppe, som hyppigst besøger museet.

De udvalgte temaer blev visualiseret via genstande og billeder. Samtidig er alle temaer ledsaget af 70 cm brede plancher med billeder, som hænger ned fra loftet. Planchernes skrift og typografi tager udgangspunkt i de to målgrupper. Vi har forsøgt at ramme voksne og børn på samme tid ved at dele planchen op i en voksen tekst og en børnetekst. Den skriftlige formidling for børn er udformet som en tegneserie, hvor forskellige elementer f.eks. en sprechstallmeister og en hest fortæller for børnene i talebobler. Samtidig er tegneserien sat ned i børne-



Fra udstillingen på Cirkusmuseet.

højde. Teksten til voksne er i "almindelig" voksenalder. At opdele den skriftlige formidling på denne måde giver også den voksne mulighed for at være medformidler over for børnene, da de på denne måde naturligvis får flere informationer.

Genstandene i udstillingen er få. Der er udstillet forskellige genstande med tilknytning til klavnen Charlie Rivel (næse, guitar og paryk), og temaet omkring manegens dyr er ledsaget af billeder og enkelte cirkusplakater. Placeringen af disse genstande er forsøgt i en æstetisk og dynamisk form ved, at de alle hænger ned fra loftet. Denne ophængningsmetode har vi fundet signalerer tillid til publikum og dermed fysisk tilgængelighed end f.eks. brug af glasmontrer. Dette hænger også sammen med, at vi har valgt, at genstandene selv skal fortælle sin egen historie. Genstandene er således ikke fulgt af specifik tekst, men derimod er planchen som den eneste skriftlige formidling en hjælp til publikums forståelse.

Det var en stor udfordring for os at for første gang at lave en udstilling og fortælle om cirkus-

manegen. Vi benyttede os af forskellige formidlingsformer, som alle skulle igennem mange overvejelser. Der blev truffet mange valg især ud fra budget, og hvad vi rent praktisk kunne håndtere af håndværk, da vi selv stod for opbygningen af udstillingen. På denne måde blev udstillingens fokus naturligt afgrænset, men dog som kritikpunkt bærer den præg af at indeholde for mange temaer i forhold til, hvor stort det fysiske rum er. Yderligere har projektet været ledsaget af mange andre arbejdsopgaver end selve udstillingsarbejdet. Dette var f.eks. arbejdet med presse og kommunikation, kontakt til lokalområdet og håndtering af budget. Arbejdsopgaver, som hænger uløseligt sammen i et formidlingsprojekt. Vi har fundet, at mange af vores ny erhvervede kompetencer via faget etnologisk formidling er blevet benyttet, hvilket har været til stor tilfredsstillelse.

Lotte Lund Larsen,  
Kristian Nielsen og  
Niels Sommer

Studerende ved SAXO-Instituttet,  
Afdeling for Arkæologi og Etnologi

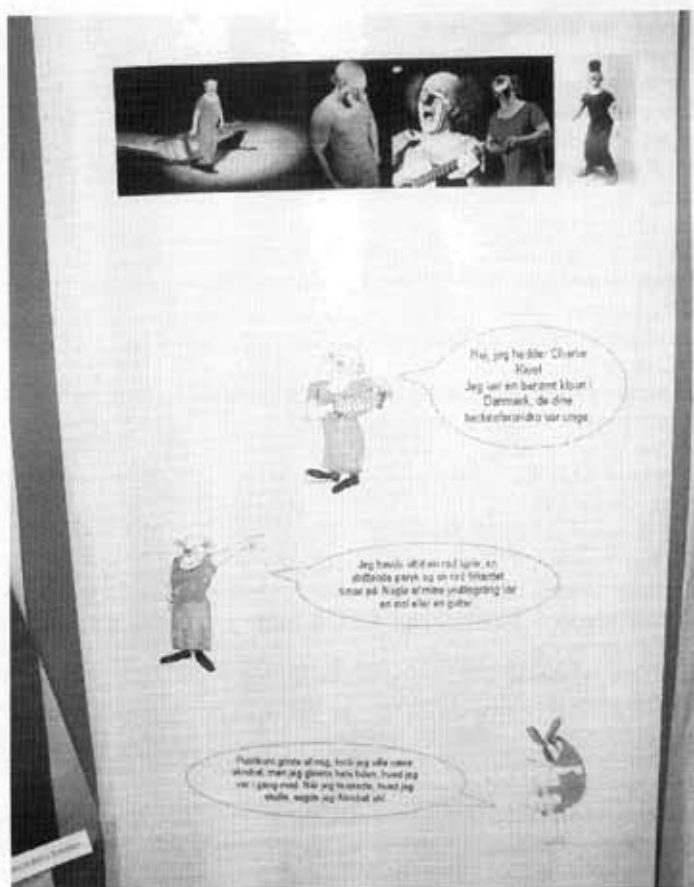


Planche fra udstillingen.



# Museer på universitetet

Redaktøren har bedt mig om at skrive om, hvordan vi underviser og forsker inden for områder, der er tæt relateret til museer og formidling. Det vil jeg gøre ved at skitsere Roskilde Universitetscenters særlige uddannelsesstruktur. Vise hvordan Kommunikation som overbygningsfag indgår heri. Vise hvordan undervisningen også omfatter især museumsformidling som et særskilt område og til slut se på den nye toningsuddannelse, som Kommunikation har lavet sammen med Historie.

Begreber som 'den nye museologi' antyder at museumsarbejdet i stadig højere grad bliver teoretiseret og akademiseret. Især i England har det betydet en meget kvalificeret udvikling af det museologiske område og af museologiske akademiske uddannelser. I Danmark er området ret begrænset, men rundt omkring på andre danske universiteter (København og Århus) har man kurser og moduler der ofte hedder noget med museologi. På Aarhus Universitet har Center for Museologi netop fået godkendt en Masteruddannelse som starter i 2005 og som laves i samarbejde med Kommunikation på RUC. Gennem de sidste fem år har forskere og museumsfolk indgået i et museologisk netværk med afholdes af fælles seminarer flere gange årligt.

På Kommunikation har der gennem flere tiår været en vedvarende interesse for den særlige del af museologien som hedder 'museumsformidling'. De første mange år har været fokuseret på at udvikle undervisningen i form af kurser og projektvejledning så derfor har den forskningsmæssige udvikling i høj grad været drevet gennem de studerendes projekter og specialer. Man kan se tre gennemgående træk i projekterne. Det ene er en række projekter der har forholdt sig analyserende til museets udstillinger og formidling ud fra semiotiske og diskursanalytiske tilgange. Det andet gennemgående træk er en meget stor interesse for undersøgelser af brugernes reception af udstillinger og museer. Og det tredje er de studerendes egen produktion af udstillinger og forskellige former for formidling. En række meget forskellige institutioner har været inddraget i arbejdet eller som analysemateriale: Københavns Bymuseum, Louisiana, Arken, Nationalmuseet med de mange særudstillinger, Statens Museum for Kunst, Ordrupgaard, Dansk Design, Kunstindustrimuseet, Planetarium, Post

& Telemuseet, Steno Museet, Elmuseet, Teknisk Museum, Frederiksborg Slot, Sophienholm, Nicolai Udstillinger, Museet for Samtidskunst osv.

RUC er stadigvæk et universitet, hvor undervisningsformerne adskiller sig kraftigt fra de gamle universiteters. Alle starter med en meget bred faglig basisuddannelse på to år. Den kan enten være humanistisk, samfundsvidenskabelig eller naturvidenskabelig. Alle skal derefter vælge to overbygningsfag, som hver består af tre moduler, sådan at den samlede kandidatuddannelse bliver på i alt 5 år. Vores uddannelse Kommunikation kan kombineres med over 15 forskellige fag fra dansk og historie til fysik og udviklingsstudier. Man kan forhåbentlig godt fornemme den store indflydelse, som hver enkelt studerende har på sin egen uddannelse. De studerende kan sammensætte deres studie gennem valg af en række kurser, som udgør en tredjedel af et semester og et moduls arbejde mens hovedvægten lægges på de studerendes projekter som laves i mindre grupper.

For at styrke det museologiske felt har vi sammen med Historie skabt en særlig toning mellem de to uddannelser i Museumsformidling. Det mest afgørende i denne toning er at kandidatuddannelsen afsluttes med et speciale som integrerer de to fag. For at tydeliggøre hvad vi opfatter som det faglige område vil jeg gerne citere fra beskrivelsen af toningsuddannelsen:

"Toningen skal sætte den studerende i stand til at kunne analysere museumsinstitutionen i dens historiske forandring, sammenhængen mellem videnskabssyn og udstillingssyn, og museers samfundsmæssige og kulturhistoriske udformning og funktion, idet museumsinstitution her forstås bredest muligt, som indbefattende oplevelsescentre, museumsafdelinger af firmaer og organisationer, m.m. Studiet relateres herudover til den rolle som museumsinstitutionen udfylder i forhold til samfundet f.eks. som studier af museets rolle for og i sociale forandringsprocesser, for informel læring m.m.

Den studerende skal ligeledes bringes i stand til at kunne analysere den konkrete udstilling - hvad enten dansk eller ikke-dansk - herunder udstillingens konstruktion, dens indhold (fortælling) samt reception. Indbefattet i udstillingsbegrebet er formidlende medier og situationer

som pjecer, undervisningsmateriale, mundtlig formidling, netmedier, installationer m.m.

Der lægges endelig vægt på, at disse færdigheder tilegnes på en baggrund af erhvervet teoretisk indsigt i og praktisk erfaring med centrale medieformer og -udtryk, herunder en grundig forankring i æstetik, narrativitet-, sprog- og billedteori, koblet med overvejelser over målgrupper og reception, samt erhvervet teoretisk indsigt i og praktisk erfaring med historisk teori og metode og bred historisk kundskab, som er væsentlige sider af beskrivelsen af fagene historie og kommunikation i øvrigt."

Vi har også skitseret nogle prototypiske eksempler på projekter, som jeg her vil vælge tre af:

### Teknologi på museum

Teknologihistorien er domineret af tre grundlæggende forskellige tilgange, nemlig den inter-nalistske, den eksternalistske og den kontekstuelle. Disse tre tilgange kan findes i de eksisterende danske teknologimuseer. Gennem projektet fokuseres dels på de tre tilgange i teknologihistorien, og dels på en analyse af fire udvalgte teknologimuseer.

Projektet afdækker, hvordan teknologihistorien konstrueres på de udvalgte museer gennem en analyse af museernes udstillinger ud fra de værdier, der konstruerer musealiseringen af tingene, og dels ud fra fortælle-mæssig synsvinkel med vægt på de fremstillingsmæssige valg, som relaterer sig til den kulturhistoriske udstilling. Analysen af selve udstillingerne suppleres med



Et eksempel på en enkel udstilling produceret af fire kommunikationsstuderende på en tre ugers workshop. Den handler om personen og arkitekten Vilhelm Lauritzen, og er sammensat af 5 ting og de personlige fortællinger, som knytter sig hertil. Udstillingen er tænkt til at skulle placeres i Radiohuset, i Luft-havnsbygningen osv., altså de steder, hvor hans bygningsværker står. Centralt i produktionen af disse øvelsesudstillinger står grundige kommunikationsovervejelser og -planlægning.