

# MiD

Formidlingstrategier

MiD MAGASIN | MUSEUMSFORMIDLERE I DANMARK | NR. 38 | MARTS 2018



## Indhold

Formidlingstrategier.....	3
Michael Gyldendal	
Fem Fundamentale Forhold .....	4
Andreas Bonde Hansen	
Se muligheden, griб chancen og sats på samarbejdet .....	7
Dorte Vind og Anne-Sofie Lundtofte	
Fra enestående særudstillinger til langtidsholdbare satsninger .....	10
Camilla Mordhorst og Anni Mogensen	
Aktualisering af viden .....	16
Connie Svabo, Anita Mašková, Terne Vishart og Maria Beydin	
Formidling på Trapholt .....	20
Karen Bech Jessen	
Made in Space.....	26
Line Nicolaisen og Tina Ibsen	
Når samarbejdet skal lykkes .....	30
Mathilde de Kruiфf	
Orms Rejse .....	32
Tine Arnoldi	
Kulturbørnehaver .....	34
Pernille Ø. Sørensen	
ICOM CECA.....	37
MiD info .....	38

## Formidlingstrategier

### Leder

**Af Michael Gyldendal, Formand Museumsformidlere i Danmark (MiD), michaelgyldendal@gmail.com**

Årets Formidlerseminar har titlen Formidlingsstrategier. De fleste af deltagerne på formidlerseminaret ved nok hvad formidling er, men hvad er en strategi?

En strategi er noget med langsigtet planlægning, strategi handler om fremtiden og hvor organisationen er på vej hen. Men hvor er det så vi ser vores formidling i fremtiden? I en travl hverdag, hvor det mest handler om den næste særudstilling, de to gymnasieklasser, der kommer i morgen og om at få afrapporteret på de seneste fondsansøgninger, kan det godt være svært at se ud over ens næsetip og se det store og langsigtede udviklingsperspektiv i museets formidling.

I forbindelse med den visionsproces om fremtidens museer som kulturminister Mette Bock har iværksat er det naturligvis helt væsentligt, hvad vi formidlere kan byde ind med. For museernes udstillinger, undervisning og aktiviteter er dét, som er mest synligt i forhold til borgerne og her hvor vi er allermost til stede i offentligheden. Museerne er ikke ens og de skal de heller ikke være. For nogle er mange særudstillinger, det som lokker flest gæster til, for andre museer er det væsentlige at lave aktiviteter for lokale brugere.

Derfor skal fremtidens museumsformidling også være forskellig, vi skal ikke ende op med, at det absolut væsentligste kriterie for tilskud kun er flest muligt brugere, men at der er plads til at kunne eksperimentere med formidlingen, og når ud til målgrupper, der ikke nødvendigvis er de mest økonomiske fordelagtige.

Men samtidig er det også blevet et credo, at museerne skal tjene flere penge selv. Og hvordan gør vi det? Er det ved at satse på det købestærke publikum, er det ved at lokke flere erhvervskunde til at henlægge deres arrangementer på vores institutioner eller skal vi satse mere på tyske feriegæster?

I øjeblikket kan man få et unikt indblik i Nationalmuseets arbejde, ved at følge museets nye direktør Rane Willerslev i tv-programmet "Ranes museum". Her kan man opleve en person, der oprigtigt bliver begejstret, når formidlingen er levende og når der er mulighed for at iklæde sig rustning og kæmpe med sværd. For der skal naturligvis være plads til at lege og blive underholdt på et museum. Men der skal også være plads til at debattere aktuelle emner og bringe temaer, der gør ondt til torvs. Det vil derfor blive spændende at følge udviklingen på landets kulturhistoriske hovedmuseum og i denne udgave af MiD Magasin kan du blandt andet læse om Nationalmuseets nye formidlingsstrategi. Men du kan også læse om hvordan der heldigvis fortsat bliver satset på læring og at trække børn og unge til museerne. Du kan også læse om ideerne bag den nye udstilling på Planetarium, som gerne skulle revitalisere kulturinstitutionen og så kan du læse Andreas Bonde Hansens interessante kritik af, hvad det er vi mangler i vores formidlingsstrategier.

Museerne ligger ikke på den lade side, men lad os give os selv den mulighed for at trække vejret, og også finde tid til at reflektere over, hvor vi ser os selv i et lidt længere og større perspektiv. Hvor er det, vores formidling er på vej hen?

Velkommen til årets Formidlerseminar. 🙌



- ▶ Turister er inviteret til eksklusiv vikingemiddag hos høvdingen i Lofotr. Turisterne fragtes under guidning på modersmål til Lofotr Vikingemuseum, hvor de trakteres. Dette betaler de 100 Euro for pr. person. Folkeligt? Indbringende? Ja.  
Lofotr Vikingemuseum, foto / K. O. Storvik

## Fem Fundamentale Forhold

– som mange museer mangler i deres formidlingsstrategier

Af **Andreas Bonde Hansen Ph.d., Adjunkt, Leisure Management. Professionshøjskolen Absalon, Roskilde – Center for Ledelse og Oplevelsesdesign, anbo@pha.dk**

Danmark oplever en investering i nye museumsoplevelser uden sidestykke i disse år. Endvidere er kulturturisme, og museernes rolle heri, et tiltagende fokusområde. Danmark er således blevet et foregangsland udi digital formidling, innovative museumsevents, og er forsat – som det altid har været – i den absolutte elite udi levendegjort museumsformidling og museale børneoplevelser. Men midt i den stadige stræben efter innovation, stigende besøgstal og positive medieomtale, ser vi, at mange museer glemmer de mest fundamentale forhold, som gode og rentable formidlingsstrategier bygger på. Da koncentrationen af nye, dyre museumshuse (og tilknyttede, ofte teknologi-bårne formidlingsstrategier) er ved at blive for stor, er museerne også nød til at overveje investering kontra langsigtet effekt: Giver det f.eks. mening at investere flere hundrede millioner i formidling for hundrede tusind besøgende om

året, når nu så meget andet kulturarv (ruiner, kirker og slotte), kan tiltrække langt flere besøgende, og give disse besøgende en god oplevelse, for langt færre midler? Med stærke tendenser indenfor 'slow-turisme', 'digital detox' og 'micro adventure' findes så meget desto større motivation for at finde ind til det mest fundamentale i museumsformidlingen.

### Differentiering og museets særegne 'pull-factor'

Jeg har i min egen forskning og rådgivning, observeret og behandlet mere end 50 forskellige kulturarvsattraktioner. Noget fundamentalt jeg her har observeret er, at det kun ganske sjældent er formidlingsformen, der er den primære 'pull-factor'. Temaet, monumentet eller den afspejlede æstetik og materielkultur er hos næsten alle kulturarvsattraktioner den primære pull-factor, og intet tyder på, at dette er ved at ændre sig – tværtimod. Grundet den høje koncentration af kulturarvsoplevelser i Danmark (og nærmeste udland) må den gode formidlingsstrategi også være en differentieringsstrategi: Hvilket ud-

bud er den givne attraktion en del af, og hvordan differentierer den sig fra sine 'konkurrenter'? Taler vi museer som turistattraktioner skal det unikkes ontologi tages alvorligt og være udgangspunkt for differentieringen. Det er det unikke museets indhold som er 'pull-factor', og formidles dette indhold ikke derefter, bliver det ikke en god oplevelse. Museets indhold bliver ikke unikt af at man kommer det på en skærm eller klæder folk ud – om end det (udført optimalt) kan iscenesætte det unikke. Har man ikke noget unikt at tilbyde turisterne, er det omsonst, at forsøge at lade en formidlingsstrategi skabe en turistattraktion. For lokale besøgende kan der være andre faktorer på spil, hvilket vi vender tilbage til.

En anden af museernes stærkeste pull-factors er stedlighed. Museerne skal passe på, at tidligere tiders fejl ikke gentager sig, ved at 'de mange små nationalmuseer' erstattes af en serie ensartede oplevelsescentre. I den forbindelse har mindre lokalmuseer stor relevans, men deres formidlingsstrategier skal måske være mere 'hårdhændede': Stedligheden må formidles stærkere – nogle steder måske i en grad, at man skal fjerne alt fra formidlingen, som ikke repræsenterer noget særligt ved museets sted (egn, region, etc.).

### Forskellen på turister, lokale og andre

Danske museer har kun sjældent formidlingsstrategier som differentierer mellem forskellige typer af gæster. Og dog, ofte har man særlige (og ofte resursekrævende) formidlingsstrategier for børn og unge, og nogle museer har måske endda skelet til Falk & Dierkings upræcise og svært implementerbare motivationer for museumsbesøg i deres formidlingsstrategier.

Men en af de mest oplagte differentieringer blandt besøgende er ofte fraværende i formidlingsstrategier: Differentieringen mellem turister og lokale. Som allerede antydnet er det stedligheden, det unikke og det monumentale, som er det mest centrale i både tiltrækningskraft og i en positiv oplevelse for internationale turister (og nationale turister som har rejst over større afstande). Har man ikke dette i sit oplevelsesudbud, har man ikke et produkt oplagt for internationale turister og lign.

Særrangementer og events har sjældent en større effekt på internationale turister, med mindre sådanne tiltag er meget omfattende. Modsat vil lokale, regionale og endagsturister, som rejser over mindre afstande, ofte foretrække en hvis dynamik i formidlingsudbudet – gerne gennem en serie af særrangementer, med fokus på fortællinger eller stemninger, hvor det næres plads i en større verden formidles, eller ved tilbuddet om en lettilgængelig eskapisme. I den forbindelse må det nævnes, at lokale er langt mere prisfølsomme besøgende end turister.

Prissætning må selvfølgelig også tænkes ind tidligt i udvikling af formidlingsstrategier. Som en 'mellempgruppe' findes forskellige typer endagsturister, sommerhusgæster og lign. – i visse områder er disse det dominerende besøgsgrundlag, hvorfor formidlingsstrategier må målrettes dem. Hvis vi dvæler et øjeblik ved de internationale turister, er de heller ikke én gruppe. Langt den største gruppe af besøgende, er tyskere og turister fra det øvrige Skandinavien. Dette synes ikke at afspejle sig i formidlingen på museerne. Tyske turister står for næsten 15 mio. kommercielle overnatninger i Danmark om året, og er en kæmpe gruppe af besøgende (og potentielle besøgende) på danske museer. At de færreste nye formidlingshuse i Danmark har formidlingstekster og markedsføring på tysk, eller formidlingsstrategier målrettet tyske besøgende er enten ignorant eller arrogant. Væksten i tyske turister repræsenteres i disse år primært af veluddannede seniorer. I visse områder udgør dette segment nu majoriteten af internationale turister.

Deres historieforståelse og motivation for museumsbesøg er præget af en stærk kunsthistorisk, monumental og fintfølelse tradition – og de er villige til at betale mange penge for at få denne motivation serviceret. For museer i et af de områder med stor tilgang af denne type besøgende, er formidling f.eks. udført af re-enactors, eller via digitale løsninger, ikke en fordel. Det vil en 'gammeldags' guidet tur med et vidende tysktalende menneske tværtimod være.

### Folkelighed og kommercialisme er ikke det samme

Det overordnede formål med formidlingsstrategier er selvfølgelig, at give mest mulig historisk viden til flest mulige mennesker. Tidens politiske diskurs peger dog mod, at museer i højere grad skal tjene penge selv, og måske endda være medvirkende til at tiltrække købestærke turister, til den destination de er del af.

Mange museer vil i den forbindelse lægge en formidlingsstrategi, som henvender sig til det brede segment af børnefamilier. Men som allerede antydnet, er dette ikke nødvendigvis de mest rentable gæster. Hvilken type gæster der er de mest rentable er selvfølgelig meget forskelligt fra museum til museum.

Alt overvejende forholder det sig imidlertid således, at børnefamilier, der ofte er meget prisfølsomme, er et segment hvorom der er megen konkurrence. De kræver en høj aktivitetsgrad, og de er sjældent storforbrugere i museumsbutik m.v. Skal man som museum have en kommerciel formidlingsstrategi, bør det således overvejes, om strategien snarere skal henvende sig til et smalt, men dedikeret og købestærkt publikum af f.eks. resursestærke seniorer.



- ▶ Ruiner af en vis størrelse har særligt meget 'kultur-arvsmagi': Forfaldet afspejler deres 'kamp' mod tiden, men bevaringen gør, at vi oplever at de har 'vundet'. Hammershus.

#### Faglig service

I min egen forskning har jeg udført kvalitativt feltarbejde på mere end 30 forskellige kulturarvsattraktioner i Danmark, Sverige, Norge, Tyskland, Frankrig og Benin. Hvis der én observation, som har været gennemgående alle steder er det, at dét at møde mennesker med eksklusiv viden, eller på anden måde få en eksklusiv indsigt, er en god oplevelse, og selve årsagen til at gå på museum. Med andre ord, er museernes absolutte kerneservice, at vise 'gamle ting' (som er eksotiske eller på anden måde eksklusive) og levere eksklusiv viden derom. Opleves denne service ikke tilstrækkeligt, bliver gæsten skuffet. I den seneste generations faglige diskurs om museumsoplevelser har der været stort fokus de negative sider af denne såkaldte 'autoritative kulturarvsmagi'.

Der har ligeledes været fokus på, hvordan museumsgæsten skal være 'medskabere' af oplevelsen, og at barrierer mellem lægmand og gæst skal nedbrydes. Jeg har endnu ikke kunne finde valid videnskabelig belæg for, at dette skulle være den brede majoritet af museumsgæsters (og potentielle museumsgæsters) reelle ønske. Tværtimod har jeg kunne observere, at det netop er denne faglige service som gæsterne mener de betaler for, når de går på museum. En god formidlingsstrategi tænker museets faglighed som en serviceydelse, og bruger dette aktivt i at nå museets formidlingsmål.

#### Kulturarvens magi og historiekultur – opleverens udgangspunkt

Alene dét at en ting er gammel, gør den til 'noget særligt' for de fleste mennesker – dette være sig alt fra arvestykker til monumenter. I vores historiekultur er vi præget til, at opfatte fortidsgenstandes 'overvindelse' af tid som noget ekstraordinært. Ved fortidsgenstandes patina, stil og øvrige æstetik oplever vi ubevidst denne utopiske overvindelse af tid, ligesom vi er præget til at genkende objekters symbolik udi historiske narrativer og identitet. Dette er, hvad jeg metaforisk kalder kulturarvens magi. Kulturarvens magi kan udspille sig meget forskelligt alt efter hvilket kulturarvsobjekt vi har at gøre med – hvorfor nogle objekter kræver høj grad af iscenesættelse og mediering mens andre ingen. Kulturarvens magi er ikke desto mindre det allermest essentielle i museumsoplevelser, hvorfor enhver god formidlingsstrategi må arbejde for at fremme oplevelsen af kulturarvens magi. En god formidlingsstrategi starter derfor ikke med et ønske om at lave f.eks. digital, nyskabende eller levendegjort formidling, men med at udrede hvori magien ligger i den givne 'gamle ting', som skal formidles samt hvordan man bedst muligt iscenesætter denne magi. Man kan måske også nå til den konklusion, at det givne objekt kun har en lille grad af magi, og derfor ringe potentiale for god formidling og oplevelse. Og således er ringen sluttet til de strategiske overvejelser beskrevet i starten af denne artikel.



- ▼ Nogle af rummene fungerer både som udstillingsmiljø for museumsgæsten og historisk værksted for skoleeleverne.  
Foto / Sydvestjyske Museer

## Se muligheden

– grib chancen og sats på samarbejdet

**Af Dorte Vind, Leder af MYRTHUE – Natur, Kultur & Læring, Esbjerg Kommune, [dvk@esbjergkommune.dk](mailto:dvk@esbjergkommune.dk) og Anne-Sofie Lundtofte, Leder af Formidlingsenheden, Sydvestjyske Museer, [alun@sydvestjyskemuseer.dk](mailto:alun@sydvestjyskemuseer.dk)**

#### Abstract

To vidt forskellige formidlingsorganisationer har gennem flere år valgt at åbne sig mere og mere mod hinanden. Der er bump og benspænd, men formidlingstilbuddenes kvalitet er højnet og fortællingerne når ud til langt flere.

Da Esbjerg Museum genåbnede 19. januar 2018, var det resultatet af to meget forskellige organisationers, med tiden, mere og mere radikale valg i samarbejdets tjeneste.

MYRTHUE – Natur, Kultur & Læring er en kommunal organisation, som bl.a. tilbyder natur- og kulturformidling til sko-

ler og dagtilbud i Esbjerg Kommune. MYRTHUEs naturvejledere og formidlere arbejder i teams fordelt på forskellige formidlingssteder. Sydvestjyske Museer er det statsanerkendte kulturhistoriske museum i Esbjerg Kommune.

Museet har flere forskellige udstillingssteder i hele kommunen, hvor Esbjerg Museum er det ene. Medarbejderne er overordnet organiseret i Historie, Arkæologi og Formidling. Dertil kommer arkivet Historisk Samling fra Besættelsestiden.

#### To spydspidser og en trampolin

I 2010 åbnede Skoletjenesten på Quedens Gaard i Ribe som et samarbejde mellem MYRTHUE og Sydvestjyske Museer. Vi havde fungeret som hinandens sparringspartnere og faglige konsulenter længe, men med Skoletjenesten på Quedens Gaard gik vi skridtet videre.

Den digitale Familien Hansen tager over som formidlingsmotor, når "BESAT Esbjerg 1943" ikke fungerer som historisk værksted.

Foto / Sydvestjyske Museer

Museet ejede en karre fra 1800-tallet og renæssancen i hjertet af Ribe, men de autentiske bygningers kæmpe formidlingspotentiale blev ikke udnyttet. MYRTHUE havde sit udspring i gamle Esbjerg Kommune og var efter kommunesammenlægningen med Ribe Kommune ved at udbrede sine tilbud.

Begge organisationer så mulighederne i bygningerne og valgte hver at lægge en halv stilling i en skoletjeneste, der med tiden er blevet en bragende succes.

I de lavloftede lokaler på Quedens Gaard mødtes to meget forskellige organisationer i skikkelse af to formidlere, der havde til opgave at konkretisere samarbejdet. Aftalen mellem organisationerne gav ingen præcise anvisninger på, hvad det hele skulle ende med - budskabet var blot, at vi havde tillid til hinanden. De to medarbejdere blev spydspidser ind i hinandens organisationer, og formidlingstilbudene voksede organisk frem i deres hænder med udgangspunkt i troen på, at begge organisationer ville hjælpe. Det var ikke lige nemt hele tiden, for museet har et lovgrundlag som afsæt, mens MYRTHUE er friere med en vis grad af "vi gør det bare" - tilgang.

Begges stadige tro på projektet betød imidlertid, at flere og flere medarbejdere hos både MYRTHUE og Sydvestjyske Museer blev involveret og fik viden om den anden organisations måde at gribe tingene an på.

Skoletjenesten på Quedens Gaard blev den trampolin, som gjorde, at vi turde hoppe endnu højere, da muligheden bød sig.

#### Nye muligheder kræver ofre

Muligheden var der allerede, for Esbjerg rummede både et arkiv, en forsker og en veldokumenteret samling med afsæt i besættelsestiden. Arkivet var en selvejende institution, som havde forskeren ansat, og samlingen var MYRTHUEs, hvor den blev formidlet til skoleklasser fra Esbjerg Kommune ud fra et godt koncept, som dog havde uudnyttede potentialer. Da arkivet fusionerede med Sydvestjyske Museer var vejen banet for den næsten totale integration af vores arbejde med formidling af besættelsestiden. Men det krævede nogle radikale valg:

1. MYRTHUE måtte nedlægge et egentlig velfungerende læringstilbud, opgive sit selvstyre, allokere medarbejdere til et projekt styret af en projektleder fra Sydvestjyske Museer og overgive hele sin besættelsessamling.
2. Sydvestjyske Museer skulle integrere den nye basisudstilling "BESAT Esbjerg 1943" med det historiske værkstedskoncept fra grunden.
3. Medarbejderne i begge organisationer måtte bidrage med netværk og know-how til formidlingstilbud, som passede bedst til den anden parts målgrupper.
4. Og endelig må begge organisationer leve med at deres kernebrugere ikke altid har adgang til "BESAT Esbjerg 1943". MYRTHUE kan bruge udstillingen som historisk værksted tre af ugens dage, hvor den almindelige museumsgæst derfor ikke har adgang.

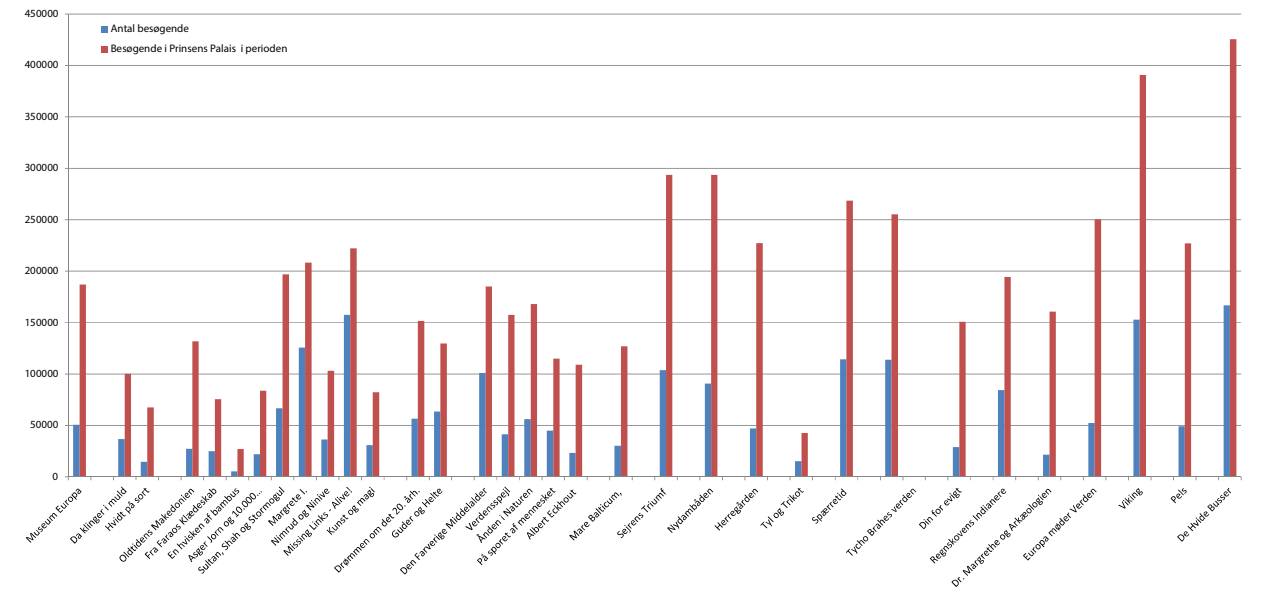
#### Til gavn for museumsgæst og skoleeleven

Vi begyndte arbejdet med besættelsen med bevidstheden om, at vi er fælles om glæden ved at fortælle kulturhistorie og viljen til at få fortællingen ud til så mange som muligt. Og alle er blevet beriget, for samarbejdet har øget kvaliteten i alle formidlingstilbuddene. Den forskningsbaseret viden, som indgik i HolocaustUndervisningsCentret og "BESAT Esbjerg 1943", er også flydt ind i MYRTHUEs medarbejdere, der har fået et endnu stærkere historiefagligt fundament for deres formidling, ligesom de fremover vil have let adgang til den nyeste forskning inden for området.

MYRTHUEs didaktiske faglighed er siden oprettelsen af Skoletjenesten på Quedens Gaard flydt ind i Sydvestjyske Museer, så der er fokus på at aktivere sanserne i alle museets særudstillinger. Med integrationen af udstilling og historisk værksted er MYRTHUEs pædagogiske kompetencer blevet integreret i en hel basisudstilling.

Der har været bespænd, men vi har set muligheder, grebet chancen og satset på samarbejdet. Vi har sammen vist, hvor langt man kan nå, hvis to højt specialiserede organisationer åbner sig mod hinanden, fokuserer deres ressourcer mod et fælles mål og lader kompetencer og viden flyde frit.





## Fra enestående særudstillinger til langtidsholdbare satsninger

Af Camilla Mordhorst Vicedirektør Nationalmuseet, [camilla.mordhorst@natmus.dk](mailto:camilla.mordhorst@natmus.dk) og Anni Mogensen Formidlingschef Nationalmuseet, [anni.mogensen@natmus.dk](mailto:anni.mogensen@natmus.dk)

Går vejen til et succesrigt museum gennem flere særudstillinger? En undersøgelse i The Art Newspaper fra maj 2017 kunne pege i den retning. Undersøgelsen viser, at der tilsyneladende er sammenhæng mellem antallet af særudstillinger og et museums evne til succes.

I mange år var store særudstillinger Nationalmuseets primære formidlingsstrategi. Selv om vi med tiden måtte nedsætte frekvensen af de store særudstillinger i Egmonthallen til én om året, har de årlige særudstillinger i mange år været museets stolthed. Noget vi så frem til, afsatte hovedparten af vores markedsføringsbudget til at promovere og målrettede vores ansøgninger til. Problemet med denne prioritering var imidlertid, at vi dermed kun fik fornyet 1000 kvm. om året, mens det har været svært at nå frem til de øvrige 10.000 kvm udstillinger i palæet. Flere af udstillingerne har derfor stået i snart 30 år, så spørgsmålet var, i en tid, hvor vi stadigt skal blive

bedre til at prioritere ressourcerne, om vi skulle forsætte den ret entydige fokusering på de årlige særudstillinger, eller om der var andre veje at gå?

I første omgang satte vi os for at blive klogere på særudstillingernes effekt som trækplaster for museets formidling, og vi begyndte at se nærmere på de eksisterende nøgletal og mere systematisk spørge ind til publikums vurdering af vores særudstillinger og deres betydning som trækplastre.

### Særudstillinger som trækplastre?

Stor var vores forundring, da vi begyndte at studere tallene nærmere. De var omhyggeligt blevet samlet ind fra Egmonthallens etablering i 1992. Det viser sig nemlig, at det i gennemsnit kun er 1/3 af vores gæster, der ser den aktuelle særudstilling, når de besøger museet. De øvrige bruger tiden på udstillingerne i resten af huset. Samtidig viser de indsamlede tal, at selv store succesrige særudstillinger kun i mindre grad har en effekt på museets samlede besøgstal det pågældende år. Med mindre vi laver en udstilling om vikingerne.

For så kommer der så mange, som Egmonthallen har kapacitet til. Det viser tallene fra de to gange, vi har vist en særudstilling om emnet.

Hvad der gælder for kunstmuseer, ser således ikke ud til i samme grad at gælde for et kulturhistorisk museum som Nationalmuseet. Den nationale brugerundersøgelse fra 2014, som blev opsamlet i Kulturstyrelsens udgivelse Borgere og bæredygtige løsninger (2015) viser, at kun 14 % af danskere og turister besøger et kulturhistorisk museum på grund af den aktuelle særudstilling. Hele 74 % kommer for at se hele museet. For kunstmuseerne er det op imod 50 %, der kommer på grund af den aktuelle særudstilling. Et andet forhold, der må tages i betragtning, er, at en stor del af gæsterne i palæet er udenlandske turister. I 2017 var mere end 2/3 af vores gæster over 14 år turister. Man må formode, at de er langt mere motiverede for at se hele museet og at blive introducerede til de store linjer og kulturskatte end den danske befolkning, der gerne skulle have besøgt museet flere gange i løbet af deres liv og derfor i højere grad måske vil søge den aktuelle særudstilling frem for de faste udstillinger.

Dette billede suppleres af en kortlægning af museumsbefolkningen foretaget for Nationalmuseet af analysebureauet Advice i 2012. Undersøgelsen viser, at det især er besøgende, som ofte går på museum, der kommer for at se en særudstilling (her er det op til 54 % for de modne kulturbrugere) men de som sjældent går på museum eller kommer første gang (47 % af det samlede besøgstal), kommer for at se hele museet.

Analyserne og tallene gav anledning til, at vi begyndte at genoverveje museets hidtidige formidlingsstrategi, der entydigt satsede på store nye særudstillinger og dermed satsede mest på vores trofaste publikum, der i særlig grad ifølge vores egne undersøgelser efterspørger særudstillinger.

### Omlægningen – en multiplatformsstrategi

Vi besluttede derfor at foretage et ganske radikalt indgreb, nemlig at lukke for særudstillingerne i Egmonthallen i nogle år for at sætte fokus på alt det andet, museets også gør og formidler, mens vi langsomt og sikkert bygger museets udstillinger op.



Vi ville lave en udviklingsplan for de mere end 10.000 udstillingskvadratmeter, som der i mange år ikke havde været nogen plan for. Og i øvrigt for alvor begynde at se på alle de øvrige muligheder, vi har på en lang række formidlingsplatforme. Vi ville med andre ord forsøge at frisætte noget af al den gode energi og de mange ressourcer, vi bruger på særudstillinger til andre formater, som kan være med til at understøtte en udvikling frem imod en mere helstøbt museumsoplevelse, der ikke lukker fornyelsen inde i ét bestemt rum, men er til stede på hele museet og som rækker ud over besøget på museet. Som foregår på mange forskellige platforme, og som kommer helt ud i stuerne, også til alle dem, som aldrig kunne drømme om at sætte deres ben på et museum.

Fornyelsesprocessen tænker vi som tre supplerende strategier: 1) Et opgør med indefra og ud-tænkningen på alle fronter, som vil være for vidtfavnende at komme ind på her i alle dens aspekter, men i første omgang handler om en opbygning af viden om vores nuværende og potentielle brugere. Hvorfor kommer de? Hvad oplever de? Hvad holder dem fra for at komme? Hvad skal der til for, at de kommer? 2) Igangsættelsen af en proces for udviklingen af en masterplan for fornyelsen af alle udstillingerne i Nationalmuseet, København, som efterhånden har udviklet sig til en større fornyelsesproces, der både indbefatter den ind-

holdsmæssige udvikling og en fornyelsesplan for de bygningsmæssige rammer. 3) Igangsættelsen af en ny måde at formidle på, hvor vi ikke blot tænker i særudstillinger, men tænker vores tiltag som større satsninger, hvor vi ser Nationalmuseet som et stort mediehus, der benytter sig af flere forskellige egne platforme men også i høj grad tapper ind på eksisterende store eksterne formidlingsplatforme, og som inddrager andre samarbejdspartnere, så satsningen kommer langt bredere ud, end hvad vi selv ville være i stand til at mobilisere.

Vores tre strategiske indsatsområder har nu været i gang i små to år, og vi har allerede haft masser af bump og erkendelser. Vi har udført en stor ikke-bruger-undersøgelse, analyseret vores nye udstillinger, spurgt ind til brugernes forventninger og oplevelser og arbejdet med at implementere nye måder at tilrettelægge vores processer på, så de medtager brugerne allerede i idéfasen og undervejs, i takt med at vi udvikler nye formidlingstiltag. Det har været en sand dominoeffekt, hvor nye behov konstant er dukket frem og fornyelsen af museet har vist sig at blive en langt mere omfattende og langsommelig proces, end vi havde forestillet os. Undervejs er der også kommet en ny direktør til, som fra begyndelsen har bakket op om fornyelsesprocessen og for alvor har sat fart på processen.

- "Sammen med skrivefællesskabet Movellas lancerede vi en national skrivekonkurrence for unge mellem 15 og 25 år, der blev opfordret til at følge med i den store dramasatsning og blive inspireret af historien til at skrive deres egen fortolkning af danmarkshistorien. Her på Kronborg"

Det seneste halvandet år har vi strategisk arbejdet med, hvad vi kalder for langtidsholdbare satsninger inden for formidlingsområdet, konkret eksemplificeret her ved vores samarbejde med Kulturstyrelsen, DR og en lang række af landets øvrige museer om projektet Historier om Danmark.

#### Historien om Danmark

Efter 35 år kastede DR sig over det igen og skabte en sammenhængende fortælling om Danmarkshistorien fortalt i 10 afsnit på DR1. Chancen for at DR med tv-serien kunne nå en stor del af det publikum, som ikke kommer på museerne, var ikke til at overse. I efteråret 2015 sendte Nationalmuseet, Slots- og Kulturstyrelsen og DR derfor en samlet ansøgning til Nordea-fonden med visioner for et nyt initiativ "Historier om Danmark". Samarbejdsprojektets hensigt var at fremme en øget historieinteresse ved at intensivere og styrke alle danskeres historiske interesse og viden igennem hele 2017. Partnerskabet modtog i foråret 2016 tilsagn på en bevilling fra Nordea-fonden på 14,8 mio. kr. til en national kampagne, der skulle sikre, at alle danske borgere over seks år kunne opleve, se, høre og mærke historie på nye måder i 2017.

#### Forskellige platforme til forskellige mennesker

Det blev som bekendt et år med talrige aktiviteter, udstillinger og nye måder af formidle Danmarkshistorie på for en lang række museer over hele landet. Første sæson af TV-serien Historien om Danmark samlede flere generationer ved tv-skærmen søndag aften med et gennemsnitligt seertal på 1.059.000 per afsnit (dertil kommer 200.000 ekstra seere via streaming per afsnit). Flere museer meldte om stigninger i besøgstallene, og 59 procent af de danske museer har tilkendegivet, at de på forskellig vis oplevede en effekt af projektet. Blandt de arkæologiske museer oplevede hele 80 procent en effekt.

På Nationalmuseet brugte vi anledningen til at eksperimentere med nye formidlingsinitiativer og brugerinddragende aktiviteter på tværs af Nationalmuseet og med mange forskellige samarbejdspartnere. Vores mål var at forsøge at nå andre end dem, som normalt besøger museet og vise, at historien vil folk noget. Vi forsøgte at

spredte vores aktivitet på forskellige platforme og indgik blandt andet en række samarbejder med allerede eksisterende fællesskaber for at lære af dem og blive klogere på hvad de kan bruge fra os. Sammen med skrivefællesskabet Movellas lancerede vi en national skrivekonkurrence for unge mellem 15 og 25 år, der blev opfordret til at følge med i den store dramasatsning og blive inspireret af historien til at skrive deres egen fortolkning af danmarkshistorien. 30 af forfatterspirene gik videre i konkurrencen og fik en invitation til at opleve en "Nat i historien", på enten Trelleborg, Kronborg eller i Frøslevlejren. Vi fik også et godt samarbejde med rapperen Pede B., der høstede viden fra museets forskere og rappede forud for hvert af tv-seriens afsnit på museets digitale platforme. Resultatet blev en anderledes, skæv og ukendt vinkel på historien og Pede B.'s videoer nåede 387.200 tusinde, hvoraf mange var nye målgrupper for os.

Vi eksperimenterede en del med realtidsformidling. I samme periode som TV-serien kørte i fjernsynet, kunne man stille direkte spørgsmål til museets medarbejdere, og samtidig med, at serien blev vist, sad museets eksperter klar på Twitter og Facebook og bidrog med både ekstra informationer og svar på seernes mange spørgsmål. Der er stadig ikke mange på Twitter, men til gengæld mange interessenter, og vi fik stor opmærksomhed og en masse erfaringer. På Nationalmuseets hjemmeside så vi en stigning på 31 procent på vores videnssider fra seriens start til slut, fordi vi især i første sæson af serien have meget ekstramateriale at henvise til blandt andet et stort billedmateriale, som vi har arbejdet målrettet på at digitalisere de seneste år.

#### Du er en del af historien

Det samlende formidlingsmæssige greb på museets besøgssteder var iværksat ud fra devisen "Du er en del af historien". Et greb, der gik igen i mange af projekterne i Historier om Danmarks kampagne. De helt store satsninger fra Nationalmuseet var i den forbindelse de to landsdækkende indsamlingskampagner "Del din dag" og "Din ting – vores historie", der havde som fælles målsætning at aktivere folks egne historier for at vise, at det også er de almindelige hverdagshistorier, der skaber den



store Danmarkshistorie. Med "Del din dag" opfordrede vi hele befolkningen til at skrive dagbog den 6. september for at give kommende generationer indblik i, hvordan man tænkte, følte og oplevede en tilfældig og ganske almindelig dag i år 2017. Mere end 8.267 valgte at sende deres dagbog ind til museet, hvor den bliver opbevaret som kilde til forskning og formidling.

Med indsamlings- og efterlysningskampagnen "Din ting – vores historie" var det ideen at invitere til debat og refleksion over de sidste 17 års Danmarkshistorie. Vi opfordrede alle til at være med og tog også ud i landet og diskuterede med både hjemmевærnet i Sønderjylland og sosu-assistenten i Næstved. Det overordnede formål var at skabe nære og brugerinddragende initiativer, der også blev målt på, hvor bredt forankrede de var. Succeskriteriet var ikke kun at få en masse bidrag, men også at inspirere til deltagelse, indflydelse og dialog, og få folk til at diskutere vores egen tid og plads i historien. Indsamlingen endte i en udstilling, der stadig står på museet, men til forskel fra mange af vores andre udstillinger, så var det kun en lille del af målet. Det primære lå i processen.

Vi lærte med Historier om Danmark satsningen, at når vi koncentrerer kræfterne under et tema, får vi nye muligheder for at tænke i samlede buketter af tiltag, der understøtter hinanden og skaber større synlighed. Når vi, som i dette tilfælde, indgår som del af en national satsning, hvor mange museer indgår og DR er med, så kan vi sætte en dagsorden, der virkelig når bredt ud. På Nationalmuseet fik vi også en masse erfaring med, hvad det kræver

at nå nye målgrupper og hvor meget tid, vi skal bruge på at overskride vores egne rammer, hvis vi vil prøve at gøre noget nyt for at være mere relevante for flere. Og det var det hele værd. Mange af erfaringerne og relationerne bygger vi videre på nu og de er nu en del af den måde, vi tænker kampagne, dialog og inddragelse på.

#### Nyt i gamle rammer

De positive erfaringer med at pulje ressourcerne om større satsninger, har vi videreført i år. Til påske lancerer vi en børnesatsning. Vores mål er, at børn vil opleve et museum, der bryder med deres forestilling om et traditionelt museum. Pludselig må man røre ved genstande. Statuer bliver levende. Museumsværter giver adgang til hemmelige rum. I stedet for at afvente en gennemgribende fornelse af de gamle rammer, vil vi forsøge at lægge et lag henover, der vækker de gamle udstillinger til live og bruger dem som et baggrundstæppe. Vi vender os med andre ord ikke væk fra det, vi har, men aktiverer det på en ny måde. Vi ved ikke om det lykkes, men vi håber, at der kommer mange (og især børn) og vurderer og giver os respons, så vi hele tiden bliver klogere og bedre.

Vi har begivet os ud på en rejse. Vi kommer ikke til at opgive udstillingerne, ej heller særudstillingsformatet, men vi forsøger at gentænke dem i større sammenhænge og udfordre vores vaner, så vi kan være mere relevante for flere. Vi vil forsætte vores tiltag, der indtænker brugerne som medskabere, aktiverer vores værdier på nye måder og gør museet interessant på en lang række platforme – og ikke kun gennem de helt enestående særudstillinger.

► "I forbindelse med projektet blev der udarbejdet et stort undervisningsprogram, der blev præsenteret i Nationalmuseets festsal"

▼ "8.267 sendte deres dagbog ind til museet i forbindelse med indsamlingsprojektet "Del din dag" 6. september"  
"Et dommerpanel bestående af bl.a. Frank Hvam og Anne Glad valgte 15 genstande ud, der kom med på Nationalmuseets udstilling Din ting- Vores historie"







# Aktualisering af viden

– fra tilskuer til deltager

Af Connie Svabo, [csvabo@ruc.dk](mailto:csvabo@ruc.dk) – Anita Mašková, [brondt@ruc.dk](mailto:brondt@ruc.dk) – Terne Vishart, [terne@ruc.dk](mailto:terne@ruc.dk) og Maria Beydin, [mbeydin@ruc.dk](mailto:mbeydin@ruc.dk)

Museerne arbejder i dag med strategier og praksisser for inddragelse af publikum og offentlighed i deres arbejde. Kravet om at museerne skal gøre viden tilgængelig og vedkommende, lægger op til, at museerne forstår vidensskabelse og -formidling på en ny måde: Det klassiske vidensbegreb kan med fordel suppleres af et pragmatisk og deltagerorienteret vidensbegreb.

At aktualisere viden er en overordnet politisk intention for museerne. Relevans for publikum, brugere og offentlighed er i dag det helt fundamentale grundlag for museumspraksis. Men hvordan *skabes* relevans og tilgængelighed? Et bud på dette kan formuleres med udgangspunkt i et deltagerorienteret vidensbegreb, hvor handling og samhandling bliver selve kernen af vidensskabelse: det man kalder en pragmatisk tilgang til læring og viden.

## Den klassiske: Museet skaber viden om noget

En klassisk forståelse af viden er, at viden er en "velbegrundet sand overbevisning". Det vil for eksempel sige, at en person kan oparbejde viden om en genstand – fx at

arkæologen kan oparbejde viden om en stenøkse. Dette er typisk viden om noget. Tanken er, at viden eksisterer som objektiv kendsgerning, som en repræsentation af en virkelighed, der ikke påvirkes af den person, som skal erkende den.

Denne vidensforståelse er tæt på vores hverdagslige forståelse af viden. Museet besidder viden. Formidleren besidder viden. Viden findes på plakaten, i folderen, computeren osv. Viden tænkes her som substans; som noget, der kan besiddes, opbevares, lagres og overføres.

Imidlertid hjælper dette vidensbegreb os ikke meget i relation til den overordnede politiske intention for museerne: at aktualisere viden, at gøre viden tilgængelig, vedkommende osv. Selve ordet aktualisere indebærer en medtænkning af nu-et i vidensproduktionen. Her skal stenøkse ikke blot forstås i en kronologisk tidsramme – for eksempel gennem en datering til en specifik epoke – den skal også gøres aktuel i en nutid: kendskab til fortiden skal relateres til nutidens spørgsmål. At skabe viden indebærer at skabe oplevet relevans og social værdi af fortiden i nuet.

- Deltagelsesdesign er ikke kun et greb til at producere gode oplevelse for den besøgende, men også en måde, hvorpå institutionen i samspil med gæsten kan skabe ny viden og erkendelse.

Foto / Maria Beydin

## Den pragmatiske: viden skabes i samhandling

En tilgang til læring og viden der kan udfolde dette, er pragmatismen. Pragma kommer af græsk og betyder handling. En pragmatisk vidensforståelse er en forståelse, hvor viden knyttes sammen med handling, med at noget gøres. En væsentlig intellektuel repræsentant for pragmatismen er John Dewey.

I sin tid formulerede Dewey en flerstrengt kritik af den klassiske tilgang til viden. Blandt andet stillede han spørgsmål ved forestillingen om en allerede eksisterende sandhed, som det erkendende menneske blot skal 'tilegne' sig. Dewey kaldte denne forståelse for en 'tilskuerens tilgang til viden'. Her er det enkelte menneske tilskuer til en foreliggende sandhed og skal blot tilegne sig en eksisterende sandhed om fx stenøkse uden at dette nødvendigvis bibringer nogen forståelse af nutiden.

## Fra tilskuer til deltager

Med pragmatismen udviklede Dewey et alternativ til den klassiske tilskuer-tilgang til viden. Det pragmatiske alternativ kan kaldes en deltager-tilgang til viden: Viden skabes i Deweys pragmatiske epistemologi i handling og udtrykkes i en fysisk interaktion mellem individ og omgivelser. Det indebærer, at mennesket er med til at skabe eller påvirke det objekt, der vides noget om. For Dewey eksisterer og skabes viden i relationer, hvor viden er forhandlet, indlejret i specifikke praksisser, i specifikke sammenhænge og situationer. Viden opstår i handlings- og refleksionsprocesser med udgangspunkt i undren, tvivl og flertydighed – i en afprøvning af ideer, i eksperimenter og gøren.

En pragmatisk epistemologi kan være ét greb ind i at medtænke publikum og offentlighed i museernes vidensskabelse. Deltagelsesdesign kan ses som en strategisk mulighed for at bruge gæstens bidrag til museets vidensproduktion. Med denne præmis – at viden skal handles frem sammen med deltageren – bliver det helt afgørende at kunne arbejde kvalificeret med design af deltagelse, med gæstens involvering, engagement og interesse.

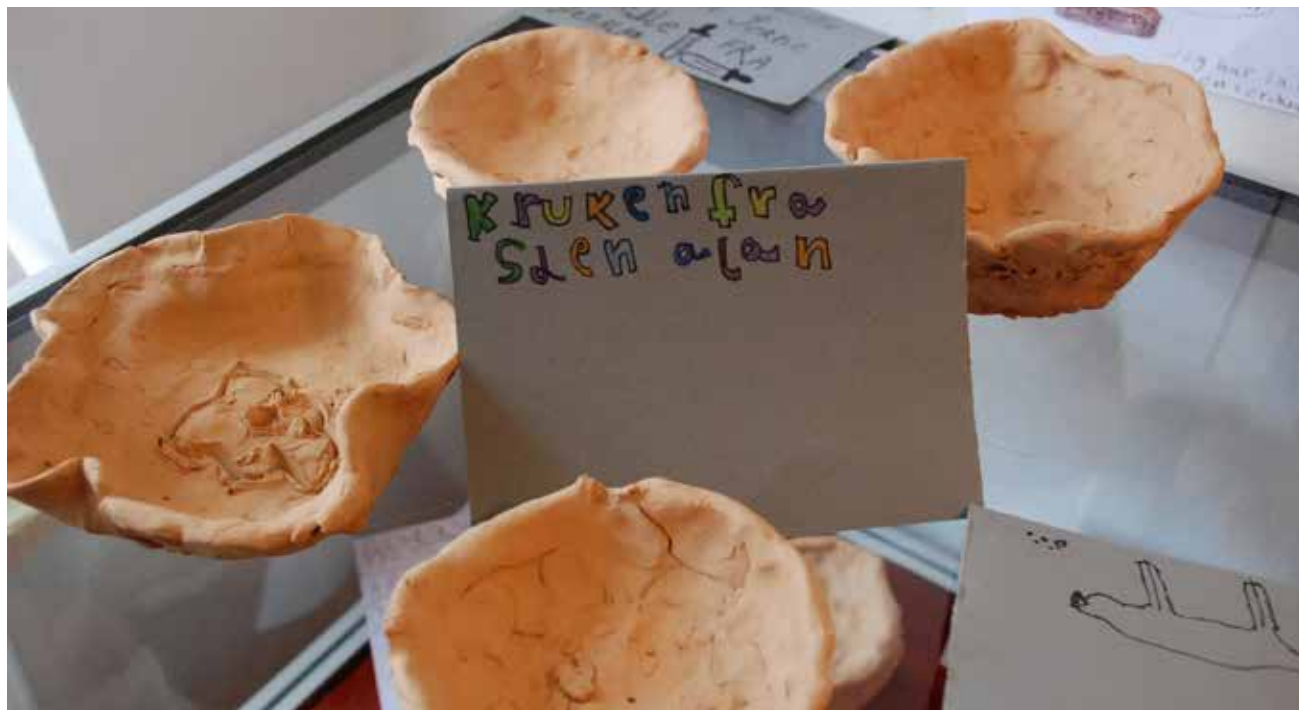
Publikums undren vil i dette perspektiv komme i fokus. En deltager-tilgang til viden formuleret ud fra en pragmatisk epistemologi lægger op til, at museet hjælper med at stille spørgsmål, udfolde dilemmaer, dele, åbne og igangsætte tankeprocesser. Her er fokus mere på at undres og skabe viden sammen, end på at overlevere viden om noget. Sat på spidsen kan det slogan-formuleres som: fra envejskommunikation til ko-kreation.

## Hvordan gøres det?

### Et godt deltagelsesdesign

- Forudsætter refleksioner om, hvorfor og hvordan gæsten skal deltage. Det skal være tydeligt, hvad man kan byde ind med som deltager. I samme ombæring kan det medtænkes, hvordan og i hvilket omfang produktet af deltagelsen strategisk kan bruges som afsæt på tværs af museets kerneområder.
- Viser gæsten, at museet er interesseret i hans/hendes deltagelse. Dét publikum byder ind med, skal optages som vedkommende, relevant og meningsfuldt.
- Formgiver rammer, der lægger op til dén type deltagelse, man ønsker af museumsgæsten ud fra forestillingen om, at deltagelsen påvirkes af det pågældende medie, hvorigennem deltagelsen finder sted.
- Inkluderer – i udstillingssammenhænge – genstande, der har et særligt potentiale til at igangsætte samtaler.
- Tænker uforudsigeligheden, der er et vilkår, når man arbejder med deltagelse, med ind i deltagelsesdesignet. Uforudsigeligheden ved deltagelsesdesignet kræver, at institutionen løbende reflekterer, lærer og justerer.
- Skaber situationer for tvivl, undren og flertydighed ud fra idéen om, at disse tilstande er befordrende for læring og vidensskabelse.

RUCMUS er et samarbejde og tværfagligt partnerskab mellem Roskilde Universitet, Vikingeskibsmuseet, ROMU, Museum Sydøstdanmark, Greve Museum og Museum Vestsjælland. Omdrejningspunktet for partnerskabet er vidensdeling, -skabelse og erfaringsudveksling indenfor områderne forskning, formidling og undervisning på, i og om museer. RUCMUS afholder blandt andet seminarer og senest deltog 47 fagfolk d. 19. januar 2018 til forsknings- og formidlingsseminaret "Deltagelsesdesign: Museets rolle i samfundet - Hvordan kan vi arbejde med deltagelsesdesign i forskning og formidling?" på Holbæk Museum. Her blev forskellige tilgange og greb til arbejdet med deltagelsesdesign i forskning og formidling præsenteret og de tilmeldte deltog i workshops med fokus på erfaringsudveksling, idégenerering og refleksion over museets praksis på baggrund af seminarets tema.



▲ Det dialogiske og relationelle museum manifesteres, når museet ikke gør noget 'for' offentligheden, for brugerne, men sammen med dem. Her har eleverne fortolket stenalder-krukker på Sorø museum.  
Foto / Sorø Museum

**Eksempler på museernes arbejde med deltagelsesdesign**  
Museerne har i flere år og på et utal af måder arbejdet med brugerinddragende deltagelsesdesign. Som følgende eksempler fra forskellige danske museer viser, foreligger der ikke én måde at organisere deltagelse på, ikke én måde deltageren kan deltage på, men deltagelse kan planlægges i et utal af former og deltageren kan deltage i varierende grad.

#### **Levendegørelse på Mosede Fort - Danmark 1914-18 Udvikling af formidling i levende dialog med publikum**

På Mosede Fort har man arbejdet konceptuelt med deltagelse som formidlingsstrategi til at levendegøre historien om Danmark under 1. Verdenskrig.

Hvad der startede som et stramt styret reenactment-projekt, blev undervejs i processen, og i samspil med deltagerne, løbende revideret og udviklet til et koncept med publikumsinvolvering i centrum.

I stedet for at fremsige replikker for et publikum blev det de frivilliges opgave at invitere de besøgende til handling og dialog. Besøgende har deltaget i bajonetfægtning, håndgranatkast og fodbold, mens de frivilliges kostumer har foranlediget spørgsmål og dialog mellem institutionen, gæsten, de frivillige og gæsterne imellem.

Ved at knytte de frivillige til specifikke aktiviteter, genstande og beklædninger blev den formidlede viden et relationelt anliggende. Gæsten fik ikke kun mulighed for at se og afprøve genstande og aktiviteter i periodens brugskontekst, men også mulighed for at forhandle den formidlede viden, rette ethvert spørgsmål, enhver undren eller kommentar mod en repræsentant fra museet.

#### **Sorø Museum**

##### **Historisk bevidsthed gennem et helt barneliv**

Med sigte på at udvikle elevernes historiske bevidsthed indgik man på Sorø Museum for otte år siden et langsigtet partnerskab med en lokal folkeskole, Pedersborg Skole. Som resultat har eleverne i den nuværende 8. klasse været tilknyttet museet hele deres skolegang, og hvert år har samarbejdet udmøntet sig i forskellige produktioner som omvisninger, events, særudstillinger, film og kunstværker. Performativt og på mikroniveau får eleverne fornemmelse for historiens og tidens gang, når de på årlig basis dialogisk sammenstiller tidligere projekter med nuværende.

Den enkelte elevs længerevarende deltagelse konkretiserer relationen mellem fortid, nutid og fremtid og har potentiale til at bibringe den enkelte elev personlige og

komplekse indsigter i, hvad det vil sige at være et historisk væsen. Jeg kan ikke få øje på deltagelsesaspektet her? Men det understøttes af foto og fototekst at eleverne også udstiller? - det kan måske skrives ind i teksten?

#### **Vikingeskibsmuseet**

##### **Processuel og kropslig indsigt**

I Maj 2015 søsatte Vikingeskibsmuseet open source-projektet, Gislingeåden - et byggeri af en syv meter lang båd fra 1100-tallet. Projektet blev set som en mulighed for at afprøve fysiske og digitale grænser, hvad angår publikumsinvolvering i de forskellige processer, bådebygning indebærer. Hele processen blev løbende og digitalt formidlet og forhandlet på museets blog og de sociale medier. Planer og arbejdstegninger blev lagt til fri download på museets hjemmeside, mens brugerne blev opfordret til selv at bygge deres egen Gislingeåden.

Deltagelsesorienteringen udmøntede sig i et dobbelt formidlingsgreb, hvor klassiske kognitive indsigter blev gensidigt understøttet af kropslige erfaringer. Ud over at modtage informationer om, hvordan man arbejder med de samme værktøjer, som bådebyggerne bruger, blev gæsten også involveret kropsligt i arbejdet ved blandt andet at kløve planker, smede søm og slå reb. Mens den praktiske involvering af gæstens deltagelse, materialiserer den abstrakte tilknytning til kulturarven, bidrager deltagelsen som formidlingsgreb til unikke sensoriske og konkrete erfaringer med specifikke materialer, redskaber og teknikker.

#### **Frederikssund Museum**

##### **Borgerinddragelse på tværs af kerneområder**

Bag Frederikssund Museum lå der indtil for få år siden en anonym græsplæne. Dét ville en række borgere fra Frederikssund Kommune lave om på, så de lavede en plan for en staudehave og realiserede projektet. Initiativet fra borgerne på den ene og museets åbenhed for selvsamme på den anden, integrerer museet meningsfuldt i lokalmiljøets aktiviteter.

Havegruppen forblev tilknyttet Frederikssund Museum som frivillige i formidlingsgruppen med opgaver, der tilgodeser den enkeltes sociale- og/eller faglige interesser. Gennem et tæt samarbejde, åbenhed over for frivilliges egne initiativer, samt arbejdet med den enkeltes motivation, har museet etableret en kultur for frivilligsamarbejder på tværs af dets kerneopgave. De hjælper blandt andet med at rense og klargøre fund, ligesom de tildeles rollen som ambassadører med ansvar for at finde frem til folk i lokalmiljøet med relevant viden for et kommende forskningsprojekt.



# Formidling på Trapholt

Af Karen Bech Jessen, Formidlingsudvikler Trapholt, kbj@trapholt.dk

## Hvad er formidling?

Når vi taler formidling på Trapholt, skelner vi mellem udstillinger og publikumsudvikling. Ved udstillinger handler det om formidling til gæster, som frivilligt kommer i deres fritid. Ved publikumsudvikling handler det om formidling til nye brugergrupper, som ikke nødvendigvis ville have opsøgt museet af sig selv – herunder skoleelever.

## Hvem er deltagerne?

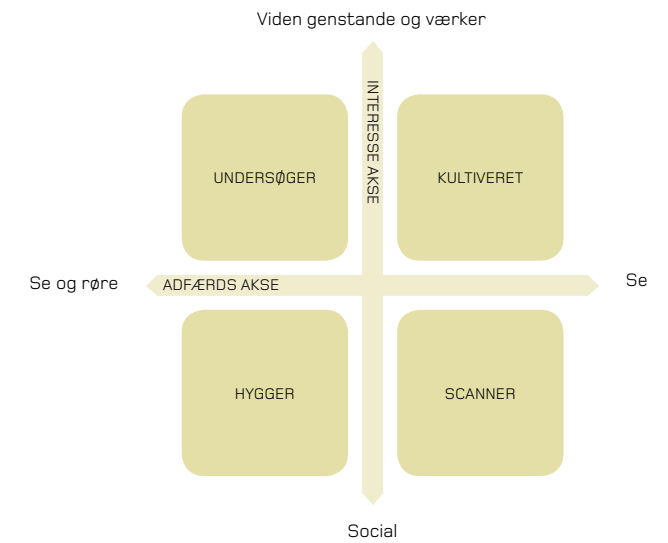
I tilrettelæggelsen af formidling til vores gæster har vi mange overvejelser om, hvad gæster rent faktisk oplever under deres besøg. I 2005-06 gennemførte Trapholt en større undersøgelse af gæsters oplevelser. Formålet var at finde ud af, hvad gæsterne selv mente var vigtigt og centralt for dem.

Undersøgelsen udmundede i en model med fire karakteristiske brugere af Trapholt. Fig. 1

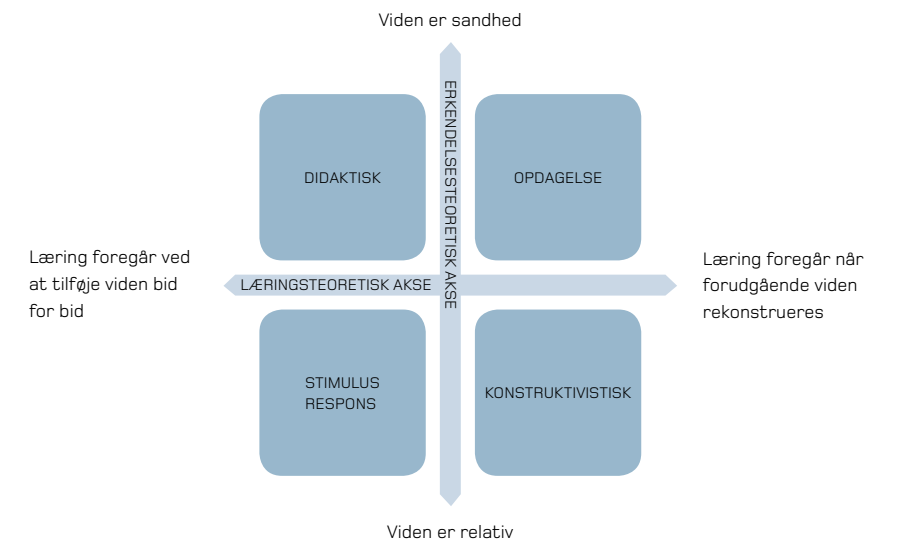
## Modellen udkrystalliserer fire typer af brugere:

- Den kultiverede er optaget af at se på selve værkerne. Hun har en selvopfattelse af at være vidende om kunst og benytter tekster til at bygge viden oven på egen viden.
- Undersøgeren er interesseret i selve værkerne, men har en selvopfattelse af ikke at vide så meget i forvejen. Værkerne opleves dels ved at læse og dels ved at være aktiv og sanselig undersøgende.
- Hyggeren er aktiv og vil gå efter aktiviteterne på museet, hvor hun kan interagere. Hun gør det ikke nødvendigvis for at få mere viden men mere som en del af et socialt fællesskab.
- Scanneren ser et museumsbesøg som en æstetisk visuel oplevelse, hvor både værker og andre gæster indgår i den æstetiske scanning.

► Fig. 1  
Fire karakteristiske brugere



► Fig. 2  
Den didaktiske, stimulus respons, opdagelse og den konstruktivistiske udstilling.



Disse fire typer finder vi både blandt museets almindelige gæster og deltagere i Trapholts publikumsudvikling. Nogle gæster kommer på eget initiativ, og andre kommer på andres initiativ. Det gælder i særdeleshed for skoleelever, at det er andres – lærerens – initiativ, at de er på kunstmuseum.

Det er vigtigt at pointere, at alle gæster kan rumme alle fire brugertyper afhængigt af konteksten. Det er således ikke en kasse vi putter gæster ned i, men en systematisering af vores formidling, således at vi kan nå så mange som muligt. I opbygningen af Trapholts udstillinger tænkes der således de fire oplevelsesformer. Til undersøgerne og de

kultiverede udarbejdes faglige tekster, til undersøgeren og hyggeren etableres interaktive undersøgelser, til den kultiverede og scanneren udarbejdes der lækkert udstillingsdesign og til scanneren og hyggeren skabes der punkter i udstillingerne, hvor der lægges op til dialog med andre.

## Museumsorienteret læringsterori

I George Heins bog Learning in the Museum (Hein 1998), beskriver han, hvordan læring og oplevelser finder sted på museer. Hein definerer fire udstillingstyper, som i deres rene form er: den didaktiske, stimulus respons, opdagelse og den konstruktivistiske udstilling. Figur 2.



▼  
Elev og værk

George Hein skelner mellem læring som viden, der tilføres efterhånden eller læring som en proces, hvor man selv er aktiv og bruger sine egne erfaringer og viden, Erkendelsesteoretisk skelner han mellem opfattelsen af viden som en sandhed eller som noget, der er kontekstafhængigt og relativt.

#### Publikumsudvikling – nye brugergrupper Publikumsudvikling – gæster med særlige behov

Dette vedrører alle, der ikke kommer af sig selv på museer, men som vi gerne vil have på museet, da vi mener, at kunne tilbyde dem noget.

I efteråret har vi arbejdet med en gruppe studerende fra social og sundhedsskolen. De har været igennem et program, der hed "Kunst og trivsel". Her kom de på museet 5 gange af to timer.

"Kunst og trivsel" er inspireret af den konstruktivistiske tilgang. Der er fokus på at skabe et rum, hvor deltagerne kan sætte sig selv i spil.

Tilgangen til kunstværkerne er en mindful kunstoplevelse, hvor deltagerne bliver inviteret til at arbejde i længere tid med værker. Der er forskellige tilgange til dette, blandt andet at sidde og kigge eller lave blindtegning. Det væsentlige ved tilgangen er, at de skal mærke efter, hvad værkerne siger og gør ved dem. Alle forløb slutter af med, at de kuraterer deres egen udstilling. Dette gør de i vores udstilling *Din udstilling*.

Projektet har været en stor succes, hvor deltagerne blev utrolig dygtige til at forholde sig til sig selv, og var i stand til at se på værkerne op til 8 min. De blev i stand til at formulere sig om sig selv, deres omverden og egen fremtid. Ydermere smittede det af på deres fremmøde, der ellers kan være ustabil.

#### Publikumsudvikling – elever

I Kvium udstillingen *Think Bigger* på Trapholt 2017 har tilrettelæggelsen af omvisningerne været inspireret af den konstruktivistiske tilgang, koblet med didaktiske elementer. Eleverne har brugt deres kreativitet og lavet egne tolkninger af billederne, og via de dialogiske samtaler fået en kunsthistorisk viden. Udstillingen var designet som en klassisk udstilling. Det var en konstruktivistisk udstilling, hvor der ikke var værktekst – kun titlen på værket. Introskiltet var didaktisk og suppleret af en film om Kvium. Der var ikke medtænkt stimulus respons eller opdagelse.

Omvisningerne startede med et kort didaktisk oplæg om Kvium, hvorefter vi i fællesskab gennemgik tre billeder via klassisk dialogisk gennemgang. Her forsøgte vi konstruktivistisk inspireret at få elevernes egne observationer i spil. Målet er her at få eleverne til at slippe forventningerne om, at de skal kunne noget kunsthistorisk og i stedet få dem til at reflektere på baggrund af egen viden. Imidlertid er det ofte ønsket fra både elever og lærere at få mere viden om Kvium, hvilket omviseren imødekommer, når behovet opstår.



▼  
Elever i gang med Kvium- spillet

For at presse eleverne ud i at se på værkerne og sætte sig selv i spil, var der udviklet et "Kvium-spil", hvor man ved trak brikker sammen, der passede med hinanden. Det er helt bevidst, at opdele ud fra tilfældigheder. De blev inddelt i grupper ud fra tilfældighedsprincippet, og skulle dernæst rundt til de værker, som de syntes var mest interessante.

Her fik de hver en rolle i gruppen, hvor de skulle forestille at være henholdsvis glade, nysgerrige eller vrede. De skulle nu tale om værket, og lave en afstemning om, hvem der havde lavet den bedste fortælling/analyse. Ved et nyt værk byttes roller, så alle fik afprøvet de forskellige roller. For de, der havde svært ved at komme i gang, var mulighed for at tage udgangspunkt i et statement. Eksempelvis, se billeder næste side



Frihed / Frihed som fængsel



Åbenbaringen / Det er okay at blotte sig på de sociale medier

► Sælgeren / Piller kan klare alt

Flere statements var bevidst provokerende for at få snakken sat i gang. Afslutningsvis skulle grupperne fremlægge det værk, hvor de havde haft de bedste diskussioner. Det har været interessant og givende at høre alle fremlæggelserne fra eleverne. Der var utrolig mange forskellige bud på budskaber i værkerne, og det var tydeligt, at mange elever havde været igennem mange refleksioner om både værket, samfundet og dem selv.

Mange af vores øvrige gæster har været nysgerrige på elevernes fremlæggelser samt de forskellige statements. Disse observationer benytter vi til at videreudvikle formidlingen til gæster generelt. Formidling til særlige grupper (her skoler), ses på Trapholt som et laboratorium i museets arbejde og videreudvikling generelt.

**Konklusion**

At vi har et unikt og særligt læringsrum som museum er en kæmpe gave. Det er spændende at flette de mange dagsordener sammen i den komplekse relation mellem de muligheder vi ser, og de forventninger gæster og deltagere har.



Vi kan have et mål med både udstillinger og omvisninger, men vi kan ikke styre hvilken viden vores gæster tilegner sig. Vi kan vise en ny og anderledes verden og vi kan guide og åbne op for nye spørgsmål, der kan lede hen til nye erkendelser.

Den centrale kompetence for formidleren er evnen til hele tiden at være opmærksom overfor deltagernes forventninger og museumsrummets muligheder, således at man giver plads til at så mange som muligt kan føle relevans.

Kilder:

Georg Hein, 1998, Learning in the Museum  
Karen Grøn, 2014, Trapholt  
Trapholt: Kulturens kalejdoskop 2012  
Karen Grøn: 2015, Trapholt  
Karen Grøn, 2017, Trivsel på Trapholt, Kultur og sundhed, Århus: Tubine



- ▶ Tre elever står her foran en stander, og kan sammen undersøge universet struktur, mørkt stof og galakser.

Ph.D.-projektet Astrofysik: udstillingsdesign for inklusion arbejder med, hvordan vi kan formidle astrofysik, og naturvidenskab generelt, på en mere inkluderende måde. Projektet er en del af det nationale forsknings- og udviklingsprogram Vores Museum, som samler forskere fra fem universiteter og otte museer. Programmet forsker i innovativ og digital museumsformidling, med fokus på at undersøge museernes afvejning af oplevelses- og oplysningsdimensioner. Vores Museum har både et historisk og aktuelt spor for at belyse, hvordan formidlingsformer har ændret sig, og kan ændre sig, med henblik på at inddrage og styrke medborgerskabet for flere brugere.

Programmet støttes af VELUX FONDEN, Nordea-fonden og de deltagende parter. En særlig tak til Louise Windfeldt for hendes konstruktive forslag til rettelser af en tidligere version af denne artikel.

# Made in Space

At designe for inklusion i en udstilling om astrofysik

Af Line Nicolaisen, Ph.D. studerende på Institut Naturfagernes Didaktik, Københavns Universitet, nicolaisen@ind.ku.dk og Tina Ibsen, Astrofysiker og Formidlingschef på Tycho Brahe Planetarium, tii@tycho.dk

Tycho Brahe Planetarium slog dørene op d. 1. november 1989, og København fik sit første planetarium. Siden begyndelsen har det store trækplaster været shows på det 1000 m<sup>2</sup> store kuppellærred, og gennem årene er emnet for indholdet i kuppelsalen blevet udvidet til også at inkludere et bredere naturvidenskabeligt perspektiv. Dette har skabt forvirring om stedets identitet. I de seneste år har vi derfor arbejdet for at komme tilbage til rødderne som et hus, hvor formidling af astronomi, astrofysik og rumfart er i højsædet, og helt centralt har været fornyelsen af udstillingsområderne i stueetagen.

Med åbning af udstillingen, *Made in Space*, i det store udstillingsrum i februar 2018 vil vi formidle det astrofysiske fagstof på en helt ny måde. Igennem et samarbejde mellem Ph.D.-projektet "*Astrofysik: udstillingsdesign for inklusion*" og Tycho Brahe Planetariums formidlingsafdeling har udviklingen af udstillingen givet mulighed for inkluderende tiltag allerede i designprocessen.

## Udstillingens (farlige?) faglige indhold

Da vi startede arbejdet med udvikling af udstillingen, stod vi over for en svær opgave. Astrofysik er en videnskab, der beskæftiger sig med fænomener, som foregår milliarder af kilometer borte, og på tidsskalaer, der ligger langt fra det, vi kender fra vores hverdag.

Man kan ikke røre ved stjernetåger, eller mærke suset fra en supernova. Det kan for mange virke meget abstrakt og fjernt. Så hvordan kan man gøre denne faglighed relevant for både de mennesker, der allerede bruger Tycho Brahe Planetarium, men også for de mennesker, der ikke føler et tilhørsforhold til astrofysik?

For at besvare dette spørgsmål måtte vi se på, hvad det er ved planetarier og astrofysik generelt, som kan virke ekskluderende på folk – på vores ikke-brugere.

## Eksklusionsmekanismer på naturvidenskabelige formidlingsinstitutioner

Det er ikke kun Tycho Brahe Planetarium, der står over for denne udfordring. Naturvidenskabelige formidlingsinstitutioner som naturhistoriske museer, eksperimentarier og planetarier har en ambition om at formidle naturvidenskab til alle og gennem interaktive og engagerende udstillingsdesigns netop at motivere dem, som ikke har en stærk

naturvidenskabelig viden eller interesse. Noget tyder dog på, at det ikke er alle, der bliver motiverede og interesserede – at nogle endda føler sig ekskluderet.

Emily Dawson er forsker i naturvidenskabelig formidling på University College London. Hun har i sin forskning fokuseret på, hvordan uformelle læringsmiljøer kan virke ekskluderende for dem, som ikke oplever, at struktur, tekst og design af udstillingsmiljøer passer med deres egen identitet.

Vores kulturelle og sociale baggrund, vores køn og identitet, spiller ind på vores opførsel og opfattelse af museer. Eksklusionen ligger, argumenterer Dawson, både i indhold og design af udstillingen. Det medfører også, at når en besøgende træder ind på et formidlingscenter, så er de hurtige til at afkode diskursen – og dermed hurtige til at få en følelse af "dette er lige noget for mig" – eller "dette er ikke for sådan en som mig".

## Men hvordan kan planetarier virke ekskluderende?

Forskning fra dette ph.d.-projekt har vist, at design og indhold af den nuværende udstilling Rummissioner på Tycho Brahe Planetarium, har en implicit besøgende, det vil sige at udstillingensdesignet fordre en bestemt måde at være besøgende på. Denne implicite besøgende har en

række karaktertræk, som er analyseret på baggrund af udstillingens indhold, tekster og opsætning.

Analysen viser, at den implicite besøgende er interesseret i fakta, tekniske detaljer, konkurrenceprægede interaktive installationer, som er opsat som computerspil. Derved risikerer udstillingen at forstærke de forudindtagne antagelser omkring, hvad der konstituerer en "rigtig" besøgende, som er interesseret i astronomi – og virke ekskluderende for de, som ikke kan identificere med denne

## De store skridt: Udviklingen af udstillingen

At udstillingen skulle kunne noget nyt og noget andet end klassiske udstillinger om astronomi stod klart fra begyndelsen. At fokus skulle være på at designe en inkluderende udstilling, som en del af et forskningsprojekt, har endvidere haft stor betydning og indvirkning på design processen. Det første skridt var, at vi i vores tilgang til udviklingen af den nye udstilling fra starten inddrog tidligere forskning og viden inden for at designe inkluderende på museer. Designerne (59-productions fra London, UK) blev fra første samtale inddraget i vores tankegang. At udstillingen var en del af et forskningsprojekt blev italesat fra første møde. Det andet skridt i udviklingsprocessen var at konkretisere det faglige indhold. Til det formål inddrog vi danske

forskere fra alle relevante universiteter til en workshop om, hvad de mente var relevant i forskningen i forhold til astrofysik netop nu.

Det tredje skridt var interviews med en række fokusgrupper sammensat af familier, som er museumsbrugere, men som ikke umiddelbart identificerer sig som naturvidenskabeligt stærke - og som ikke har en specifik interesse for astrofysik. Gennem en serie af interviews har vi undersøgt deres forhåndsviden og interesser. Fokusgrupperne har givet løbende feedback på narrativ, prototyper, indhold og tekster til udstillingen. Denne feedback er blevet videreføret til designerne og Tycho Brahe Planetariums formidlingsteam, som så har inkorporeret den i det endelige design.

Et eksempel på et konkret område, hvor denne feedback har haft indflydelse, er selve fortællingen i udstillingen. Baseret på tidligere forskning var vi klar over, at for at få det abstrakte indhold fængende og relevant for den besøgende, var en forbindelse til den besøgende selv vigtig. Hvad betyder dette for mig? Mit liv? Min udvikling og identitet? Vi valgte derfor et narrativ, som tager udgangspunkt i den besøgende - og at gøre narrativet klart gennem hele udstillingen. Tanken om, at alt vi består af, kommer fra universet, blev hurtigt fastlagt som den historie, vi ville bygge udstillingen op omkring. Denne vinkel giver en helt ny tilgang til at tale om eksempelvis supernovaer - at det zink, som så vigtigt for dit immunsystem, er dannet i supernovae-eksplosioner. Denne grundhistorie kom til vægte højere, end blot at vise en række klassiske emner fra universet.

Under en interviewrunde med fokusgrupperne gik det dog op for os, at selvom denne historie virkede fængende var der et grundvilkår, som ikke var opfyldt: deres forhåndsviden om, hvad et atom er. Derfor blev der i første runde foreslået en tekst og design for at forklare dette emne. I den efterfølgende runde, hvor tekst og grafisk design blev præsenteret, stod det dog igen klart, at måden det blev beskrevet på, virkede ekskluderende, abstrakt og utilgængelig, og affødte følelser som "Jeg ved ikke nok til at forstå dette" - en tanke, som ville betyde mulig følelse af eksklusion gennem hele resten af udstillingen, da grundpræmissen ikke var forstået. Det medførte en udvikling og udvidelse af panelet om atomer, og derudover en særligt fokus på design af den interaktive introduktion til udstillingen.

#### De små skift: betydningen for udstillingens design

Som nævnt er det faglige indhold af udstillingen tilpasset grundhistorien. Alt, hvad du som gæst bliver præsenteret for, har altså en relation til dig. Det gælder både i design af interaktive elementer, i teksternes ordlyd, og i udvæl-

gelsen og udviklingen af det faglige indhold. Men forskning fra dette samt tidligere projekter, blandt andet det europæiske H2020 Hypathia projekt, har vist, at også andre tilgange til selve interaktionen i udstillingen er vigtige at have sig for øje. Gennem arbejdet med fokusgrupperne, og deres feedback på udstillingsdesignernes forslag og prototyper, er der derfor et generelt fokus på tilknytningen til den besøgende er suppleret med et fokus på, at det skal være en social oplevelse at være i udstillingen. Ved alle udstillingselementerne er det muligt at være flere sammen om oplevelsen, og der er altid plads til, at mindst to kan bruge den samme interaktive installation. Det har vi eksempelvis konkret muliggjort ved, at man interagerer med de store skærme fra en plinth (stander), hvor en touch screen er monteret.

Det betyder, at man som gruppe kan udforske eksempelvis universets struktur - sammen (Billede 1). Ved vores introduktion til udstillingen, kan flere stå sammen foran den interaktive skærm og have en fælles oplevelse (billede 2). Når man ser en video, er der siddeplads til to (billede 3) - eller to single-ear høretelefoner, så man kan snakke sammen samtidig med, at man ser videoen i fællesskab. Det er plads til fordybelse, og plads til leg. Til faglig og videnskabelig viden, og filosofiske overvejelser. Disse tiltag er alle baseret på fokusgruppernes forhåndsviden, interesser og feedback på design og indhold.

Ændringerne i udstillingen baseret på vores overvejelser om inklusion har med andre ord været små skift, små ændringer i fokus, design og tekster. Dog har alle disse enkelte små ændringer haft en stor betydning for det endelige design af udstillingen og dens atmosfære.

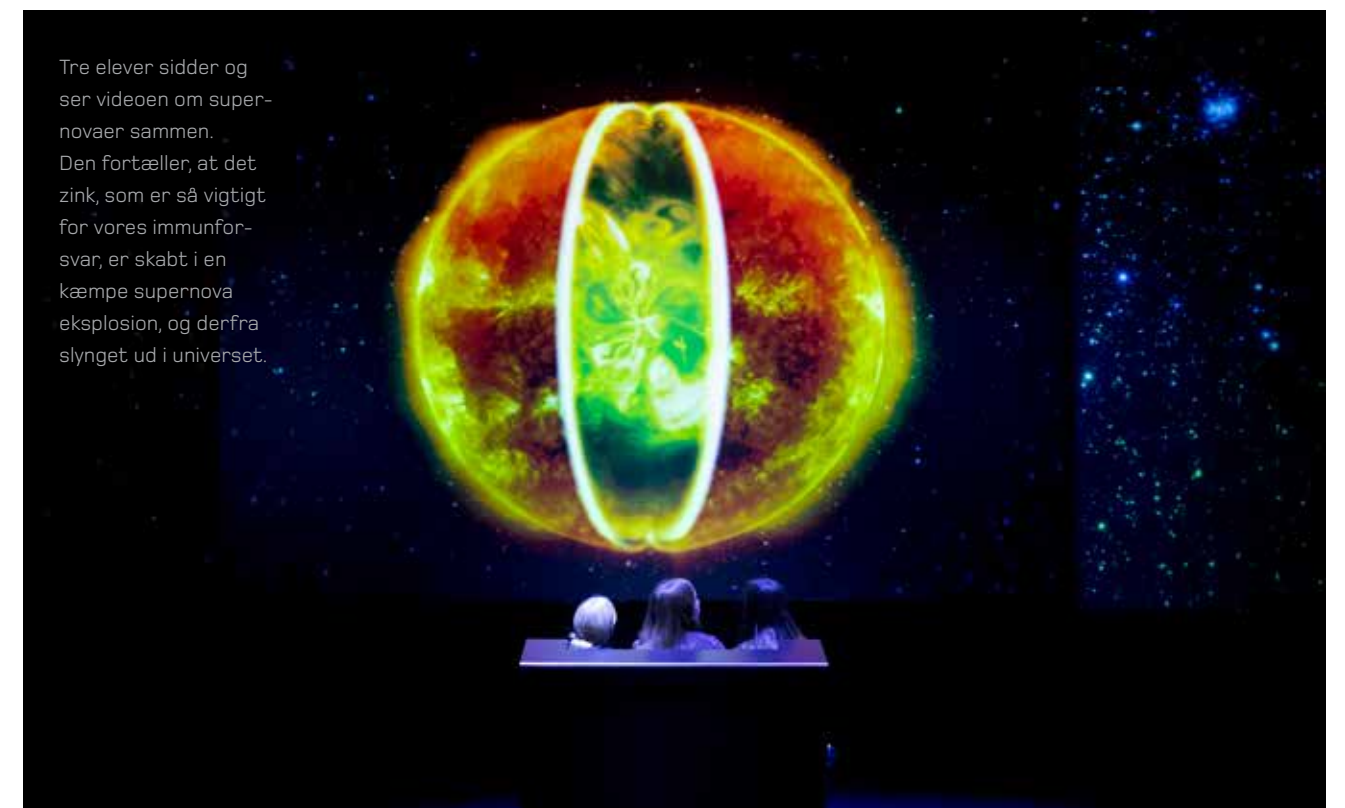
#### Hvad projektet betydet for Tycho Brahe Planetarium som hus.

Arbejdet med inklusion, har også ændret den måde vi tilgår formidlingen af astrofysik i mange andre aspekter end blot udstillingsdesign. Vi fokuserer nu i højere grad på den besøgende og deres oplevelser og har ændret formidlingen til at være mindre tal- og faktabaseret. Det gør, at den besøgende kan trække mere på sine egne erfaringer. Tilsvarende den dialogbaserede formidling, der understøtter besøg i udstillingen, er også blevet ændret.

Formidlerne har deltaget i workshops, hvor de er blevet introduceret til tanker om inklusion, der også ligger bagved udstillingsdesignet. Der er blevet udviklet nye retningslinjer for den gode formidling, og der skabt en løbende dialog om, hvordan vi får flest muligt introduceret, og ikke mindst engageret i, den faglighed vi repræsenterer på Tycho Brahe Planetarium.



Introen til udstillingen, hvor man kan opdage, hvor nogle af de bestanddele, vi består af, stammer fra i universet. For eksempel stammer alt det hydrogen, som blandt andet findes i din tåre, fra Big Bang.



Tre elever sidder og ser videoen om supernovaer sammen. Den fortæller, at det zink, som er så vigtigt for vores immunforsvar, er skabt i en kæmpe supernova eksplosion, og derfra slynget ud i universet.

Museumsfolk, lærere og pædagoger på fælles efteruddannelse  
UCC har et Diplommodul om åben skole og samarbejde på tværs. Her bliver lærere, pædagoger og eksterne parter, der arbejder med åben skole, efteruddannet sammen. Læs mere på [ucc.dk](http://ucc.dk)

## Når samarbejdet skal lykkes

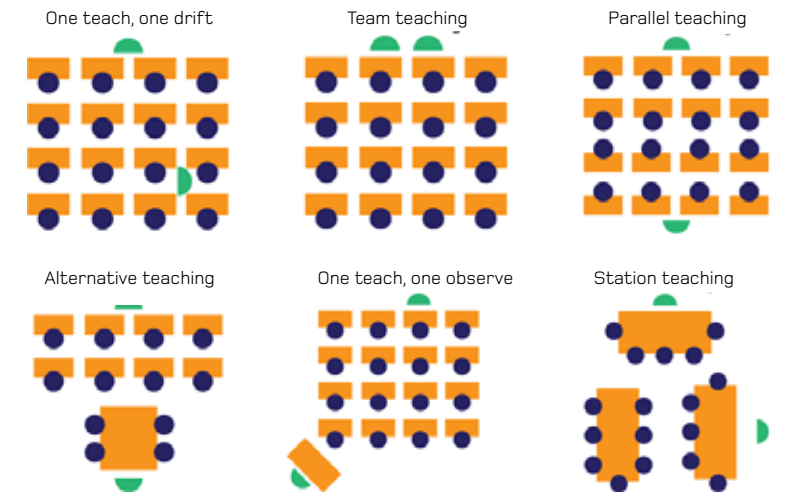
Af Mathilde de Kruiff, adjunkt og kompetenceområder leder for skole- og fritidspædagogikken på pædagoguddannelsen UCC. Tidligere leder af skoletjenesten i Tivoli og Københavns Museum, [mawk@ucc.dk](mailto:mawk@ucc.dk)

25 børn med overtrækstøj og tasker træder ind ad døren til museet. Deres lærer går op til disken i forhallen med en bestilling i hånden og fortæller, at de har booket et undervisningsforløb. Museumsunderviseren dirigerer med det samme ungerne til garderoben og taler kort med læreren om, hvad eleverne kan og ved på forhånd. Alt sammen skal ske på få minutter, for tiden løber. Det er ofte første gang de to fagpersoner taler sammen. Det skaber selvsagt udfordringer og til tider også frustrationer blandt de to forskellige fagligheder. For hvad er egentlig hensigten med det enkelte besøg? Er det at vække elevernes nysgerrighed, at museet får formidlet de mest centrale pointer i udstillingerne eller noget helt tredje? I denne artikel vil jeg undersøge både lærernes og museumsunderviserens forventninger og komme med et bud på, hvordan skolers museumsbesøg bedst håndteres - altså komme med en metode der kan bruges som fælles pædagogisk ramme. I 2016 kortlagde Nationalt netværk af skoletjenester skolernes brug af undervisningstilbud. En af de interes-

sante pointer er, at det er næste 75 % af alle besøg, der er startet med en forventningsafstemning. (Skoletjenestenetværk. 2016. Skolers brug af undervisningstilbud) Forventningsafstemningen, som det læses af kortlægningen slår ofte fast, at det er lærerens opgave at holde orden, at stå for praktiske ting på samtidigt forventes det ofte, at lærerne skal hjælpe og stå for det, der i fagsprog betegnes som faglige koblinger eller transfer. Her er fokus på, at transfer mellem kulturinstitution og skole skal lykkes med læreren som primære bærer. Transfer forstås, som overføring af viden og kunnen fra et sted til et andet (Wahlgren, 2012). Der tegner sig et mønster af at transfer ofte sker via læreren - enten direkte som videnbærer/oversætter på besøget eller via læremidler/lærervejledninger inden eller efter besøget. Det er naturligvis nærliggende at spørge, om kulturinstitutionen kan gøre noget for at sikre denne transfer, som ikke handler om at pålægge læreren/pædagogen "at gøre noget", men i stedet gøre noget sammen?

Når museumsunderviser og lærer samarbejder, er det vigtigt at forholde sig til det tværfaglige møde og dets indbyggede udfordringer (og styrker). En af de klassiske udfordringer finder man i de forskellige opfattelse af hvad

### ► Modeller af Co-teaching



målet med besøget egentlig er. Her spiller forventningsafstemningen en afgørende rolle. For hvad er egentlig målet med besøget, er det at leve op til et særligt trinmål, at følge elevernes spor og se hvor besøget bærer hen eller er det at komme frem til en specifik faglig pointe? Netop mødet mellem flere fagligheder kan give udfordringer og her bliver klare rammer vigtige. Mit bud i denne artikel er derfor at komme nærmere en metode der kan give et fælles sprog og ramme omkring et besøg. I stedet for at se forventningsafstemninger fra skole til museum eller omvendt kunne man stille skarpt på måderne man samarbejder, som en metode der er genkendelig mellem kulturinstitution og lærer, som skaber en klar rollefordeling der ikke er defineret af den ene part, men som en klar ramme omkring samarbejdet og det pædagogiske og didaktiske arbejde.

En af de metoder der bruges til, at samarbejde på tværs af fagligheder er Co-teaching. Begrebet kommer fra USA og defineres som en metode der "involverer to lige kvalificerede personer, som har den samme eller forskelligartet faglighed der sammen underviser en gruppe..." (Frit oversat fra Virginia Department of Education. 2018). Metoden bruges over hele verden og er senest blevet introduceret i Danmark af bl.a. Andy Højholdt der peger på co-teaching, som en metode til samarbejdet mellem lærere og eksterne aktører (Højholdt 2017). Metoden bygger på et ligeværdigt samarbejde og en klar rollefordeling. Men hvor samarbejdet og rollefordelingen skal forhandles fra gang til gang, ligger co-teaching op til en genkendelig metode der med et fælles sprog kan give en fælles forståelse af rollefordeling mellem eksempelvis museumsunderviser og lærer. Co-teaching definerer 6 måder at undervise sammen på, som ses herunder. Vigtigt i metoderne er at man er rol-

lefordelingen bevidst. Hvilken rolle påtager jeg mig nu og hvad laver min medunderviser. Begge rolle er vigtige alt efter målet med den udvalgte metode. Skal man eksempelvis ramme flere niveauer i klassen under besøget kan man arbejde med "parallel undervisning", hvor klassen ser det samme men arbejder med forskellige spørgsmål. Ønsker man særligt fokus på transfer kan "team undervisning" være vejen frem. Museumsunderviser og lærer står begge foran klassen og supplerer hinanden med viden om klassens viden og ekspertviden fra museet.

(fundet på <https://edu240coteaching.wordpress.com/what-does-co-teaching-look-like/>)

Co-teaching er én metode, og ikke nødvendigvis løsningen på udfordringen med forventningsafstemning og rollefordeling mellem lærer og museumsunderviser. Men kan tjene som en metode der kan skabe et fælles sprog mellem tværfaglige samarbejder på landets kulturinstitutioner. Således at museumsunderviseren og læreren, mens ungerne finder garderoben kan blive enige om dagens co-teaching metode.

Metoden og eksempler vil blive uddybet til ODM's formidlingsseminar.

### Litteratur

Højholdt, Andy. Co-teaching. Samarbejde om undervisning. Hans Reitzel. 2017  
Wahlgren, Bjarne og Aarkrog, Vibe. Transfer. Kompetencer i en professionel sammenhæng. Aarhus universitetsforlag. 2012  
<http://faculty.virginia.edu/coteaching/definition.html>  
Rapporter:  
Skoletjenestenetværk. 2016. Skolers brug af undervisningstilbud.





# Orms Rejse

Vandringsforestilling juni 2017 Moesgaard Museum

Af Tine Arnoldi, Undervisningsinspektør, Moesgaard Museum, [ar@moesgaardmuseum.dk](mailto:ar@moesgaardmuseum.dk)

## Ny historisk formidling.

Fusionsformidling skabt af performanceteateret Wunderland og Moesgaard Museum.

Drag afsted med vores stedkendte flokførere på en rejse i skovene. Han kender Ravnens stemme og forstår magternes tegn. Sammen vil man møde skikkelser, der hver især bærer viden og vished, som de indvier de vandrende i. Glemte lag fra en anden virkelighed er begyndt at tone frem.

”Måske vil I herefter tænke, lytte, se og opleve virkeligheden på en ny og anderledes måde”.

Sådan stod der i den flyer der blev uddelt til publikum i sommeren 2017 på Moesgaard Museum. I godt et år arbejdede hele holdet omkring vandringsforestillingen med at planlægge, udvikle, øve, forfine og øve igen, igen. Performere som flokførere og skovens beboere var professionelle. En vikingegård – Bjørns gård var det hjem hele vandringsudgik fra. Her levede fire familier der alle var knyttet til flokførerne. Hyrdefamilien, bryggerfamilien, trædrejerfamilien og stormanden Bjørns familie.

Et helt almindeligt vikingeliv var dagligdagen på gården. Hønsene skulle fodres, pilehegn skulle flettes. Øllet brygges og børnene legede og de voksne sang og arbejdede. Men noget var ikke som det altid havde været. Noget var forandret. En dag blev der åbnet ind til den anden verden. Derfor kom flokførerne til gården. Flokførerne som var særlige og hentede gæsterne som besøgte gården.

Gæster der vakte undren hos gårdens beboere. Næmlig helt almindelige mennesker fra 2017. Det var en gæstfri og nysgerrig gård. Alle blev budt velkommen med et glas vand og sat i arbejde, eftersom alle trælle var stukket af og arbejdsomme hænder en mangelvarer. Stor som lille bar brænde, hentede vand, skar grøntsager og legede, sang og dansede som vikinger og med vikingerne.

De aktører der iscenesatte gården var frivillige med mange forskellige motiver for at deltage. De brugte en stor del af deres forår og sommer på at samskabe dette projekt. Intentionen med projektet var at skabe en ny sanseoplevelelse med fortiden, vikinger, skoven og fortællingen om Røde Orm som ramme. En site specifik vandringsforestilling.

Der hvor nutidens mennesker er i direkte kontakt med fortidens mennesker er i naturen. Øjnene der misser mod solen, lyden af bækken risle, vindens kys på kinden og duften af markens planter – vil jeg påstå var den samme sansning dengang som nu. Ved at iscenesætte dette og guide på en kærlig indlevende og professionel måde, skabte vi mulighed for at formidle vikingetiden i naturen.

En vandring varede godt 1.5 time og på publikumsdeltagernes færd i naturen mødte de vølven, præsten, krigeren og den mellemøstlige kvinde. De mødte også år 2017 med asfalt som den stivnede flod. Biler som besynderlige transportmidler, og helt unikke materialer i blandt meget andet, sko med såler af noget helt specielt.

Wunderlands kunstneriske leder Mette Åkjær arbejdede i godt et år sammen med performerne ude i naturen så snart der var mulighed for det, og skabte de fantastiske, rørende og præcise scener der virkelig transformerede publikum fra en gruppe på skovtur til en flok med noget på hjerte og med en mission så stærk. En mission om at være 100 % til stede i naturen.

Flokførerne arbejdede på højtryk og med indlevelse, tillidskabende signaler, samt en ultraklar overbevisning om at publikumsdeltagerne var med. Helt med. De arbejdede måske en kende for hårdt. I pionerprojekter kan der nogle gange ske det, at det man tror muligt egentlig ikke er det, men på trods gør man det alligevel. I weekenden var der tre ture hver dag. Det var en for meget. Det er fysisk og mentalt hårdt og anbefalingen herfra skal lyde – hellere færre publikummer igennem tælleapparaterne, end at vride mere ud af performere end godt er.

Projektet havde modtaget støtte fra Kulturhovedstad 2017, som havde modtaget øremærkede midler fra Augustinus fonden til Moesgaards 2017 indsats ”MOMU goes viking”. Orms rejse var et af flere arrangementer i dette projekt

Udover almindelige publikumsdeltagere var der vandringer for skoler torsdag og fredag. De var gratis.

Hele missionen med vandringsforestillingen var til dels, at iscenesætte vores vidunderlige natur omkring museet og

i høj grad at prøve kræfter med site specifik genren, der kan noget sammen med forhistorien. Teater er jo oprindelig fra livet. Vi ville være kræsne med de forhistoriske referencer, så inspektører og eksperter fra museet blev brugt som fagligt bagstop. Samtidigt skulle Mette Åkjær have den grad af kunstnerisk frihed der gav hendes kreative og virkelige scenisk, fantastiske og forfinede vinger plads og luft til at få det hele til at lette.

Artiklens forfatter var brobygger mellem de to verdener og det er en nødvendighed at have en sådan funktion, for at kunne komme i mål med et lignende projekt. Hele tiden at overlevere og tale ind i det sprog, som henholdsvis museet og Wunderland benyttede. Alle ville og havde det samme for øje: Skabe en anderledes udfordrende, sensorisk oplevelse for publikumsdeltagerne.

Orms rejse var en dannelsesrejse for Orm, som tog afsted men aldrig kom tilbage. En tidslomme havde åbnet sig og hvad der derefter skete for Orm kunne kun konererne på Bjørns gård hviske om. Nu er den tidslomme åben igen, så derfor skal vi afsted nu.....kom med!

Vil vi gøre det igen? Virkede det efter hensigten? Giver det mening at lave crossover formidling og satse på frivillige, vind og vejr at publikumsdeltagerne siger ja til præmissens?

På ODM konference i marts vil Mette og jeg reflektere åbent om dette.



◀ Vi er i skoven. Musikpædagogen, Ditte, synger dagen i gang sammen med børnene. De kender alle Hej goddag-sangen og skydesangen. Så er det tid til stomp med børnenes hjemmelavede skydestokke. Naturvejlederen Jonas trutter jagten i gang med sit jagthorn, og børnene følger trop med deres hjemmelavede kazoos. Som jagttraditionerne ganske enkelt foreskriver, får vi en "snaps" og ønsker hinanden god jagt, inden turen går afsted ind i bøgeskoven. Her finder børnene side om side med jagthunden nedskudt vildt, som jægeren har nedlagt. De finder både en husskade, fasankok og ræv. Efterfølgende går turen retur til laden, hvor vildtet skal tilberedes og spises. Skovskadesangen synges i fællesskab, hvorefter børnene prøver kræfter med at skulle balancere med en fugl på pegefingeren. Ovenstående er blot et lille uddrag fra en fælles afslutning på kulturbørnehaveprojektets første læringsforløb, der havde "skovens dyr" som fælles overskrift. Forløbet kulminerede i en fællesjagt, hvor musikpædagog og naturvejleder sammen med pædagoger og ikke mindst børnene fik tre måneders kontinuerlige besøg i børnehaven til at gå op i en højere enhed. Og det var en god dag!

## Kulturbørnehaver –

Refleksioner og erfaringer fra et tværprofessionelt samarbejde, der er godt på vej!

Af Pernille Ø. Sørensen, projektleder og museumsformidler v. Vardemuseerne LÆRING, pos@vardemuseum.dk

### Kort om projektet

Kulturbørnehaver er et tværprofessionelt kulturprojekt, hvor Vardemuseerne, Musik & Billedskolen i Varde, Børnehaven Kærhøgevej i Varde og Børnehaven Hedeveg i Alslev samarbejder om at sætte natur, musik, kunst og kulturhistorie på børnenes dagsorden. Dette sker med udvikling af tre, længerevarende læringsforløb, der alle tager udgangspunkt i de gældende, pædagogiske læreplanstemaer natur, kulturelle udtryksformer og værdier og krop og bevægelse. Med hensigten om at skabe kontinuerlighed og sammenhæng i børnenes forståelse og oplevelse, aflægges der i alt 14 besøg af musikpædagoger, naturvejledere og museumsformidlere hos hver af børnehaverne i løbet af ét læringsforløb. Hvert læringsforløb forløber over en periode på ca. tre måneder.

Det 2-årige projekt varer til udgangen af 2018 og er blevet til med støtte fra Kulturregion Vadehavet.

Når børn møder kunst, er de på lige fod  
Af Lene Nielsen & Lene Pedersen hhv. daglig leder og pædagog i Børnehaven Hedeveg

Vores interesse for at indgå i projektet blev især vakt, da vi blev bevidste om, at projektet var forankret i læreplanerne med fokus på begrebet "chancelighed", som er et særligt fokusområde i Varde Kommune.

I kulturministeriets strategi for "Børns Møde med Kunst og Kultur" fremhæves det, at når børn møder kunst, er de på lige fod. Man kan se, høre og føle på kunst og opleve kunst umiddelbart. Det kræver ikke særlige bogsproglige forudsætninger, og der opstår nye muligheder for, at alle børn kan føle sig som en del af et fællesskab, blive set på ny, og møde den anerkendelse og oplevelse af ligeværd, som et hvert barn har brug for. Således så vi en værdi i projektet i forhold til at kunne forsøge at bryde med negativ social arv samt ramme det enkelte barns nærmeste udviklingszone gennem sanselige og differentierede læringsaktiviteter, der er forankret i læringstemaerne.

Pædagogens opgave i dette forløb har for os først og fremmest bestået i at følge barnets spor og skabe trykthed og legende læring ud fra læreplanstemaerne. Det er vigtigt, at alle børn føler sig som en del af fællesskabet og har mulighed for at omsætte deres viden til leg med de andre børn, som ikke var en del af projektet. På den måde kan vi som pædagoger gennem et gensidigt fagprofessionelt samarbejde med kulturinstitutionerne skabe et læringsmiljø, der naturligt bliver en del af Hedevangs hverdag også efter projektet levetid. Det fagprofessionelle samarbejde mellem stærke pædagogiske kompetencer og kunst- og kulturkompetencer løfter kvaliteten i vores arbejde med børnene. Pædagogens faglighed og viden øges også i forhold til at skabe læringsmiljøer omkring kultur og kulturelle udtryk både i naturens, musikkens og kunstens verden til glæde for alle børnene.



Ejerskab og et ligeværdigt partnerskab er vigtigt  
Af Kirsten Skjerning og Sanela Zizak, hhv. daglig leder og pædagog i Børnehaven Kærhøgevej

I forhold til tidligere, hvor vi har haft mulighed for at få et forløb med f.eks. musikskolen eller naturvejlederne, så har vi en helt anden oplevelse med kulturbørnehaveprojektet. Tidligere skete der ofte det, at når forløbet var slut, så gik det på samme måde med det tillærte. Det blev ikke integreret i hverdagens hos børnene og pædagogerne. Det er helt anderledes i dette projekt, hvor der er skabt ejerskab hele vejen rundt. Det er en stor værdi, at processen er længerevarende. Det gør, at der er tid til at opbygge nogle gode rutiner, hvilket skaber arbejdsro. Rutinerne skaber forudsigelighed hos børnene, og kan med fordel videreføres til det næstkommende læringsforløb.

Når vi fortæller andre om vores projekt, bliver vi mødt med respekt og lidt misundelse. Det er der ikke noget at sige til, for det giver så meget for både børn og voksne at være med i projektet.



Vi undersøger, prøver af og er nysgerrige sammen. Der er virkelig blevet rykket grænser. Vi oplever, at børnene tror mere på sig selv og tør mere, de har fået en tro på egne evner i relation til de troværdige og trygge voksne, der er omkring dem. Børnenes koncentration og opmærksomhed er øget. De er blevet gode til at lytte til andre, både voksne og børn, og de er blevet gode til at vente på tur. De tør stå frem for en stor gruppe og være i centrum, og de bruger det tillærte i deres egne lege og legekultur. Således er det ikke kun på det faglige plan, børnene har udviklet sig, det er i høj grad også på det personlige.

Det gør en væsentlig forskel for det gode samarbejde, at vi er ligeværdige samarbejdspartnere på tværs af professioner. Vi planlægger og evaluerer sammen undervejs, vi har afholdt fælles personalemøder og pædagogisk temadag. Det er vigtigt, vi har indblik i hinandens arbejde ift. planlægning og afvikling af læringsforløbene. Der nedsættes derfor en arbejdsgruppe for hvert forløb, så vi løbende kan holde hinanden opdaterede samt undersøge, hvor vi evt. kan supplere hinanden og/eller lave noget i fællesskab.



#### Sammenhæng i børnenes helhedsforståelse Af Hanne Grønlund, leder af Musik & Billedskolen i Varde

Musik i børnehaverne er en gammel kendt sag, men musik i børnehaverne som en koordineret indsats med en billed-kunstnerisk og en kulturhistorisk del, har vi ikke prøvet før.

Efter at have været i gang i et halvt år giver det anledning til mange refleksioner og spørgsmål i forhold til hvad dette samarbejde gør ved udbyttet for børnene, pædagogerne og underviserne. Spørgsmål, som vi forhåbentlig finder svar på i løbet af pilotprojektet.

Det vi ser er, at samarbejdet skaber sammenhæng i børnenes helhedsoplevelse og helhedsforståelse. Når Musikdelen tidligere har arbejdet med et emne som natur – ville børnene typisk opleve et forløb, hvor musikaktiviteter var koblet op på en historie, der foregik i naturen, spækket med sange, lege, bevægelse og lyde, der understøtter illusionen om at være ude i naturen. I den koordinerede indsats oplever børnene samtidig at temaet rykker ud i naturen, hvor naturvejledere baner vejen for at opleve dyr og naturfænomener i det rette element.

Samarbejdet mellem de forskellige fagprofessioner giver gensidig inspiration til at gribe det samme tema an på forskellige måder og fra forskellige vinkler – og når alle i slutningen af temaet mødes til afslutning, går musikken, historierne og den læring børnene har tilegnet sig op i en smuk og højere enhed.

Det bliver interessant at gå i dybden med hvad denne 'tredimensionelle' tilgang gør ved børnenes oplevelse og læring – det er vi forhåbentlig klogere på ved projektets afslutning.

#### Naturoplevelser medførte udvidede ordforråd – og mod Af Jonas Gadgaard, Naturvejleder v. Vardemuseerne

I mit job som naturvejleder er det yderst sjældent, at jeg flere gange inden for kort tid er på besøg i den samme børnehave eller skole. Derfor var det heller ikke svært at takke ja til at indgå i et tværprofessionelt kulturforløb, hvor essensen netop er at være kontinuerligt til stede i børnenes børnehave gennem et længerevarende forløb. Det har været utrolig fedt at opleve, hvad det gør for børnene. Jeg har kunne spotte en væsentlig forskel hos børnene fra gang til gang. Naturforløbet var bygget op omkring forskellige jagtformer, og undervejs i processen gik børnene fra at synes, at det var grænseoverskridende at røre ved f.eks. døde dyr til at det pludselig var helt naturligt for dem at samle skudt vildt ind for efterfølgende at slæbe det med tilbage til tilberedning og spising. Børnenes sprog udviklede sig ligeledes markant undervejs, og ordforrådet blev udvidet med mange nye og mere konkrete ord. Anden blev til andrik, rådyr til buk osv. Ligeledes blev jagtbegreber som camouflage og pürsch også helt naturligt for dem at bruge.

Forløbet kan godt siges at have været verdenspremieren på vores projekt, hvilket naturligvis har medført refleksioner og justeringer undervejs. Mit personlige mål med projektet var at udvikle børnene i en retning, hvor de fik gode oplevelser og ikke mindst et naturligt forhold til det at opholde sig i naturen. Mange munde mætte og grin undervejs i projektet fortæller mig, at det lykkedes. For andre der skulle gå med overvejelser om at starte et lignende samarbejdsprojekt, kan jeg kun på det stærkeste udtrykke: tøv ikke – go for it! Spørgsmål eller andet i forbindelse med projekt Kulturbørnehaver kan rettes til projektleder, Pernille Ø. Sørensen.

## Nyheder – ICOM CECA

CECA Committee for Education and Cultural Action

CECA international committee for education and cultural action



More details:  
<http://network.icom.museum/ceca/best-practice/users-guide/>



More details:  
[www.ceca2018.ge/](http://www.ceca2018.ge/) / [info@ceca2018.ge](mailto:info@ceca2018.ge)

#### Hvad er CECA

CECA er den internationale komite under ICOM, der omhandler formidling og undervisning. CECA består af museumsundervisere og andre fagfolk med interesse for læring, formidling og kultur. CECA afholder en årlig konference og udgiver en årlig publikation, ICOM EDUCATION. Disse publikationer kan findes på CECA's hjemmeside. MiD repræsenterer ICOM CECA i Danmark. <http://network.icom.museum/ceca/>

#### Relevance 2017

CECA's årlige konference i 2017 foregik i London. Den primære del af konferencen foregik på Tower of London. Årets konference var arrangeret i samarbejde med DEMHIST (International Committee for Historic House

Museums). De seneste år har CECA ind i mellem haft joint-conference, hvor man arrangerer en fælles konference med en anden ICOM organisation. Dette har givet en god synergi mellem organisationerne og heldigvis er det lykkedes for CECA at få andre internationale ICOM organisationer til at have fokus på læring og formidling. Dette gjaldt også i konferencen i London, hvor temaet var "Relevance – Are we doing enough? Keeping heritage relevant in the 21st Century"

#### CECA 2018

I 2018 vil den årlige konference foregå i Tbilisi, Georgien i perioden fra 24.09-27.09. Følg med på CECA's hjemmeside og på Facebook for mere information om tilmelding og "Call for papers". Det er også muligt at indsende projekter til Best Practice Award 2018

# MiD INFO / OPSLAGSTAVLEN

## TEMADAG

Forsorgsmuseet i Svendborg

27. august, kl. 11.00 til 14.00

Vi går lige på, ankom derfor gerne lidt før klokken 11

### 11.00 -11.30

Museumsinspektør Jeppe W. Rasmussen fortæller om projektet "Skjulte Danmarkshistorier" – et ambitiøst og nyskabende museumsprojekt, der gennem 12 dokumentarfilm skabt sammen med nutidens socialt udsatte, skal give indsigt i og tydeliggøre forskelle og ligheder på livet for nutidens og fortidens socialt udsatte.

### 11.30- 11.45

Spørgsmål

### 11.45-12.30

Frokost og netværk

### 12.30-13.00

Formidlingsudvikler Voksne, Birgit Pedersen fra ARoS fortæller om projektet "Et hjem udenfor", hvor unge hjemløse har arbejdet med en kunstner på ARoS.

### 13.00

Ud og se museet

### 14.00

Tak for i dag

Tilmelding: Birgit Pedersen bp@aros.dk.

Senest: mandag den 20.8.2018

Medlemmer gratis / Ikke medlemmer 300 kr.

## INFORMATION OM STUDIE TUREN 2018

### MiD- studietur

Næste studietur går til Warszawa den 12.10-14.10 2018.

Hold øje med MiD- nyhedsbrev, Facebook eller på

www.museumsformidlere.dk mht tilmelding.



Fortællerne i projektet "Skjulte Danmarkshistorier".  
Foto / Jón Bjarni Hjartarson



Deltagerne fra "Et hjem udenfor".  
Foto / Maja Theodoraki

## GENERALFORSAMLING

Den 7. februar 2017 afholdte vi vores årlige generalforsamling på Fængelsmuseet i Horsens. Først en super effektiv generalforsamling, hvor vi kunne byde velkommen til hele to nye bestyrelsesmedlemmer, Karen Bech Jessen fra Trapholt og Rikke Johansen Smidt fra Viborg Museum. Dernæst to timers omvisning i det spændende museum, hvor vi sluttede af med at se Lorentzens flugt-tunnel. Tusind tak til Fængelsmuseet i Horsens og Maria Berg Briese for varm velkomst, god forplejning og indlevende omvisning!





Orms Rejse / Moesgaard Museum

## MiD

- er foreningen for museumsformidlere i Danmark og for andre, som interesserer sig for at formidle kunst, kultur og natur.
- prioriterer fagligheden i formidlingen og sætter fokus på faget.
- ønsker at styrke det tværfaglige samarbejde.
- styrker det kollegiale potentiale.
- arbejder for at opkvalificere formidling gennem styrkelse af såvel nationale som internationale samarbejder.

Bliv medlem af MiD

Et årligt medlemskab koster 300 kr. og du får muligheden for at netværke på formidlingsfagligt niveau. Meld dig ind i foreningen på: [kasserermid@gmail.com](mailto:kasserermid@gmail.com).

Følg os også på Facebook