

Formidlingsstrategi Nordjyske Museer 2021-2025

Nordjyske Museer er det statsanerkendte og kulturhistoriske museum, som varetager bestemmelserne i Museumsloven for følgende storkommuner: Jammerbugt, Mariagerfjord, Rebild og Aalborg. Ifølge Museumsloven skal de kulturhistoriske museer bl.a. belyse forandring, variation og kontinuitet i menneskets livsvilkår fra de ældste tider til nu.

Formidlingsstrategien tager sit afsæt i museets overordnede strategi under overskriften Nordjyske Museer – Vi giver historien liv. Det er museets opgave at bidrage til forståelse af både den nære og den fjerne verdens udvikling, og hvordan mennesker trives og virker i den. Museet skal skabe genklang, genkendelighed og fælles erindring i det samfund, vi lever i.

Museets formidlingsstrategi afstemmes desuden med forsknings- og samlingsstrategierne og skal sikre, at forskningsresultater formidles til det brede publikum. Strategien er inddelt i fem satsningsområder og fire hovedprojekter, som skal styrke museets mission og vision.

1. Hovedprojekter

En væsentlig del af formidlingsstrategien fokuseres mod museets hovedprojekter: Koldkrigsmuseet REGAN Vest, Aalborg som historisk destination og Vikingemuseet Fyrkat. Udover at være selvstændige hovedprojekter udspringer de desuden i flere af satsningsområderne i forskningsstrategien og skal styrke museet formidlingsfagligt. Strategien rettes derudover også mod arbejdet med omdannelsen af Lystfartøjsmuseet på Hobro Havn til et kommende Fjordmuseum.

1.1 Koldkrigsmuseet REGAN Vest

Den kolde krigs historie og kulturarv er et af museets største satsningsområder og vil i forlængelse af åbningen af Koldkrigsmuseet REGAN Vest fortsat være det i strategiperioden.

Der etableres et nyt museum ved REGAN Vest bunkeren. I strategiperioden udføres tre store formidlingsprojekter: Et rundvisningskoncept, en tematiseret udstilling og et læringscenter med specialudviklet indhold og formidlingsgreb. Projekterne har fokus på at ramme forskellige målgrupper og udvikles i tæt samarbejde med professionelle aktører inden for udstillingsdesign samt mundtlig og rollebaseret formidling. Desuden udføres forskellige test af alle tre projekter på udvalgte brugergrupper gennem hele processen.

1.2 Aalborg som historisk destination

Museet har i en årrække arbejdet med forskning i kernefortællinger og formidlingsgreb, der kan udgøre grundlag for etablering af en ny historieformidling i det centrale Aalborg.

Fra 2020 samarbejder museet med Aalborg Kommune om etableringen af en historieformidling i det centrale Aalborg under overskriften "Aalborg som historisk destination", der vil tage udgangspunkt i Aalborg Historiske Museum og inddrage en række lokaliteter i byens ældste kvarterer. Der fokuseres særligt på identitetsskabende fortællinger og byens fysiske kulturarv med det formål at bringe byens udvikling og liv tæt på publikum ved at lade formidlingen ske i byens rum og bygninger i samspil med etableringen af nye udstillinger på Aalborg Historiske Museum. Der skabes en helhed med et bredt udvalg af forskellige formidlingsgreb, som har sit

udgangspunkt i den mundtlige og brugerinddragende formidling, eksempelvis udvikles et dilemmaspil på Rådhuset i Aalborg omhandlende ret og straf gennem tiderne.

1.3 Vikingemuseet Fyrkat

I 2022 og 2023 planlægger museet at lave en ny udstilling på Møllegården ved ringborgen Fyrkat. Udstillingens fokus er på ringeborgene og kongemagten under Harald Blåtand, men også formidlingen af en brydningstid, hvor der sker et skifte fra asatro til kristendom. I forhold til de fire andre ringborge fra det nuværende danske rige adskiller Fyrkat sig ved, at en af Danmarks mest spektakulære grave fra vikingetiden er fundet her, hvilket giver nogle interessante perspektiver i forhold til trosskiftet i Danmark i slutningen af vikingetiden. Udstillingen er en del af en større helhedsplan, som foruden en række formidlingsmæssige tiltag sammenkobler forskning og formidling med det forhold, at Fyrkat sammen med de øvrige ringborge er nomineret som Unesco Verdensarv.

1.4 Fjordmuseet

Museet vil i strategiperioden arbejde på en omdannelse af det nuværende Lystfartøjsmuseum på Hobro Havn under arbejdstitlen "Fjordmuseet". Det indebærer udvikling af nye kernefortællinger med fokus på relationer mellem menneske og natur i området omkring Mariager Fjord med perspektiveringer såvel regionalt som nationalt – samt tilhørende udvikling af nye udstillinger og formidlingsgreb. Formidlingsstrategien er rettet mod en samlet formidling af Mariager Fjord med særligt fokus på udviklingen af Hobro Havn og by i 1800-tallet samt fjordområdets udvikling til rekreativt område i nyere tid. Her udvikles projektet ved brug af kvantitative brugerundersøgelser.

2. Det tilgængelige museum

Museets værdier bygger på troværdighed, ægthed og imødekommenhed. Derfor er det helt essentielt at øge museets tilgængelighed. Publikum skal, i princippet, kunne møde museets formidling på alle tider i døgnet gennem et bredt udvalg af platforme og lokaliteter. Dette kræver dog et strategisk arbejde og en klarlægning af museets egne kompetencer, resurser og viden, især med fokus på digital formidling. I strategiperioden fokuseres på følgende fire indsatser:

2.1 Udstillingsvirksomhed

Udstillinger er museets primære formidlingskanal til publikum. Det er essentielt, at museets permanente og særudstillinger vækker genklang i publikum, og at de er tiltalende og letforståelige. Derfor er formidlingsstrategien rettet mod udvikling af museets udstillingsvirksomhed og praksis generelt. Der sættes især på udvikling via hovedprojekterne, da de giver unikke muligheder for at afprøve nye formidlingsgreb og brugerinddragelse.

Strategien indebærer desuden en fortsættelse af en allerede igangsat kvalificering og klarlæggelse af eksisterende og fremtidige formidlingspotentialer ved museets eksisterende udstillingssteder for at styrke de enkelte udstillingssteders profil. Udstillingsvirksomheden skal udvikles i forhold til nationale og internationale standarder for moderne formidling samt målrettes både et dansk og udenlandsk publikum.

2.2 Formidling i byrum/landskabet

Museets møde med publikum udgøres af meget mere end udstillinger. Mundtligt formidling er en lettilgængelig og populær formidlingsform. Dette potentiale skal museet udnytte især på vores in situ formidling såsom udgravninger, hvor historien gemmer sig direkte under vore fødder. Det er et væsentligt satsningsområde at visualisere Nordjyllands ældste historie, hvor der ikke længere findes synlige fysiske spor af de arkæologiske levn. Dette søges gjort ved at invitere borgere så tæt på museets arkæologiske arbejdsproces som muligt. Bl.a. ved åbne udgravninger med mulighed for at høre, se og røre. Et andet greb er at museet kontinuerligt udvikler et bredt udvalg af by- og landskabsvandring.

2.3 Museumsoplevelsen – før, under og efter

Publikums oplevelse af museets formidling påvirkes af mange faktorer. Det er ikke kun mødet med museets udstillinger eller formidlingspersonale, som former oplevelsen. Et museumsbesøg skal ses som en rejse, som starter allerede ved informationssøgning eller billetkøb på hjemmesiden. Formidlingsstrategien skal samtænkes med museets kommunikationsstrategi, da disse ikke kan skilles ad. I strategiperioden arbejdes på at skabe en helhedsoplevelse for publikum.

2.4 Digital strategi

Det er et mål, at Museet skal være tilgængeligt for publikum på digitale platforme. Dog kræver dette en afdækning af de digitale platformes muligheder og begrænsninger bl.a. med hensyn til formål og målgrupper, samt kompetenceudvikling inden for produktion af narrativt indhold til digitale platforme. En sådan undersøgelse igangsættes i perioden bl.a. gennem afprøvning af videoproduktion og podcast.

3. Styrkelse af det kulturelle medborgerskab

Museet søger at styrke det kulturelle medborgerskab, hvilket indebærer, at formidlingsstrategien skal styrke borgernes lyst til at bidrage og deltage i fællesskaber i hverdagen. Dette gøres ved, at museet skaber rammer, som skal få borgere til bedre at forholde sig den verden, vi alle lever i. I strategiperioden udføres følgende fem indsatser:

3.1 Mental sundhed

Museet samarbejder aktivt med Aalborg om projektet "Kulturvitaminer", som tilbyder udsatte befolkningsgrupper med symptomer på stress, angst eller depression, at få en unik kulturoplevelse i mødet med museets fagpersonale gennem særligt tilrettelagte forløb. Mødet skal være med til at fjerne fokus fra sygdom og i stedet skabe nye selvbilleder af mennesker med kompetencer, der kan og vil noget. Samarbejdet søges udvidet i strategiperioden med andre kommuner.

3.2 Rollebaseret formidling

I strategiperioden vil museet arbejde metodisk med den spilbaserede læring. Rollespil skaber mulighed for at simulere situationer, der gør det muligt at anskue og diskutere temaer og problemstillinger fra helt nye perspektiver, hvor deltagerne kan reflektere og lære på deres egne præmisser. Rollespillet søges dramatisk opbygget og opbygges således, at der er frie valg inden for den historiske ramme. Spillet skal skabe grundlaget for deltagerens indlevelse, engagement og ansvar for egne valg. Ved hovedprojekterne udvikles flere dilemmaspil til brug for undervisning af særligt grundskolen og gymnasieskoler. Eksempelvis etableres et dilemmaspil ved Koldkrigsmuseet REGAN Vest, der udspiller sig i et simuleret kontrafaktisk spil, hvor deltagerne

oplever, at den kolde krig bliver varm. Deltagerne foretager valg og skal efterfølgende reflektere selvstændigt og kritisk over deres valg for derefter at perspektivere oplevelsen til nutidens politiske virkelighed.

3.3 Aktive frivillige

Museets samarbejde med frivillige udvikles i henhold til museets frivillighedspolitik. Museet har 200 aktive frivillige samt 13 venneforeninger med 3.500 medlemmer tilknyttet. De frivillige og foreningerne deltager i en stor del af museets formidling. På flere af museets afdelinger bidrager frivillige væsentligt til formidlingens kvalitet og kvantitet. Der arbejdes på at formalisere og systematisere samarbejdet med de frivillige samt etablere flere frivillighedsgrupper og at uddanne frivillige i formidling og forskellige håndværk til brug i især den daglige levendegjorte formidling.

3.4 Borgerinddragelse og lokal forankring

Museet vil vedligeholde og udbygge den lokale forankring samt inddrage borgerne i museets formidling. Museet vil øge antallet af brugere og kendskabet til museet gennem differentieret formidling, som rækker uden for museet fire vægge, ud i lokalsamfundet, byrummet og kulturlandskabet. Brugere skal føle medejerskab til museet, og museet ønsker at øge borgerinddragelsen ved at lade borgere bidrage, samarbejde og medskabe i højere grad. Museet vil gennemføre projekter specifikt møntet på at nå forskellige målgrupper og afprøve forskellige former for brugerinddragende aktiviteter i byrummet og kulturlandskabet.

3.5 Arkæologi som værdiskaber

Museet har tilsluttet sig og bruger konceptet: "Kulturarv som værdi – arkæologi som værdiskaber" i samarbejde med andre museer og Slots- og Kulturstyrelsen. Målet er at bruge arkæologi som værdiskabende resurse i samarbejde med bygherrer og offentlige myndigheder baseret på åben dialog og formidling af arkæologiske udgravninger, hvor den gode historie fortælles til områdets borgere.

4. Styrkelse af det fælles museumsbrand

Museet gennemgik en brandingproces i 2020-2021. Dette indebar vedtagelse af ny vision og mission, et navneskift, ny design manual og en sammentænkning af museets resurser. Dette arbejde videreføres i strategiperioden i samarbejde med museets øvrige afdelinger. Formidlingsstrategien har til formål at styrke helhedstænkningen på museet og bruge udstillingsstedernes og personalets forskelligheder til at styrke den fælles fortælling med fokus på samarbejde og helhedstænkning.

5. Kvalitetssikring og målrettet formidling

Formidlingsstrategien skal sikre, at museets formidling er relevant og vedkommende for museets brugere. Dette indebærer, at museets tilbud kvalitetssikres, og at der arbejdes målrettet med målgrupper.

Museet har en bred vifte af formidlingstilbud, som skal kvalitetssikres i forhold til brugerens oplevelser. Dette kan ikke gøres uden at forholde sig til museets målgrupper, hvilket forudsætter, at museerne har dokumenteret, hvem der er bruger og ikke-bruger af museet. Strategien indeholder følgende to indsatser:

5.1 Målgrupper og brugeradfærd

Museet vil øge kendskabet til sine brugere. Derfor gennemføres en systematisk klarlægning og undersøgelse af museets målgrupper og de besøgendes adfærd og motivation for museumsbesøget. Dette være sig både nuværende brugere og ikke-brugere af museet. Museet har gennemført undersøgelser af brugeradfærd og brugertopografi på alle museets udstillinger i 2020, og dette arbejde videreføres på museets andre formidlingsformer og platforme: Læringstilbud, foredrag, guidninger, byvandring og publikationer, formidling i kulturlandskab og byrummet samt digitale platforme og sociale medier. Desuden ønskes det at bruge de nationale brugerundersøgelser mere aktivt i museets evalueringer og øge museets viden om brugeradfærd. Museet deltager derfor i nationale pilotprojekter til forbedring af de forskellige måleparametre for brugerens oplevelse.

5.2 Kvalitetssikring og brugertest

Kvaliteten af museets formidling skal sikres løbende, idet museet benytter mange forskellige formidlingskanaler og formidlere. I strategiperioden udvikles metoder til rutinemæssig kvalitetssikring af specielt byvandring og udstillinger. Det er målet at inddrage brugere i udvikling af hovedprojekterne til idéudvikling til udstillingers temaer og til brugertest af rundvisningskoncepter. Hensigten er, at alle større udstillingsprojekter indeholder brugertest, hvor formidlingsgreb og forståelse af udstillingernes tematikker testes på udvalgte brugersegmenter. Derfor skal de interne kompetencer inden for mundtlig formidling samt udførelse af brugerundersøgelser styrkes.

6. Kommercialisering og partnerskaber

Museet har som overordnet strategi at øge indtjening og besøgstal. Dette skal formidlingsstrategien bidrage til. Det er et mål, at ved udvikling af nye udstillinger eller formidlingstiltag skal mulighederne for kommercielle sideprodukter afdækkes med henblik på en øget egenindtjening. Desuden skal museets tilbud effektiviseres for at kunne øge efterspørgslen. Populære formidlingstilbud skal systematiseres og udbydes i højere grad, og nye produkter skal trykprøves i forhold popularitet og kvalitet.

Formidlingsstrategien fokuserer hertil også på at styrke publikums museumsoplevelse ved brug af andre aktører og samarbejdspartnere i udvikling og afvikling af museets arrangementer, udstillinger og undervisningstilbud. Dette skal bidrage til øget indtjening, synlighed og medejerskab. Ikke mindst får museet mulighed for at afsøge nye målgrupper. Der søges aktivt at samarbejde med restauratører, kunstnere og uddannelsesinstitutioner.

7. Målsætning

Museumsformidlingen hænger tæt sammen med de fire øvrige søjler i Museumsloven, som alle finder vej til publikum via formidlingen. Det er hensigten at skabe sammenhæng mellem undersøgelser, forskning, samlinger og formidling, således at museets forskning og viden formidles til museets brugere i bred forstand. Det er væsentligt for Nordjyske Museer, at dets formidling er tidssvarende og dynamisk, hvad angår alle museets formidlingsformer og platforme. Formidlingsstrategien har til formål at løfte følgende målsætninger:

Museet ønsker at skabe genklang, genkendelighed og fælles erindring i det samfund, vi lever i.

Museet bidrager til forståelse af både den nære og den fjerne verdens udvikling, og hvordan mennesker trives og virker i den.

Museet bruger aktivt sine samlinger og viden/forskning i sin formidling.

Museet vil styrke den lokale forankring.

Museet vil udvikle sin undervisningsvirksomhed.

Museet vil styrke samarbejdet på tværs i organisationen og øge vidensdelingen.

Museet indgår i formidlingsamarbejder og kompetenceudviklende netværk med andre museer og institutioner.

Museets formidling har en høj kvalitet, der lever op til museumsfaglige standarder.

8. Planlægning og revidering

Museets formidlings- og udstillingsafdeling planlægger og koordinerer årets arrangementer og udstillinger i forhold til årsplaner og med baggrund i årets budget. Årsplanerne refererer til museets perspektivplan og formidlingsstrategi. De enkelte formidlere og inspektører koordinerer løbende med ledelse og kommunikationsafdeling.

Formidlingen og udviklingen af denne søges desuden suppleret, hvis det er muligt gennem relevante fonde, puljer og sponsorater. Museet afsætter desuden driftsmidler for at sikre, at de langsigtede satsningsområder kan nås. Strategien revideres løbende i formidlingsafdelingen i henhold til fremdriften af projekterne.

Denne strategi er forlagt og godkendt af museets direktør.

Dato: 09.03.2022

Lars Nørbach

Lars Chr. Nørbach