



Oplevelse. Skæve gulve, sanselige video-projektioner og brugergenererede samlinger. Museerne er ikke bange for at gå nye veje i forsøget på at åbne op og gøre sig relevante for danskerne.

Kunsten at formidle et museum

Af Michael Charles Gaunt
micg@berlingskemedia.dk

Det er spændende tider at være museum i. Mens nye teknologier præsenterer et overflødhedshorn af nye formidlingsmuligheder har museernes rolle i samfundet ændret sig. Museumsfolkene sidder ikke længere og luner deres samlinger uden videre omtanke for omverdenen. I disse år handler det om at lukke op og gøre sig relevante for danskerne. Også dem, der normalt ikke går på museum.

»Forventningerne til museerne har ændret sig. For 20 år siden skulle museerne forske, indsamle og bevare. Det var de centrale opgaver. Så var det selvfølgelig også fint, hvis de havde nogle åbningstider, så folk kunne komme og se resultatet,« siger professor Kirsten Drotner, leder af DREAM, der forsker i digital museumsformidling.

»I dag er det sådan, at hvis museerne gerne vil have offentlig støtte, så må de også være indstillede på, at de skal nå bredere ud. Det er noget, som museerne er blevet meget mere opmærksomme på. I stedet for at spørge, »hvad kan brugerne gøre for os?« så spørger man nu, »hvad kan vi gøre for brugerne?« siger hun.

Michael Eigtved, museumsdirektør for Frederiksbergmuseerne, genkender tendensen.

»Det er jo ikke fordi, man ikke længere synes indsamlingen af genstandene er væsentlig, men formidlingsdelen er simpelthen blevet større. Museerne vil gerne ud og vise alle de gode ting, de har. Det er jo ikke særlig fedt at være et hemmeligt museum. Synet på hvad der er vigtigt i kulturarven har nok ændret sig. Det hele bliver stadig dækket, men måden man gør det på, gør at de besøgende får en mere interessant og kvalificeret oplevelse,« siger han.

Et af de formidlingsæssige flagskibe herhjemme er det nyåbnede M/S Museum for Søfart i Helsingør. For nylig kårede New York Times det for nylig kårede til en af de 52 internationale attraktioner, man bør besøge i 2014. Spørger man museumsdirektør og ph.d. i museumsformidling Camilla Mordhorst er et af nøgleordene oplevelse.

»Rigtig god formidling inddrager flere sanser. Det lærende menneske er også det oplevende menneske. Det er man nødt til at have med i moderne museumsformidling. Derfor arbejder vi bl.a. meget med projektioner på væggene, hvis primære funktion er at være stemningskabende. De peger ikke på en bestemt historisk begivenhed, men skaber til gengæld en stemning i rummet af f.eks. at være på havet, eller at vi nu befinder os i et område med krig eller fare.«

Rigtig god formidling inddrager flere sanser. Det lærende menneske er også det oplevende menneske. Det er man nødt til at have med i moderne museumsformidling.

Camilla Mordhorst,
museumsdirektør

Oplevelsesaspektet er sågar integreret i selve museumsbygningen, der er tegnet af arkitektgruppen BIG og opført i og omkring Helsingør Skibsværfts gamle tørdok. F.eks. hælder gulvene i alle udstillingsrummene en smule, og det er med til at understøtte følelsen af at være på havet.

»Det handler om at bruge folks kroppe i udstillingerne. Det er jo noget af det, som folk ikke får med, når de f.eks. sidder og ser fjernsyn,« siger Camilla Mordhorst.

Det er dog ikke kun museerne, der er begyndt at fokusere mere på formidlingsdelen. Forskning indenfor feltet har også været tiltagende i de senere år, og særligt en række nyere brugerundersøgelser har givet stof til eftertanke.

»Det har faktisk vist sig, at det kun er 50 procent af oplevelsen, der er knyttet til selve udstillingen. De resterende 50 procent handler om alt det andet. Den erkendelse har været rigtig vigtig for os,« siger Camilla Mordhorst og fortsætter:

»Både museumsbygningen og selve beliggenheden spiller også en stor rolle for den samlede oplevelse. Det har vi meget bevidst forsøgt at flette med ind i museumsoplevelsen. Udstillingerne er rigtig vigtige, men det er kun et aspekt af det. Vi er i den heldige situation at selve bygningen er lavet til formålet.



På det nyåbnede M/S Museum for Søfart forsøger man at inddrage sanserne i formidlingen. Små video-projektioner er med til at understøtte følelser og sansninger, mens man på arkitektursiden har valgt at lade alle gulve skråne en smule for at give en fornemmelse af at være på havet.
Foto: Thijs Wolzak

Med de nye teknologier er der mulighed for – og til dels en forventning om – at kommunikationen går begge veje, og at brugerne i højere grad kan interagere med og blive aktive medskabere af museernes samlinger.



Det vil sige, at hele bygningen er medformidlende i forhold til at fortælle om søfartens kulturhistorie,« siger Camilla Mordhorst.

Man kan imidlertid ikke tale om moderne museumsformidling uden også at komme ind på nye digitale teknologier. I dag har de fleste danskere en smartphone i hånden og et par profiler på sociale medier, og det har bl.a. medført at den traditionelle envejskommunikation fra museum til gæst er blevet blødt op. Med de nye teknologier er der mulighed for – og til dels en forventning om – at kommunikationen går begge veje, og at brugerne i højere grad kan interagere med og blive aktive medskabere af museernes samlinger.

Mulighederne synes endeløse. Men brugen af ny teknologi er i sig selv ingen garant for succes blandt museumsgæsterne, lyder det fra Kirsten Drotner.

»Museerne er midt i en proces, hvor de skal blive helt skarpe på, hvad det er, de vil og kan med de her nye formidlingsmuligheder. Mange af museerne er i dag fokuseret på selve teknologien i deres iver efter at tage mange af den nye formidlingsmuligheder i brug. »Hold da op, nu har vi noget, der hedder QR-scannere. Det skal vi også have! iPads? Det skal vi også have!« Udfordringen for museerne er at flytte fokus fra selve teknologien til brugen af teknologien.«

Blandt dem, der er lykkedes med at udnytte de nye digitale formidlingsmuligheder, er Københavns Museum med det prisvindende formidlingsprojekt VÆGGEN – en 12 meter lang og to meter høj interaktiv touch-skærm, der siden 2010 har stået på skiftende centrale adresser i byen. Her har forbigående ikke alene kunnet gå på opdagelse i et virtuelt København fyldt med tusindvis af københavnerbilleder fra museets samling, men har også selv kunnet uploade deres egne fotos og københavnerfortællinger.

»Idéen har været at gøre vores eksisterende samling tilgængelig for et bredere pub-

likum og samtidig få københavnerne til selv at bidrage med nye billeder til samlingen. Mange af de gamle københavnerbilleder i vores samling er taget af professionelle fotografer, men i dag er fototeknologien blevet tilgængelig for alle med en smartphone. Det havde vi lyst til at udnytte,« fortæller Jakob Ingemann Parby, museumsinspektør på Københavns Museum.

VÆGGEN har indtil videre været med til at udvide museets samling med 8.000 nye københavnerbilleder. 1,4 millioner brugere har prøvet at gå på opdagelse i det virtuelle univers. Til sammenligning har museet ca. 65.000 besøgende årligt. Tal kan selvfølgelig være taknemmelige. En ting er dog helt sikkert: Tiden hvor museerne nøjedes med at fortælle om deres åbningstider er endegyldigt forbi.

Det er dog langt fra alle danske museer, der er så store, at for alvor kan rykke på de nyskabende formidlingsformater, påpeger Kirsten Drotner.

»Der er meget stor forskel på at være Nationalmuseet og et lille museum i provinsen, som ikke har de samme ressourcer og bevågenhed til at kunne tiltrække de store private fondsmidler, det ofte kræver.«

Det billede kan Michael Eigtved, museumsdirektør for de fem så frederiksbergmuseer, godt genkende.

»Økonomien sætter selvfølgelig sine begrænsninger. Dybest set har vi råd til at holde åbent. Hvis vi skal lave noget ekstra sjovt, skal vi ud og søge penge. Men det gælder også for de store museer. For os er det et vilkår, at vi er små. Også i udstrækning. Det er store oplevelser i intime rammer. I stedet for at ærgre sig over alle de store ting, vi ikke kan, så vælger vi at vende vores størrelse til en styrke. At man kan komme tæt på værkerne og have en intim oplevelse af dem er i sig selv en kvalitet.«

BESØG DE DANSKE SLOTTE OG HAVER

FÅ EN GUIDE PÅ TURISTINFORMATIONER, BIBLIOTEKER OG SLOTTE



SLOTTE & KULTUR-EJENDOMME

SE GUIDEN PÅ SLKE.DK