

MUSEER

# BORGERE OG BÆREDYGTIGE LØSNINGER

KULTUR  
STYRELSEN  
DANISH AGENCY FOR CULTURE



MUSEER

**BORGERE OG  
BÆREDYGTIGE  
LØSNINGER**

JACOB THOREK JENSEN

& IDA BRÆNDHOLT LUNDGAARD

# INDHOLD

<b>FORORD</b>	4
<b>LÆSEVEJLEDNING</b>	6
<b>BIDRAGSYDERE</b>	10

## **KAPITEL 1 BRUGERE OG BÆREDYGTIGE RELATIONER**

<b>MUSEERNES BRUGERE OG BRUGERNES MUSEER</b>	18
JACOB THOREK JENSEN & IDA BRÆNDHOLT LUNDGAARD	
<b>MUSEER I CENTRUM AF BÆREDYGTIG SAMFUNDSUDVIKLING</b>	58
JACOB THOREK JENSEN & IDA BRÆNDHOLT LUNDGAARD	
<b>BRUGERUNDERSØGELSENS METODE</b>	82

## **KAPITEL 2 MANGFOLDIGHED OG ORGANISATIONSUDVIKLING**

<b>HVAD ER BÆREDYGTIGHED?</b>	94
LENE FLORIS & CHRISTIAN HEDE	
<b>BLINDE VINKLER (EN REJSENDES FORTÆLLING)</b>	
– NOTER OM KULTURELT MEDBORGERSKAB, MAGT, ANERKENDELSE OG FORSKELLIGHED	110
TEMI ODUMOSU	
<b>FORSKNINGSBASERET REFLEKSIV PRAKSIS</b>	120
EMILY PRINGLE	

## **KAPITEL 3 MEDBORGERSKAB OG TRANSFORMATION**

<b>HVORFOR TRANSFORMATIVE PROCESSER?</b>	134
MIKKEL BOGH & BERIT ANNE LARSEN	
<b>BÆREDYGTIGE VINGER</b>	
– ET POSTFEMINISTISK BLIK PÅ MUSEER	150
CARLA PADRÒ	
<b>MUSEUMSFUSION OG BRUGERDRETVET TRANSFORMATION</b>	170
INGEBORG SVENNEVIG & ESKIL VAGN OLSEN	
<b>GENTÆNKNING AF FORTIDEN, NUTIDEN OG FREMTIDEN</b>	
– KUNST, STEDSANS OG SAMFUND	182
ALIA RAYYAN	

## **KAPITEL 4 STEDSANS OG METAMORFOSER**

<b>NATURHISTORISKE MUSEER VED ET VENDEPUNKT</b>	198
HANNE STRAGER	
<b>HVORDAN KAN MUSEER BIDRAGE TIL SOCIAL OG KULTUREL FORANDRING?</b>	212
LORENA SANCHO QUEROL & EMANUEL SANCHO	
<b>GENTÆNKNING AF ØKOMUSEET</b>	232
KIM CLAUSEN, PETER CARSTENSEN & IBEN GRANUM MØLLER	

## **KAPITEL 5 KULTURARVSLEDELSE OG SOCIAL FORANDRING**

<b>MUSEERNES SAMFUNDSMÆSSIGE ROLLE</b>	252
CHRISTINE BUHL ANDERSEN & NILS M. JENSEN	
<b>BIG DATA, PRAKSIS OG POLITIK</b>	268
PAUL MOORE	
<b>MENNESKER OG POLITISKE MUSEER</b>	
– KAMPPLADSER OG MULIGHEDSRUM FOR KULTURARV	280
METTE SKEEL	

## **BILAG**

<b>DELTAGENDE INSTITUTIONER</b>	293
<b>SPØRGESKEMA</b>	297
<b>FOTOKREDITERING</b>	302



Bæredygtighed er i dag øverst på dagsorden – også for museerne. Kulturstyrelsen har derfor valgt at præsentere resultaterne af Den nationale brugerundersøgelse 2014 ud fra et bæredygtighedsperspektiv. Det bygger på en kompleks forståelse af bæredygtighed, som inkluderer mange forskellige parametre. Kulturstyrelsen præsenterer med publikationen *Museer – Borgere og Bæredygtige Løsninger* resultater, erfaringer og udfordringer. Brugerundersøgelsen har identificeret de sidste seks år.

Brugerundersøgelse er et redskab til at udvikle relevante og aktuelle museer med adgang til kultur for alle borgere i alle kroge af Danmark. Det er en klar politisk målsætning i Museumsloven. Som det er beskrevet i bemærkningerne til museumsloven, skal de statslige og statsanerkendte museer "... bidrage til at perspektivere den aktuelle samfundsudvikling og -debat. Samtidig skal de også være med til at danne grundlag for løsning af samfundsmæssige opgaver. Museerne skal som noget helt centralt udvikle kultur- og naturarv som en ressource i det danske samfund, herunder udvikle betydning og anvendelse heraf for såvel den enkelte borger som for samfundet som helhed. Museernes samfundsmæssige rolle skal styrkes, og museerne skal bidrage til samfundets udvikling og til almen dannelse gennem oplevelser, inspiration, læring, kritisk refleksion og medborgerskab."

Børn og unge får som selvstændige brugergrupper særlig opmærksomhed i disse år. Med den nye folkeskolereform bliver det stærke fokus på samspillet mellem skole og museer yderligere styrket. Det er frugtbart både for børn og unge og for museerne. Børn og unge kan anlægge nye og friske perspektiver på kulturarv og museernes opgaver og roller. Og samtidig udgør museer et særligt offentligt rum og mødested for læring på tværs af generationer. Børn og unge kan gennem viden om vores kultur blive aktive medborgere, der bidrager til udvikling og skabelse af fremtidens samfund.

Brugerundersøgelsen er i sig selv en bæredygtig løsning, hvor de statslige og statsanerkendte museer og Kulturstyrelsen, i samarbejde med andre kulturinstitutioner, universiteter og Organisationen Danske Museer, har genereret et unikt kvantitativt datamateriale. Brugerundersøgelsen er et resultat af en øget transparens om museernes brugerprofiler og et fælles afsæt for professionel udvikling af museerne gennem vidensdeling af resultater og erfaringer mellem museerne imellem og med det omkringliggende samfund.

*Museer – Borgere og Bæredygtige Løsninger* bygger videre på Kulturstyrelsens publikationer *Museums – Social Learning Spaces and Knowledge Producing Processes*, 2013, og *Museer – Viden, Demokrati, Transformation*, 2014. Her præsenteres praktiske og teoretiske erfaringer og analyser af Brugerundersøgelsens lokale og nationale resultater med bidrag af markante danske og udenlandske museumsledere og -medarbejdere samt forskere.

Det er afgørende for Kulturstyrelsen at fremme vidensdeling og erfaringsudveksling internationalt på kulturområdet. Derfor deler vi vores danske erfaringer med Brugerundersøgelsen internationalt, samtidig med vi inviterer udenlandske eksperter til at forholde sig og fortolke undersøgelsens resultater til inspiration for den danske museumssektor.

**OLE WINTHNER**

Kontorchef, Kulturstyrelsen

## BRUGERE OG BÆREDYGTIGE RELATIONER

Artiklen “Museernes Brugere og Brugernes Museer” præsenterer hovedresultaterne fra Brugerundersøgelsen på de statslige og statsanerkendte museer i Danmark fra 2014. Artiklen belyser brugernes vurderinger af museernes kerneydelser, brugernes motivations- og læringsadfærd, vidensniveau i forhold til det som museet beskæftiger sig med og brugernes kulturelle tilknytning til andre lande end Danmark. Endvidere præsenterer artiklen brugernes fordeling i TNS Gallup kompas, som sammenholdes med kompassegmenteringen af den danske befolkning. Derudover redegør artiklen for brugernes socioøkonomiske baggrundsvariable, som også sammenholdes med data om den danske befolkning. Artiklen præsenterer både hovedtal for danske og udenlandske brugere.

Demæst følger artiklen “Museer i Centrum for Bæredygtig Samfundsudvikling”. Her bliver resultater og udviklingstendenser for de seks år Brugerundersøgelsen er gennemført præsenteret. Artiklen perspektiverer Brugerundersøgelsens resultater i en teoretisk og metodisk kontekst, i forhold til, hvordan museer kan bidrage til bæredygtig samfundsudvikling.

## MANGFOLDIGHED OG ORGANISATIONSUDVIKLING

I artiklen “Hvad er Bæredygtighed?” reflekterer Nationalmuseets vicedirektør, Lene Floris, og museets formidlingschef, Christian Hede, over, hvordan museet arbejder strategisk med brugerperspektiver ud fra forskellige bæredygtighedsparametre, bl.a. et økonomisk. Artiklen tager udgangspunkt i Nationalmuseets lokale brugerundersøgelser på de mange forskellige udstillingssteder, museet består af, og forholder sig til hvordan Nationalmuseet i de kommende år kan tiltrække endnu flere brugere ved at udvikle museets brand. I forlængelses heraf præsenterer artiklen det kulturhistoriske hovedmuseums strategiske målsætninger i forhold til bæredygtig udvikling med brugerperspektiv.

Demæst følger artiklen “Blinde Vinkler (En Rejsendes Fortælling) – Noter om Kulturelt Medborgerskab, Magt, Anerkendelse og Forskellighed” af forsker på Malmø Universitet Temi Odumosu. Hun identificerer centrale udfordringer og mål for udvikling af transformativt lederskab i kulturarvssektoren. Artiklen anlægger et postkoloniale blik på museumsfeltet og inddrager forfatterens personlige erfaringer som immigrant i Danmark.

Kapitlet afrundes med artiklen “Forskningsbaseret Refleksiv Praksis” af Emily Pringle, som er leder af Tate Museernes nye forskningscenter for læring. I artiklen diskuteres aktuelle udfordringer for museer med udgangspunkt i en forskningsbaseret praksis, som er grundlaget for etableringen af det nye center på Tate Museerne. Det er en praksis, som bygger på aktionsforskning, co-creation, flerstemmighed, kreativitet og risikovillighed.

## MEDBORGERSKAB OG TRANSFORMATION

Kapitlet indledes med artiklen “Hvorfor Transformative Processer?”, som er forfattet af direktør for Statens Museum for Kunst Mikkel Bøgh og formidlingschef Berit Anne Larsen. Artiklen tager udgangspunkt i museets lokale brugerundersøgelse og reflekterer over, hvordan museet arbejder strategisk med at udvikle en relevant og aktuel praksis i nutidens samfund. Forfatterne fra Danmarks hovedmuseum for kunst forholder sig til museets demokratiske forpligtigelser, og hvordan medborgerskabsperspektivet danner grundlag for transformativ organisationsudvikling og ledelse.

I artiklen “Bæredygtige Vinger – Et Postfeministisk Blik på Museer”, af den spanske forsker og forfatter Carla Padró, elaborerer hun over, hvordan postfeministisk teori kan være med til at udvikle museologien i en retning, hvor brugere og medarbejders trivsel er udslagsgivende for museets succes. Artik-

len understreger, hvorfor transformative praksisser, der tager udgangspunkt i social retfærdighed, må være lokalt funderet og kontekstbestemte. Forfatteren argumenterer for nødvendigheden af nye formater for museumspraksis, der bygger på flerstemmighed og kulturelt medborgerskab.

Demæst følger artiklen “Museumsfusion og Brugerdrevet Transformation” af museumsdirektør på De Kulturhistoriske Museer i Holstebro Kommune Ingeborg Svennevig og museumsdirektør på Museum Vestsjælland Eskil Vagn Olsen. De to museumsledere står begge i spidsen for nyligt fusionerede museer. I artiklen tager forfatterne udgangspunkt i deres museers erfaringer med lokale brugerundersøgelser og reflekterer over, hvordan museerne anvender brugerperspektiver strategisk i forhold til at skabe relevante og aktuelle kulturinstitutioner.

I artiklen “Gentænkning af Fortiden, Nutiden og Fremtiden – Kunst, Stedsans og Samfund” præsenterer direktøren for Al Hoash – The Palestinian Art Court, Alia Rayyan, etablering og udvikling af et kunstmuseum i Østjerusalem. Forfatteren beskriver, hvordan museet via lokale og internationale partnerskaber får lokal forankring og dermed skaber rammebetingelser for dialog baseret på inklusion og anerkendelse af mangfoldighed. Dermed bidrager museet til udvikling af en bydel og styrkelse af identiteter gennem visuel kultur.

## STEDSANS OG METAMORFORSER

Artiklen “Naturhistoriske Museer ved et Vendepunkt” indleder dette kapitel og er forfattet af formidlingschef på Statens Naturhistoriske Museum Hanne Strager. Forfatteren udfolder, hvordan Danmarks hovedmuseum for naturhistorie forvalter deres ansvar som videnscenter og læringsmiljø i samfundet. Artiklen reflekterer over museets lokale brugerundersøgelser og identificerer nødvendigheden af ny praksis, som bygger på inklusion og tværfaglighed, der omfatter inddragelse af unge og voksne brugere.

Demæst følger artiklen “Hvordan kan Museer bidrage til Social og Kulturel Forandring?”, som er forfattet af direktøren på Beklædningsmuseet i São Brás de Alportel, Emanuel Sancho, og postdoc ved Center for Sociologi på Universitetet i Coimbra Lorena Sancho Querol. Artiklen præsenterer principperne for social museologi, og demonstrerer hvordan Beklædningsmuseet er udviklet med teoretisk og metodisk afsæt i social museologi. Forfatterne viser, hvordan museet udgør et dynamisk videnscenter og læringsmiljø for bæredygtig udvikling i lokalsamfundet.

Afslutningsvis følger artiklen “Gentænkning af Økomuseet” af museumsdirektør for Ringkøbing-Skjern Museum Kim Clausen, museumsinspektør, souchef Peter Carstensen og markedsføringsansvarlig Iben Granum Møller. Forfatterne udfolder deres tanker og overvejelser i forbindelse med udviklingen af Ringkøbing-Skjern Museum, og dermed præsenterer de deres gentænkning af det franske økomuseumsparadigme i det 21. århundrede. Artiklen identificerer udfordringer og potentialer i udviklingen af relevante og aktuelle museer for lokale og globale brugere, der omfatter en integreret forståelse af kultur- og naturarv.

## KULTURARVSLEDELSE OG SOCIAL FORANDRING

Kapitlet indledes med artiklen “Museernes Samfundsmæssige Rolle” af direktøren for Organisationen Danske Museer (ODM), Nils M. Jensen, og bestyrelsesformand for ODM og museumsdirektør på KØS – Museum for Kunst i det Offentlige Rum Christine Buhl Andersen. Artiklen udfolder ODMs værdigrundlag og herunder visioner for museernes roller i samfundet. Forfatterne er særligt inspireret af museumsudviklingen i Holland og Storbritannien og identificerer udviklingsperspektiver med udgangspunkt i Brugerundersøgelsens resultater, der manifesterer museernes samfundsmæssige rolle.

Hernæst følger artiklen “Big Data, Praksis og Politik” af den irske professor Paul Moore, som er leder af School of Creative Arts and Technologies på Universitetet i Ulster. Artiklen tager udgangspunkt i Brugerundersøgelsens nationale resultater og diskuterer anvendeligheden af store datamængder, og hvordan disse kommunikerer, anvendes i praksis og kan omsættes til politik. Forfatteren udfolder potentialerne i datadrevet beslutningstagning ud fra et økonomisk og samfundsmæssigt bæredygtighedsperspektiv.

I artiklen “Mennesker og Politiske Museer – Kampladser og Mulighedsrum for Kulturarv” præsenterer den danske forsker Mette Skeel sine oplevelser og erfaringer med forhandling om kulturarv i den europæiske hovedstad, Budapest, som finder sted i og udenfor museernes mure. Det er forhandlinger, der tager udgangspunkt i individuelle og kollektive erindringer og fortrængninger samt identitetsspørgsmål knyttet til den aktuelle politiske situation i Ungarn.

# BIDRAGSYDERE

## ALIA RAYYAN

Alia Rayyan er uddannet cand.mag. i international politik med fokus på Mellemøsten, sociologi og kunsthistorie fra Hamborg Universitet og Skolen for Orientalske og Afrikaniske Studier (SOAS) ved University of London. Hun har arbejdet som kreativ producer, filmproducent, projektleder, journalist og forfatter i Berlin, Beirut, Dubai, Amman og Ramallah. I 2007 flyttede hun til Palæstina for at arbejde med fokus på visuel kultur og identitet. Siden september 2013 har hun været direktør på Al Hoash Gallery - the Palestinian Art Court, i Jerusalem.

## BERIT ANNE LARSEN

Berit Anne Larsen er cand.mag. i moderne kultur og kulturformidling fra Institut for Litteraturvidenskab på Københavns Universitet. Hun har været formidlingschef på Statens Museum for kunst siden 2008. Inden da var hun leder af ARKEN Undervisning. Hun har også været projektleder på etablering af Museumsformidleruddannelsen på Museumshøjskolen. Fra 1996 til 2000 var hun ansat på Louisiana, hvor hun bl.a. arbejdede med etablering af et arkitekturmuseum for Jørn Utzon og udstillingen *Vision og Virkelighed*. Sideløbende har hun været ekstern lektor på Institut for Kunsthistorie på Københavns universitet og Aalborg Universitet. Hun sidder i bestyrelsen for Organisationen Danske Museer.

## CARLA PADRÓ

Carla Padró er forfatter og forsker. Hun har en doktorgrad i kunsthistorie med speciale inden for museologi ved universitetet i Barcelona. Hun har en cand.mag. i Museum Education fra George Washington University, Washington DC, og med et stipendium fra 'la Caixa' Fellowship Program har hun endvidere en kandidateksamen i humaniora med speciale inden for kunsthistorie ved Barcelonas autonome universitet. Hun har arbejdet som lektor ved universitetet i Barcelona fra 1996 og som programkoordinator

ved The Corcoran Gallery. Aktuelt kombinerer hun arbejdet med at skrive litteratur med forskning og design af nye formater til museernes formidling på basis af publikationer som *Voices with Critical Wings. Museum Mediators in Spain* (2014).

## CHRISTIAN HEDE

Christian Hede er uddannet cand.mag. i historie og økonomi fra Københavns Universitet. Han har arbejdet med museer og kulturarv siden 2004, bl.a. i Kulturarvsstyrelsen. Siden 2009 har han været ansat på Nationalmuseet. Her var han først centerleder med ansvar for kommunikation og administration og fra 2012 ligeledes med ansvar for Center for Formidling. Christian har været formidlingschef på Nationalmuseet fra 2014.

## CHRISTINE BUHL ANDERSEN

Christine Buhl Andersen er direktør for KØS - Museum for kunst i det offentlige rum. Fra 2011 bestyrelsesformand for Organisationen af Danske Museer. Hun var formand for Statens Kunstfonds Internationale Billedkunstudvalg i perioden 2007 til 2011. Fra 2014 er hun udnævnt til bestyrelsen for Ny Carlsberg Fondet.

## EMANUEL SANCHO

Emanuel Sancho har været direktør for Beklædningsmuseet i São Brás, Portugal, siden 1997. Inden da var han beskæftiget inden for turismeerhvervet. Han er bestyrelsesmedlem i både den portugisiske del af the International Movement for a New Museology (MINOM) og Algarve Cultural Management Association (AGECAL) og desuden medlem af Algarve Museums Network (RMA). Han forelæser om og har forfattet adskillige artikler vedrørende lokalhistorie og social museologi.

## EMILY PRINGLE

Dr. Emily Pringle er udlært maler og arbejdede i mange år som kunstner, formidler og forsker inden for kunst og kulturlæring, før hun blev ansat på Tate Gallery som chef for afdelingen Learning Practice and Research i 2010. I sin nuværende rolle har hun ansvaret for strategisk programudvikling og tilsyn med forskning og evaluering på tværs af Tate Londons læringsafdeling. Emily har mange publikationer bag sig og har i 2014 startet Tate Research Centre: Learning, med henblik på at udvikle og formidle forskning inden for læringsområdet på kunstmuseer.

#### ESKIL VAGN OLSEN

Eskil Vagn Olsen er cand.mag. i historie med sidefag i forhistorisk arkæologi fra Københavns Universitet. Han har endvidere en diplomuddannelse i museumsledelse fra 2010. Han er museumsdirektør for det nyligt fusionerede Museum Vestsjælland. Tidligere har han været museumsleder for Holbæk Museum og Museum Amager samt været ansat som museumsinspektør på Aarhus Bymuseum.

#### HANNE STRAGER

Hanne Strager er uddannet cand.scient. fra Århus Universitet. Hun er udstillingschef på Statens Naturhistoriske Museum. Hun har været medinitiativtager til Andenes Hvalcenter i Nordnorge. Tidligere har hun været udstillingsleder på Danmarks Akvarium og medudvikler af Den Blå Planet. Hun har været med til at formulere og skabe *Det nye statens naturhistoriske museum* siden begyndelsen for 7 år siden. Hun har bl.a. kurateret en række udstillinger, fx *Bionik* (2004), *Fjer* (2006), *Evolutionssalen* (2009) og *Det dyrebare* (2014). Samtidig har hun stået i spidsen for en grundlæggende nytænkning af museets undervisning til gymnasieelever.

#### IBEN GRANUM MØLLER

Iben Granum Møller er uddannet cand.mag. i informationsvidenskab fra Aarhus Universitet. Hun har udviklet Ringkøbing-Skjern Museums strategier for branding, markedsføring og grafisk linje og har ansvaret for, at strategien bliver implementeret. Iben Granum Møller arbejder desuden med at styrke sammenhængen og samarbejdet mellem museet, områdets turistaktører, erhvervsliv og lokale borgere.

#### IDA BRÆNDHOLT LUNDGAARD

Ida Brændholt Lundgaard er uddannet cand.mag. i kunsthistorie og nordisk litteratur og sprog fra Københavns Universitet. Hun er seniorrådgiver for museer i Kulturstyrelsen. Hun har været projektleder for de danske museers Formidlingsplan, der danner en national ramme for udvikling af museernes rolle som dannelsesinstitutioner i samfundet. Hun har tidligere været leder af Louisianas undervisningsafdeling og ekstern lektor ved Københavns Universitet og Aarhus Universitet. Hendes arbejde har fokus på uddannelse og kulturelt demokrati. Hun er bl.a. medredaktør af bøgerne *Museer – Viden, Demokrati, Transformation* (2014) og *Museums – Social Learning Spaces and Knowledge Producing Processes* (2013).

#### INGEBORG SVENNEVIG

Ingeborg Svennevig er museumsdirektør for De Kulturhistoriske Museer i Holstebro Kommune. Hun er uddannet mag.art. i etnografi og socialantropologi fra Aarhus Universitet. Hun har været ansat ved Forskningscenter Menneske og Natur og i natur- og miljøforvaltningen. Hun har specialiseret sig i kulturforskelle, videnssystemer og samarbejdsformer omkring landskabsforvaltning i teori og praksis. Ingeborg Svennevig har specialiseret sig inden for ledelse i natur- og miljøforvaltning og kulturarvssektoren.

#### JACOB THOREK JENSEN

Jacob Thorek Jensen er uddannet cand.mag. i historie med tilvalg i kulturarv og museumsteori fra Københavns Universitet. Han er ansat ved Aga Khan Trust for Culture, hvor han p.t. arbejder i New Delhi med kulturel bæredygtighed og udvikling af et museum i tilknytning til Humayuns grav, som er på UNESCOs verdenskulturarvsliste. Han har tidligere været ansat som museums konsulent i Kulturstyrelsen. Han har endvidere været ansat på Arbejdermuseet, Danmarks Tekniske Museum og Det Nationalhistoriske Museum på Frederiksborg Slot. Han er medredaktør af bøgerne *Museer – Viden, Demokrati, Transformation* (2014) og *Museums – Social Learning Spaces and Knowledge Producing Processes* (2013).

#### KIM CLAUSEN

Kim Clausen er direktør på Ringkøbing-Skjern Museum. Han er uddannet mag.scient. i antropologi fra Københavns Universitet. Han er forfatter på rapporten *Vestjyllands Økomuseum – landskab, kultur og turisme* (1990) og har arbejdet med økomuseer, kulturarvsturisme og kulturarvspædagogik. Kim Clausen er initiativtager til Frivillighedsakademiet og har været involveret i udviklingen af Nationalpark Skjern Å samt en nationalpark i Estland.

#### LENE FLORIS

Lene Floris er mag art. i europæisk etnologi. Indtil 1. februar 2015 har hun været vice-direktør (forskning og formidling) på Nationalmuseet. Hun har forsket i og arbejdet praktisk med museologi, herunder særligt formidling og museernes samfundskontekst. Hun har haft adskillige poster i bestyrelser, råd og nævn i museumsverdenen og har mange års erfaring med organisatorisk og strategisk udvikling og ledelse på kulturhistoriske museer. Fra 1. februar 2015 er hun direktør for en ny stor museums- og arkivenhed i København.



#### LORENA SANCHO QUEROL

Lorena Sancho Querol er ph.d. i social museologi fra Lusófona Universitet i Lissabon. Hun er postdoc-forsker ved Centre for Social Studies ved Coimbra Universitet, hvor hun udvikler forskning om deltagerbaseret ledelse på lokale museer. Hun har undervist i emnet kulturarv ved Institute of Art, Design and Enterprises (IADE-U) siden 2000. Hun har publiceret inden for området museumsstudier, hvor hun har fokuseret på emner så som de udfordringer, museer møder i forbindelse med opbygning af globale udviklingsmodeller samt ledelse og socialt brug af usynliggjorte erindringer.

#### METTE SKEEL

Mette Skeel er cand.mag. i europæisk etnologi fra Københavns Universitet. Hun arbejder med kulturarv og konflikt og forholdet mellem individuel og kollektiv erindring. Hun har været ekstern lektor på Københavns Universitet. I øjeblikket er hun baseret i Budapest og laver feltarbejde til en bog om erindringskultur med særligt fokus på forholdet mellem civilsamfund, borgergenererede initiativer, museer og erindringspolitikker.

#### MIKKEL BOGH

Mikkel Bøgh er mag.art. i kunsthistorie fra Københavns Universitet. Han er direktør for Statens Museum for Kunst. Fra 2005 var han rektor for Det Kgl. Danske Kunstakademi, Billedkunstskolerne. Før det har han fungeret som adjunkt på Aarhus Universitet og herefter som lektor i moderne kultur og kulturformidling på Københavns Universitet. Fra 2001 til 2005 var han institutleder på Institut for Litteraturvidenskab og senere også institutleder for Institut for Kunst og Kulturvidenskab på Københavns Universitet.

#### NILS M. JENSEN

Nils M. Jensen er forhistorisk arkæolog fra Aarhus Universitet og har en diplomuddannelse fra Danmarks Journalisthøjskole. Han er direktør for Organisationen Danske Museer. I en årrække arbejdede han som kommunikationschef på Nationalmuseet og lektor på Museumshøjskolen. Han har endvidere været museumsinspektør ved Odense Bys Museer. Nils er bestyrelsesmedlem i Network of European Museums Organization (NEMO).

#### PAUL MOORE

Professor Paul Moore kom til University of Ulster i 1994 og har siden da deltaget i udviklingen af universitetets politik for kreative kunstarter/erhverv. Siden 2008 har han været leder af universitetets School of Creative Arts and Technologies. I 2009 blev han udnævnt til professor i kreativ teknologi ved Magee campus. Hans forskning fokuserer både på de kreative erhverv og de måder, hvorpå teori og praksis kan forenes i oplæring og uddannelse. Senest har han været involveret i forskellige forskningsprojekter inden for kunstdata for britiske organer såsom NESTA. Han har været bestyrelsesmedlem for Nordirland i Ofcom, Storbritanniens reguleringsmyndighed for kommunikationsindustrien. Fra 1995 til 2004 var han desuden bestyrelsesmedlem i den Nordirske Film- og TV-Kommission.

#### PETER CARSTENSEN

Peter Carstensen er souschef på Ringkøbing-Skjern Museum. Han er uddannet cand. mag. i historie og forhistorisk arkæologi fra Aarhus Universitet. Han var medforfatter på rapporten *Vestjyllands Økomuseum - landskab, kultur og turisme* (1990). Han er involveret i udvikling af den kommunale og regionale turistpolitik med henblik på at styrke kulturarvsturisme, udvikling af Nationalpark Skjern Å samt kompetenceudvikling af museer i regi af Organisationen Danske Arkiver.

#### TEMI ODUMOSU

Dr. Temi Odumosu er en afrobritisk kunsthistoriker, kreativ formidler og uafhængig konsulent, der brænder for at bringe skjulte historier frem i lyset, så de kan ændre folks opfattelse af kulturel identitet og medborgerskab. Hendes internationale forskning og kuratoriske virke går i dybden med genkendelsespolitik, sort æstetik og de psykologiske konsekvenser af forvrængede repræsentationer. Med sit arbejde i rummet mellem arkiver, kollektiv hukommelse og kreativ fantasi arbejder hun også med teknologi som værktøj til at aktivere historie og kultur. Hun arbejder nu som postdoc ved *The Living Archives*-forskningsprojektet ved Malmö Universitet i Sverige.

# BRUGERE OG BÆREDYGTIGE RELATIONER



MUSEERNES BRUGERE

OG BRUGERNES MUSEER

JACOB THOREK JENSEN

& IDA BRÆNDHOLT LUNDGAARD

Artiklen præsenterer hovedresultaterne for Brugerundersøgelsen 2014. Danske og udenlandske brugere er meget tilfredse med deres oplevelser på museer og kulturinstitutioner i Danmark. Det fremgår både af deres vurderinger af museerne og af deres lyst til at anbefale deres gode oplevelser på museerne til andre. I 2014 er unge brugere fortsat underrepræsenterede i forhold til deres andel i den danske befolkning, mens brugere med længere videregående uddannelser er overrepræsenterede. Samtidig er kvinder generelt overrepræsenterede blandt museernes brugere. I 2014 er 26% af museernes brugere fra udlandet. Resultaterne af brugerundersøgelsen er en forudsætning for udvikling af museer, der står i et relationelt forhold til borgere og samfund. Det vil sige museer uden tykke mure.



“HVIS MAN VIL ØDELÆGGE NOGET HER I LIVET, OM DET SÅ ER AKNE, EN SKØNHEDSPLET ELLER MENNESKETS SJÆL, SKAL MAN BARE OMGIVE DET MED TYKKE MURE. DET VIL TØRRE UD INDEFRA.”

ELIF SHAFAK, THE POLITICS OF FICTION.

TED GLOBAL 2010.

# MUSEERNES BRUGERE OG BRUGERNES MUSEER

Her følger hovedresultaterne for Brugerundersøgelsen 2014. Artiklen giver et øjebliksbillede af brugersammensætningen på de statslige og statsanerkendte museer samt en række andre kulturinstitutioner i Danmark.<sup>1</sup> Samtidig præsenterer artiklen brugernes vurderinger af de over 200 deltagende institutioner, brugernes motivations- og læringsadfærd i forbindelse med museumsbesøget og TNS Gallups kompas-segmentering af de danske brugere. Desuden præsenteres resultater for brugere med bopæl i udlandet; hvor kommer de fra, hvem er de og hvad synes de om de danske museer. Artiklen giver dermed et billede af diversiteten blandt danske og udenlandske museumsbrugere anno 2014.

Data bygger på 52.033 spørgeskemaer<sup>2</sup>, som museerne og kulturinstitutionerne har indsamlet i 2014 på de 203 institutioner, som deltager i undersøgelsen. Brugere<sup>3</sup> med bopæl i Danmark omtales som danske brugere, mens brugere med bopæl i udlandet omtales som udenlandske brugere. Museer, kulturinstitutioner og udstillingssteder benyttes synonymt i denne artikel.

## KERNEYDELSER

De danske og udenlandske brugere er meget tilfredse med deres samlede museumsoplevelse på museerne. På en skala fra ét til ti, hvor ét er dårligst og ti er bedst, vurderer danske brugere i gennemsnit deres museumsoplevelse til 8,49, mens udenlandske brugere i gennemsnit vurderer deres samlede museumsoplevelse til 8,44. Både de danske og udenlandske brugere er dermed særdeles positive i forhold til de oplevelser, som de har på museerne. Data fra spørgsmålet, om hvorvidt brugerne vil anbefale deres oplevelse i dag til andre, indikerer, at brugerne er tilfredse med deres besøg. 93% af både de danske og udenlandske brugere vil anbefale deres museumsoplevelse til andre.

Brugerne vurderer også en række af museernes kerneydelser, som kan opdeles i tre overordnede områder: 'udstilling', 'aktivitet og refleksion' og 'service'. Disse områder af kerneydelser er opdelt i forhold til brugernes prioritering af kerneydelser i relation til deres vurdering af den samlede museumsoplevelse.

## UDSTILLING

I området 'udstilling', vurderer brugerne museerne ud fra følgende parametre: 'udstillingerne', 'atmosfæren', 'mulighed for at lære noget nyt', 'udstillingernes emner' og 'udstillingernes præsentation'. Af disse kerneydelser er det museernes atmosfære, som vurderes højest af brugerne – både blandt de danske og udenlandske brugere. De danske brugere vurderer i gennemsnit museernes atmosfære til 8,67, mens de udenlandske brugere vurderer atmosfæren til 8,70. Der er ikke store udsving i forhold til de tre museums-kategorier: kunst, kulturhistorie og naturhistorie, dog vurderes de kulturhistoriske museers atmosfære højest af både de danske og udenlandske brugere, mens de naturhistoriske museers atmosfære vurderes lavest. Kerneydelsen 'udstillingerne' vurderes af de danske brugere til 8,49, mens de udenlandske brugere vurderer den lavere med 8,43.

Kerneydelsen 'mulighed for at lære noget nyt' vurderes forskelligt – både i forhold til danske og udenlandske brugere, men også i forhold til de tre museums-kategorier. Overordnet vurderer de danske museumsbrugere kerneydelsen til 8,44, mens de udenlandske brugere vurderer kerneydelsen til 8,11. De danske brugere vurderer kerneydelsen lavest på kunstmuseerne med 8,18, mens de vurderer kerneydelsen højest på de naturhistoriske museer med 8,71. De udenlandske brugere vurderer også kerneydelsen lavest på kunstmuseerne med 7,74, mens det er de kulturhistoriske museer med 8,31, som vurderes højest i forhold til 'mulighed for at lære noget nyt'.

Kerneydelsen 'udstillingernes emner' vurderes af de danske brugere til 8,45, mens de udenlandske brugere vurderer kerneydelsen til 8,33. Blandt de danske brugere er der ikke store udsving i forhold til de tre museums-kategorier, mens der blandt de udenlandske brugere er et udsving i forhold til, at kunstmuseerne vurderes lavest med 8,14, mens de naturhistoriske museer vurderes højest med 8,65. Den sidste kerneydelse inden for området 'udstilling', 'udstillingernes præsentation', vurderes i gennemsnit af de danske brugere til 8,48, mens de udenlandske brugere vurderer kerneydelsen til 8,42. Blandt de danske brugere er der et mindre udsving mellem de tre museums-kategorier, hvor kunstmuseerne vurderes højest med 8,52, mens de naturhistoriske museer vurderes lavest med 8,13. Blandt de udenlandske brugere vurderes de naturhistoriske museer også lavest med 8,11, mens de kulturhistoriske museer vurderes højest med 8,47. Resultaterne her viser, at brugerne overordnet er meget tilfredse med museernes kerneydelser inden for hovedområdet 'udstillinger'.

## AKTIVITET OG REFLEKSION

Det andet hovedområde blandt museernes kerneydelser er 'aktivitet og refleksion'. Her vurderer brugerne udstillingsstederne ud fra følgende parametre: 'egnethed for børn', 'mulighed for at deltage aktivt', 'arrangementer', 'rum til refleksion og fordybelse' og 'variation i formidling'. Af disse kerneydelser er det 'rum til refleksion og fordybelse',

der vurderes højest af både de danske og udenlandske brugere. De danske brugere vurderer i gennemsnit kerneydelsen til 7,95, mens de udenlandske brugere vurderer kerneydelsen til 7,97. Tallene viser dermed også, at kerneydelserne i denne hovedgruppe generelt vurderes lavere af brugerne end kerneydelserne i hovedgruppen 'udstillinger'.

'Aktiv deltagelse' og 'egnethed for børn' er de to kerneydelser, som de danske brugere vurderer lavest, mens de udenlandske brugere vurderer kerneydelserne 'aktiv deltagelse' og 'arrangementer' lavest. De danske brugere vurderer i gennemsnit kerneydelsen 'aktiv deltagelse' til 6,79, mens de udenlandske brugere vurderer kerneydelsen til 6,68. Både blandt de danske og udenlandske brugere er der forskelle på vurderingerne i forhold til de tre museumskategorier. Blandt de danske brugere er det de kulturhistoriske museer, som får den højeste vurdering i forhold til 'aktiv deltagelse' med 7,06, mens de udenlandske brugere vurderer kerneydelsen højest på de naturhistoriske museer med 6,96. De lave vurderinger for denne kerneydelse blandt danske og udenlandske brugere er udtryk for, at de ikke mener, at de har kunnet deltage aktivt i udstillingerne – men det er vigtigt at holde for øje, at resultatet ikke forholder sig til, om brugerne ønsker at have mulighed for at deltage aktivt, og dermed om resultatet er udtryk for, at brugerne synes, at det er en mangel, at de har ringe mulighed for at deltage aktivt. Brugernes besvarelser af kerneydelsen forholder sig heller ikke til, hvilken type udstilling, de har besøgt den pågældende dag, hvor de har udfyldt spørgeskemaet. Nogle udstillinger tilrettelægges med henblik på, at brugerne skal være aktive, mens andre udstillinger i højere grad er tilrettelagt med henblik på, at brugerne kan finde rum til refleksion og fordybelse.

De danske brugeres vurdering af kerneydelsen 'egnethed for børn' ligger på 7,21. Her er der væsentlige forskelle mellem de tre museumskategorier. Kerneydelsen vurderes højest på de naturhistoriske museer med 8,17, mens den vurderes lavest på kunstmuseerne med 6,48. De danske brugeres vurdering af kerneydelsen på de kulturhistoriske museer ligger på 7,48. De udenlandske brugere vurderer denne kerneydelse til 7,42. Blandt de udenlandske brugere er der også væsentlige forskelle i vurderingerne af de tre museumskategorier. De udenlandske brugere vurderer kerneydelsen højest på de naturhistoriske museer med 7,95 og lavest på kunstmuseerne med 6,85. De vurderer kerneydelsen til 7,66 på de kulturhistoriske museer. Resultaterne viser, at kerneydelsen 'egnethed for børn' generelt vurderes lavt af både danske og udenlandske brugere, og at der er stor forskel på vurderingerne i forhold til de tre museumskategorier.

Kerneydelsen 'arrangementer' vurderes lavest af de udenlandske brugere med 7,29, mens de danske brugere vurderer den højere med 7,65. Det kan være udtryk for, at flere af arrangementerne på museerne kun foregår på dansk, og derfor har de udenlandske brugere ikke mulighed for at deltage i arrangementerne. Blandt de danske brugere er

der ikke væsentlige forskelle i vurderingerne mellem de tre museumskategorier, mens der er forskelle blandt de udenlandske brugere. Her vurderes kerneydelsen lavest på kunstmuseerne med 7,12, mens kerneydelsen vurderes højest på de naturhistoriske museer med 8,21.

Den sidste kerneydelse inden for dette hovedområde er 'variation i formidling'. Her er der ikke væsentlige udsving i forhold til de danske og udenlandske brugere og heller ikke i forhold til de tre museumskategorier. De danske brugere vurderer i gennemsnit kerneydelsen til 7,72, mens de udenlandske brugere i gennemsnit vurderer kerneydelsen til 7,61.

Kerneydelserne inden for hovedområdet 'aktivitet og refleksion' vurderes altså lavest af både de danske og udenlandske brugere. Men som fremstillingen her viser, skal tallene ikke nødvendigvis tolkes i retning af, at de lave vurderinger betyder, at brugerne ønsker det anderledes. Nogle brugere kan fx have en interesse i, at udstillingerne er egnede for børn, mens andre brugere ikke har en interesse i det, hvorfor deres besvarelser hviler på forskellige behov i forhold til kerneydelsen. Samtidig kan resultat også tolkes som en påmindelse om, at museerne udgør rum for læring og samvær på tværs af generationer.

## SERVICE

Det sidste hovedområde blandt museernes kerneydelser er 'service'. Her vurderer brugerne museerne inden for to kerneydelser: 'service og betjening' og 'information i billet salg'. Både de danske og udenlandske brugere vurderer 'information i billet salg' højest med 8,93. Her er der ikke de store udsving blandt de tre museumskategorier. Kerneydelsen 'service og betjening' vurderes også højt af både de danske og udenlandske brugere. Begge grupper vurderer i gennemsnit kerneydelsen til henholdsvis 8,88 og 8,83. Der er ikke de store forskelle mellem de tre museumskategorier, dog får de naturhistoriske museer en lavere vurdering af både danske og udenlandske brugere. De danske brugere vurderer kerneydelsen på de naturhistoriske museer til 8,45, mens de udenlandske brugere vurderer kerneydelsen til 8,17. Brugernes vurderinger af de to kerneydelser er høje og indikerer en stor tilfredshed med museernes service blandt både danske og udenlandske brugere.

De tre hovedområder, 'udstilling', 'aktivitet og refleksion' og 'service', har alle betydning for, hvordan brugerne vurderer den samlede museumsoplevelse. Der er imidlertid forskel på, i hvilken grad kerneydelserne påvirker brugernes overordnede museumsoplevelse. Kerneydelserne under området 'udstilling' er vigtigst i forhold til, om brugerne har en god museumsoplevelse. Dernæst er det kerneydelserne under 'aktivitet og refleksion', som har indflydelse på brugernes samlede vurdering af oplevelsen, mens de to kerne-

## BRUGERNES VURDERING AF MUSEERNES KERNEYDELSER

	KUNST		KULTURHISTORIE		NATURHISTORIE	
SAMLET VURDERING	8,49	8,44	8,43	8,31	8,54	8,51
UDSTILLINGER	8,49	8,43	8,53	8,34	8,47	8,48
ATMOSFÆRE	8,67	8,70	8,59	8,64	8,76	8,73
EGNET FOR BØRN	7,21	7,42	6,48	6,85	7,48	7,66
LÆRE NYT	8,44	8,11	8,18	7,74	8,57	8,31
EMNER	8,45	8,33	8,36	8,14	8,50	8,44
PRÆSENTATION	8,48	8,42	8,52	8,33	8,48	8,47
AKTIV DELTAGELSE	6,79	6,88	6,21	6,20	7,06	6,91
ARRANGEMENTER	7,65	7,29	7,48	7,12	7,72	7,36
REFLEKSION	7,95	7,97	7,99	7,98	7,96	7,97
VARIATION	7,72	7,61	7,63	7,37	7,80	7,75
SERVICE OG BETJENING	8,88	8,83	8,85	8,75	8,92	8,88
INFO I BILLETSALG	8,93	8,93	8,92	8,76	8,95	8,93

DANSKE BRUGERE ■ UDENLANDSKE BRUGERE

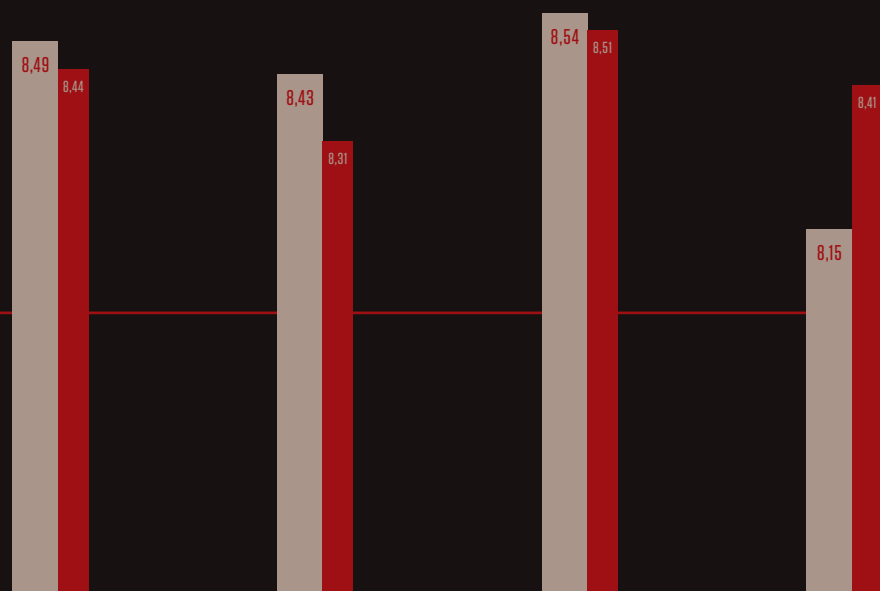
## BRUGERNES PRIORITERING AF MUSEERNES KERNEYDELSER



9



8



ydelse under 'service' har mindst indflydelse på, om brugerne har en god oplevelse på museet. Alle faktorer har altså indflydelse på den samlede museumsoplevelse, men nogen har større indflydelse end andre.

## MOTIVATIONS- OG LÆRINGSADFÆRD

Brugerundersøgelsen giver også viden om, hvorfor brugerne kommer på udstillingsstederne, hvordan brugerne benytter dem og hvordan brugerne tilegner sig viden. Dette sker gennem John Falks og Lynn Dierkings motivations- og læringsadfærdstyper, som dermed nuancerer brugernes vurderinger af museernes kerneydelser og giver museerne værktøjer til at omsætte brugernes besvarelser til ny praksis. Falks og Dierkings forskning dokumenterer, at brugernes motivation for museumsbesøget styrer deres forventninger og adfærd på museet, ligesom det påvirker, hvad brugerne får ud af besøget.<sup>4</sup> I Brugerundersøgelsen er der tilføjet en ekstra motivationstype, 'vedhæng', som er udviklet af danske museumsmedarbejdere. Brugerne skal altså forholde sig til i alt seks motivations- og læringsadfærdstyper i forbindelse med deres aktuelle besøg.

Brugerne angiver selv i spørgeskemaet, hvilken motivations- og læringsadfærdstype de tilhører i forbindelse med deres museumsbesøg. Både blandt de danske og udenlandske brugere er det læringsadfærdstypen 'videbegærlig', som flest brugere identificerer sig med. 29% af de danske brugere og 53% af de udenlandske brugere angiver, at de er på museet, fordi de er nysgerrige og interesserede og gerne vil have ny viden og inspiration.

Brugere, som identificerer sig med motivations- og læringsadfærdstyperne 'oplader' og 'vært', er meget forskelligt repræsenterede blandt de tre museumskategorier. Danske brugere, som angiver at de er 'opladere', udgør på kunstmuseerne 23%, mens de kun udgør 7% på de naturhistoriske museer. På de kulturhistoriske museer udgør 'opladere' 10%. Tallene indikerer, at danske brugere især kommer på kunstmuseerne for at få ny energi og for at finde ro og tid til fordybelse. De udenlandske brugere angiver også, at de hovedsageligt kommer på kunstmuseerne for at finde ro og fordybelse. Her identificerer 19% af brugerne sig som 'opladere'.

13% af de danske brugere identificerer sig som 'værter', mens kun 4% af de udenlandske brugere identificerer sig som denne motivations- og læringsadfærdstype. Der er ikke de store udsving blandt de udenlandske brugere i forhold til de tre museumskategorier, mens der er forskelle i fordelingen af 'værter' blandt de danske brugere. På de naturhistoriske museer udgør 'værter' 25%, mens de på de kulturhistoriske museer udgør 16%. På kunstmuseerne er det 6% af brugerne, som identificerer sig som 'værter', og dermed er på museet for at skabe en god oplevelse for dem, som de er der sammen

med. Danske brugere benytter i højere grad de kulturhistoriske og naturhistoriske museer, når de vil skabe en god oplevelse for andre, som de besøger museet med.

'De fagligt interesserede' udgør 14% af de danske brugere og 11% af de udenlandske brugere. Der er ikke de store forskelle mellem de tre museumskategorier for hverken danske eller udenlandske brugere. Andelen af brugere, som identificerer sig som 'oplevelsesjægere' udgør blandt de danske brugere 23%, mens de udgør 16% af de udenlandske brugere. Her er der ikke de store udsving i forhold til de tre museumskategorier. Motivations- og læringsadfærdstypen 'vedhæng' er den type, som færrest brugere angiver, at de identificerer sig med. 7% af de danske brugere identificerer sig selv som 'vedhæng', mens 3% af de udenlandske brugere angiver, at de er på museet, fordi de følges med andre, som vil besøge museet.

## VIDENSNIVEAU

Brugerundersøgelsen giver også viden om, hvor meget brugerne ved inden for det område, museet beskæftiger sig med. Blandt de danske brugere angiver 74%, at de enten 'ved lidt' eller 'interessere sig for området og ved noget' om det, museet beskæftiger sig med. Blandt de udenlandske brugere er det 79%, som angiver én af disse to svarmuligheder. 18% af de danske brugere angiver, at de 'ved en hel del' om det, museet beskæftiger sig med, mens andelen blandt de udenlandske brugere er på 10%. 3% af både de danske og de udenlandske brugere angiver, at de har 'viden på højt fagligt niveau' om det, museet beskæftiger sig med. 5% af de danske brugere og 8% af de udenlandske brugere angiver, at de 'ingenting ved' om det, museet beskæftiger sig med.

### BRUGERNES VIDENSNIVEAU

	TOTAL		KUNST		KULTURHISTORIE		NATURHISTORIE	
	DANSKE BRUGERE	UDENLANDSKE BRUGERE	DANSKE BRUGERE	UDENLANDSKE BRUGERE	DANSKE BRUGERE	UDENLANDSKE BRUGERE	DANSKE BRUGERE	UDENLANDSKE BRUGERE
Jeg ved ingenting	5%	8%	5%	6%	4%	9%	4%	7%
Jeg ved lidt	37%	40%	34%	32%	39%	44%	41%	32%
Jeg interesserer mig for området og ved noget	37%	39%	42%	44%	35%	36%	36%	44%
Jeg ved en hel del	18%	10%	16%	12%	18%	9%	16%	17%
Jeg har viden på højt fagligt niveau	3%	3%	3%	4%	3%	2%	3%	-

## BRUGERNES MOTIVATION OG LÆRINGSADFÆRD

### OPLADER

Opladere vil gerne bruge institutionen til at få ny energi, og de oplever institutionen som et åndehul væk fra hverdagen. Opladere bryder sig ikke om steder med mange mennesker og ønsker ikke at blive forstyrret. De søger æstetiske oplevelser, smukke udsigter og arkitektur med mulighed for ro og fordybelse. Opladerne bruger institutionen til mental afslapning og inspiration.

**"Jeg er her i dag for at få ny energi og for at finde ro og tid til fordybelse. Jeg søger æstetiske oplevelser i udstillingerne og i udstillingsstedets arkitektur og omgivelser."**

### FAGLIGT INTERESSERET

De fagligt interesserede besøger institutionen med et specifikt mål og fokuserer på at søge faglig indsigt. De forholder sig kritisk og reflekterende til alt i udstillingen. De kommer ofte alene og besøger oftest udstillingsstedet, når der ikke er mange andre brugere til stede.

**"Jeg er her i dag, fordi jeg har en specifik faglig interesse. Jeg ser kritisk på udstillingen og præsentationens faglighed."**

### OPLEVELSESJÆGER

Oplevelsesjægere motiveres af tanken om at være på et kulturelt vigtigt sted. De søger højdepunkter og ting, 'der bare skal ses', som fx blockbuster-udstillinger. Oplevelsesjægere motiveres af at opfylde andres forventninger til, hvad det er vigtigt at opleve. De går efter udvalgte og populære genstande, bygninger eller miljøer.

**"Jeg er her for at opleve og koncentrere mig om det mest iøjnefaldende. Jeg behøver ikke at se alt for at lære stedet at kende."**

### VÆRT

Værter motiveres af en social læringsproces. De besøger udstillingsstedet for at skabe en god oplevelse for andre. Værtens motivation er at iscenesætte en social begivenhed, der fungerer. Værten er ikke personligt interesseret i at søge viden.

**"Jeg er her for at give dem, jeg er sammen med, en god oplevelse. Det vigtigste er, at de mennesker, jeg er sammen med, synes, at det er spændende at være her."**

### VIDEBEGÆRLIG

De videbegærlige kommer oftest pga. en generel interesse i det, der findes på kulturinstitutionen. De drives af nysgerrighed og vil oplyses om alt. De videbegærlige er interesseret i læring og søger ny viden. De videbegærlige tiltrækkes af nye udstillinger, først og fremmest fordi dette appellerer til deres ønske om at udvide deres horisont samtidig med, at de kan lide at fordybe sig i detaljer.

**"Jeg er nysgerrig og interesseret. Jeg er her i dag for at få ny viden og inspiration."**

### VEDHÆNG

Vedhæng besøger kulturinstitutioner, fordi andre har taget dem med. De er ikke specielt interesserede i udstillingens indhold eller i institutionen. Denne gruppe er tilføjet i den danske version af motivationsgrupper og adskiller sig markant fra John H. Falks og Lynn D. Dierkings øvrige fem motivations- og læringsadfærdsgrupper.

**"Jeg er her, fordi jeg følges med andre."**



OPLADEREN

FAGLIGT  
INTERESSERET

OPLEVELSESJÆGER

VÆRT

VIDEBEGÆRLIG

VEDHÆNG

14%

AF DE DANSKE BRUGERE  
ER FAGLIGT INTERESSEREDE

11%

AF DE UDENLANDSKE BRUGERE  
ER FAGLIGT INTERESSEREDE

23%

AF DE DANSKE BRUGERE  
ER OPLEVELSESJÆGERE

16%

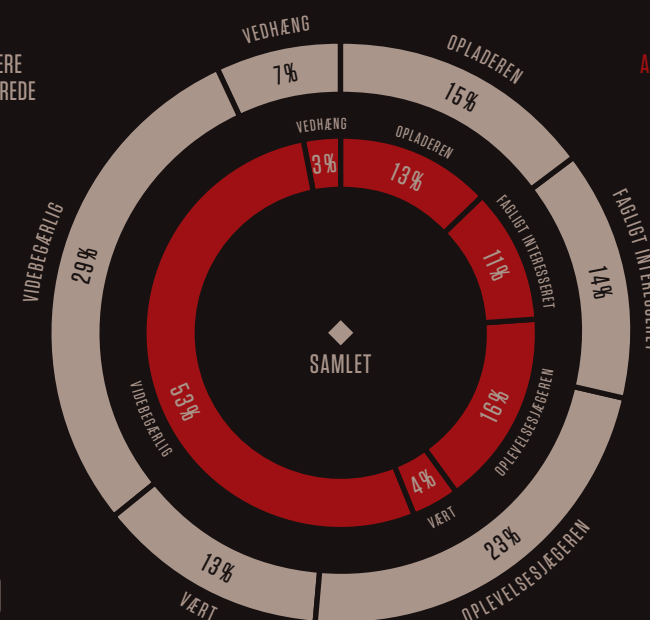
AF DE UDENLANDSKE BRUGERE  
ER OPLEVELSESJÆGERE

29%

AF DE DANSKE BRUGERE  
ER VIDEBEGÆRLIGE

53%

AF DE UDENLANDSKE BRUGERE  
ER VIDEBEGÆRLIGE



KUNST



KULTURHISTORIE



NATURHISTORIE



KUNST



KULTURHISTORIE



NATURHISTORIE

23%

10%

7%

OPLADER

19%

9%

6%

14%

14%

13%

FAGLIGT INTERESSERET

14%

10%

13%

21%

24%

23%

OPLEVELSESJÆGER

18%

16%

17%

6%

16%

25%

VÆRT

3%

5%

4%

29%

28%

26%

VIDEBEGÆRLIG

45%

57%

53%

6%

8%

6%

VEDHÆNG

3%

3%

7%

DANSKE BRUGERE ■ UDENLANDSKE BRUGERE





31%

AF DANSKE BRUGERE HAR KULTUREL  
TILKNYTNING TIL ET ANDET LAND

26%

AF BRUGERNE PÅ MUSEERNE  
HAR BOPÆL I UDLANDET

KULTURELT TILHØRSFORHOLD  
BLANDT DANSKE BRUGERE

GÆLDER KUN DEM DER HAR ANGIVET, AT DE HAR ET  
KULTURELT TILHØRSFORHOLD TIL ET ANDET LAND (31%)

UDENLANDSKE  
BRUGERES BOPÆL

- 29% TYSKLAND
- 8% SVERIGE
- 4% NORGE
- 35% ANDRE EUROPÆISKE LANDE
- 24% ØVRIGE LANDE

## INTERKULTURALITET

26% af brugerne på de danske museer og kulturinstitutioner har bopæl i udlandet. 29% af brugerne med bopæl i udlandet kommer fra Tyskland, hvilket dermed er det land, hvor flest udenlandske brugere har bopæl. 4% af de udenlandske brugere kommer fra Norge, mens brugere fra Sverige udgør 8%. Brugere fra andre europæiske lande udgør 35%, mens brugere fra lande uden for Europa udgør 24%.

31% af de danske brugere angiver, at de har en kulturel tilknytning til et eller flere lande uden for Danmark. Blandt brugere, der angiver at de har en kulturel tilknytning til et land uden for Danmark, angiver 62%, at de har en tilknytning til et land i Europa og 29% angiver, at de har en kulturel tilknytning til et land i Norden. Hovedparten af de danske brugere angiver hermed, at de har en kulturel tilknytning til europæiske lande. 15% af brugerne angiver, at de har en kulturel tilknytning til et land i Nordamerika, mens 10% af brugerne angiver et land i Asien. 7% af de danske brugere, som angiver at de har en kulturel tilknytning til et andet land, angiver, at de har en kulturel tilknytning til Afrika/Subsahara, 5% angiver henholdsvis Australien, Mellemøsten/Maghreb eller Sydamerika, 4% svarer det arktiske område, 3% angiver Rusland, mens 1% svarer, at de har en kulturel tilknytning til et land i Stillehavsområdet.

Brugerne har mulighed for at angive deres kulturelle tilknytning til flere lande og områder, hvorfor tallene ikke runder op til 100%. Det er således muligt at angive, at man fx både har en kulturel tilknytning til et land i Norden og i det arktiske område.

Interkulturalitet, globalisering og international kulturisme er altså aspekter, som museer og kulturinstitutioner i Danmark skal forholde sig til.

## KOMPASSEGMENTERING

Brugerundersøgelsen indeholder TNS Gallups kompassegmentering. Kompassegmenteringen er et værktøj, der opdeler den danske befolkning i ni segmenter med samme holdninger, værdier og livsstile. Kompassegmenteringen inddrager data fra andre undersøgelser af den danske befolkning, og derfor er segmenteringen kun mulig at foretage på danske brugere. Kompassegmenterne er baseret på to hoveddimensioner: 'moderne' kontra 'traditionelle' og 'individ' kontra 'fællesskab'.

## KOMPASSEGMENTERING



## DET MODERNE SEGMENT

Segmentet udgør 9% af den danske befolkning og 11% af brugerne med bopæl i Danmark. 90% er under 60 år, og de er især overrepræsenterede i København. Funktionærer og lærlinge/elever/studerende er overrepræsenterede sammenlignet med den danske befolkning. Politisk er de orienterede mod Det Radikale Venstre, De Konservative og Liberal Alliance. Segmentet består primært af den del af befolkningen, der opbygger en karriere og præger udviklingen i erhvervslivet. De har en lille overvægt af mænd. De er veluddannede og højtlojnnede og tilhører de øverste socialklasser. De køber kvalitets-/mærkevarer og er opmærksomme på nye trends og livsstilsprodukter. Segmentet er optaget af ny teknologi. De moderne synes ikke, at økonomi er en målestok for succes og de mener, at miljøbevidsthed og økonomisk vækst er uadskillelige.

## DET MODERNE-INDIVIDORIENTEREDE SEGMENT

Segmentet udgør 13% af den danske befolkning og 8% af brugerne med bopæl i Danmark. Det er især unge under 30 år og andelen af mænd er overrepræsenteret. Det er hovedsageligt lærlinge/elever/studerende. Politisk orienterer de sig mod Liberal Alliance, De Konservative og Venstre. Det er unge, der er med fremme og oppe på beatet. De er dynamiske og karrierefokuserede og villige til at yde den indsats, der skal til for at nå højt op på karrierestigen. De moderne-individualorienterede er deres egen lykkesmed og vil gerne klare skærene selv uden indblanding fra offentlig side.

## DET INDIVIDORIENTEREDE SEGMENT

Segmentet udgør 10% af den danske befolkning og 7% af brugerne med bopæl i Danmark. Geografisk er de overrepræsenterede på Bornholm og i Syddanmark. En større andel bor på en gård og er arbejde eller selvstændige. Dansk Folkeparti og Venstre har flere vælgere i segmentet, mens andelen der stemte blankt ved sidste folketingsvalg også er stor. Segmentet har en jævn aldersfordeling, men borgere under 40 år og mænd er overrepræsenterede. De individualorienterede har ikke interesse for samfundsøkonomiske og politiske spørgsmål. De mener, at Danmark skal fokusere på egne udfordringer, før Danmark yder hjælp til andre lande. Segmentet koncentrerer sig om deres egen tilværelse og succes. Erhvervsmæssigt består segmentet af lærlinge/elever og yngre arbejdere med en erhvervsuddannelse. De interesserer sig for teknik og for gør-det-selv-projekter.

## DET TRADITIONEL-INDIVIDORIENTEREDE SEGMENT

Segmentet udgør 11% af den danske befolkning og 6% af brugerne med bopæl i Danmark. Segmentet består primært af borgere over 60 år. De bor på en gård i provinsen. Arbejdere og pensionister er overrepræsenterede. Dansk Folkeparti har mange vælgere

i segmentet, og mange ønsker ikke at svare på deres politiske tilhørsforhold. For segmentet er fædrelandskærlighed, teknologi-skepsis og gør-det-selv-projekter i centrum. De nyder deres pensionisttilværelse og værdsætter traditionelle danske værdier. De har typisk lavere indkomster og ofte ingen eller en kort uddannelsesbaggrund.

## DET TRADITIONELLE SEGMENT

Segmentet udgør 13% af befolkningen og 8% af brugerne med bopæl i Danmark. De er primært over 60 år og mange er pensionister. Socialdemokratiet har mange vælgere i segmentet. Mange husker ikke eller vil ikke svare på, hvilket parti de stemte sidst eller vil stemme på ved næste valg. Der er mange arbejdere, især ufaglærte, i segmentet. De er skeptiske over for ny teknologi og ændringer i samfundet. De traditionelle holder fast i traditionelle familieværdier. De ønsker, at det danske samfund skal se ud som det altid har gjort uden indblanding fra international side.

## DET TRADITIONELLE-FÆLLESSKABSORIENTEREDE SEGMENT

Segmentet udgør 10% af befolkningen og 15% af brugerne med bopæl i Danmark. Det består primært af borgere over 60 år og kvinder. Pensionister er overrepræsenterede i segmentet. Politisk orienterer de sig mod Socialdemokratiet, Socialistisk Folkeparti og Enhedslisten. De traditionelle-fællesskabsorienterede lægger vægt på ernæring og sunde interesser og er tilhængere af velfærdssamfundet. Segmentet sætter sig selv i centrum og vil nyde deres otium. De mener, at det er de bredeste skuldre, der skal bære de tungeste byrder. De ønsker at fremme integrationen af flygtninge i det danske samfund og synes ikke det offentliges indblanding i den enkelte borgers dagligdag skal mindskes. De er tilhængere af et socialt sikkerhedsnet – især for svage og ældre – som kan garantere social lighed i det danske samfund.

## DET FÆLLESSKABSORIENTEREDE SEGMENT

Segmentet udgør 12% af befolkningen og 16% af brugerne med bopæl i Danmark. De bor i København og på Bornholm. De er hovedsageligt mellem 40 og 59 år, og kvinder er overrepræsenterede. De stemmer på Socialdemokraterne, Socialistisk Folkeparti og Enhedslisten. Medmenneskelighed, social ansvarlighed, omsorg, økologi og sundhed er nøgleord for borgere i segmentet og de kendestegnes ofte som den politiske og grønne forbruger. Segmentet er interesseret i spørgsmål, der umiddelbart går tæt på det enkelte menneske og deres hverdag. Miljø- og forureningsspørgsmål, arbejdsmarkeds- og boligpolitisk debat samt forbrugerspørgsmål er områder, der vægter højt på deres personlige interesseagenda. De vil gerne have muligheden for at kunne købe flere økologiske varer samt varer uden indhold af kunstige stoffer.

## DET MODERNE-FÆLLESSKABSORIENTEREDE SEGMENT

Segmentet udgør 11% af befolkningen og 18% af brugerne med bopæl i Danmark. De er selvstændige eller funktionærer og bor hovedsageligt i Region Hovedstaden. De er overrepræsenterede blandt borgere mellem 20 og 49 år og har oftest stiftet familie. Segmentet har en akademisk uddannelsesbaggrund, især inden for det humanistiske felt. De findes ofte i stillinger i offentligt regi inden for uddannelsessektoren, forvaltning og sygehusvæsenet. Politisk er de orienterede mod Det Radikale Venstre, Socialistisk Folkeparti og Enhedslisten. Segmentet er kulturkonsumenter. Social og samfundsmæssig ansvarlighed, åbenhed over for omverdenen, tolerance og medmenneskelighed er nøgleord – især når det kommer til Danmarks virke på den internationale scene, eller når det gælder hjælp til ringere stillede lande eller integration af flygtninge i det danske samfund.

## CENTERSEGMENTET

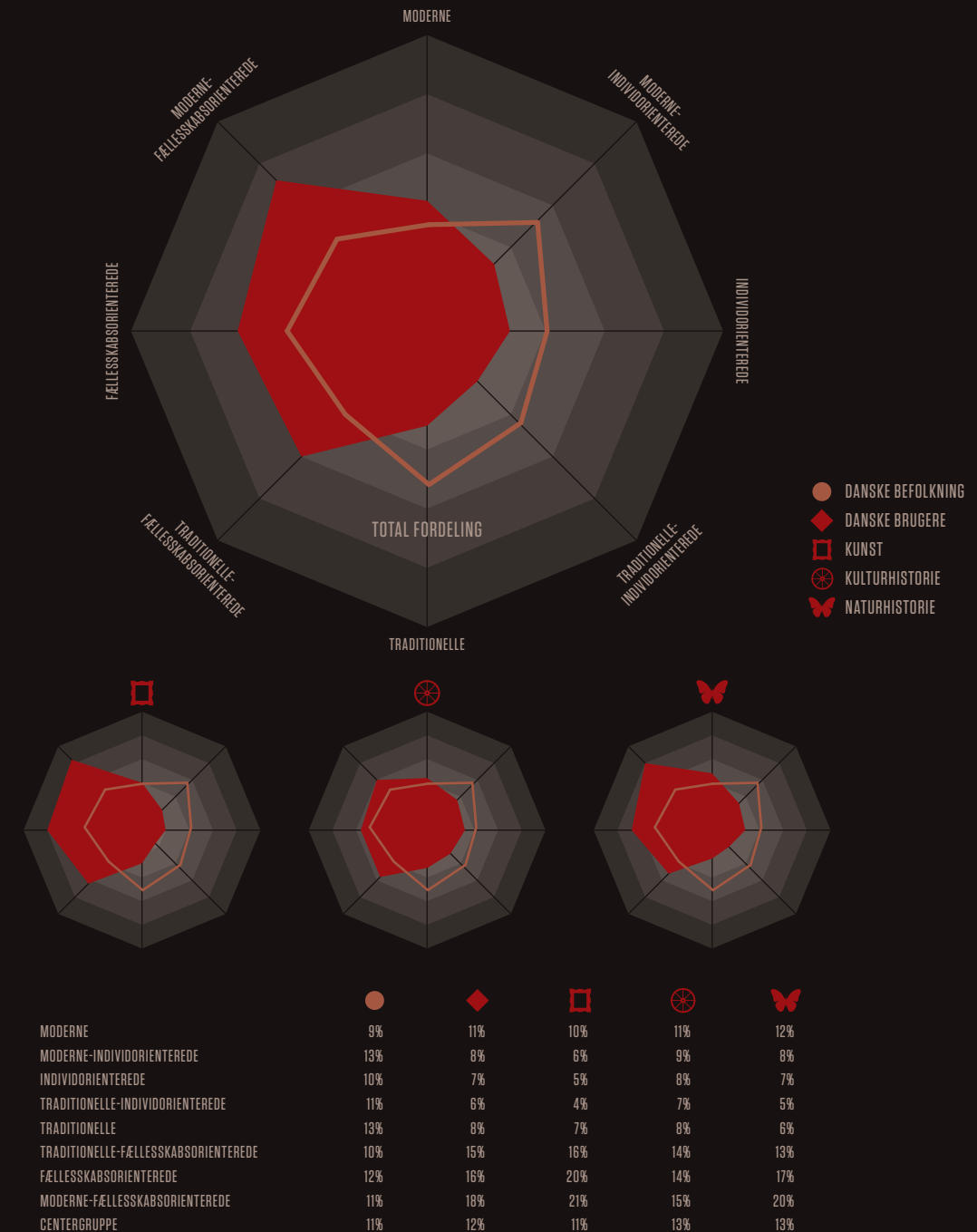
Segmentet udgør 11% af befolkningen og 12% af brugerne med bopæl i Danmark. Borgere i segmentet passer ikke ind i de øvrige kompassegmenter. Unge er især overrepræsenterede i segmentet. Lærlinge/elever/studerende udgør en større andel, sammenlignet med de øvrige segmenter. Der er en større andel i segmentet, der er bosiddende på Bornholm og i Vestjylland. Politisk har de ikke noget fast tilhørssted, selvom der er en mindre andel der stemmer Dansk Folkeparti, Enhedslisten og Liberal Alliance.

## BRUGERNES FORDELING I GALLUP KOMPAS

På de danske museer udgør segmentet 'moderne' 11% af brugerne, mens de i den danske befolkning som helhed udgør 9%. Segmentet fordeler sig forskelligt på de tre museumskategorier, hvor 12% af brugerne på de naturhistoriske museer er 'moderne', gælder det 10% af brugerne på kunstmuseerne. De 'moderne fællesskabsorienterede' udgør 18% af brugerne, hvorimod de kun udgør 11% i den danske befolkning. Her er der også forskelle på de forskellige museumskategorier. 21% af brugerne på kunstmuseerne er 'moderne fællesskabsorienterede', mens det drejer sig om 20% af brugerne på de naturhistoriske museer. Derimod er kun 15% af brugerne på de kulturhistoriske museer 'moderne fællesskabsorienterede'. De 'moderne individorienterede' udgør 8% af brugerne, mens segmentet i den danske befolkning udgør 13%. Blandt dette segment er der ikke store variationer i forhold til deres fordelinger på de tre museumskategorier.

Det 'traditionelle' segment udgør 8% af brugerne, mens segmentet i den danske befolkning udgør 13%. Segmentet er nogenlunde ligeligt repræsenteret på de tre museumskategorier. De 'traditionelle fællesskabsorienterede' udgør 15% af brugerne på museerne. I den danske befolkning udgør segmentet 10%. På de naturhistoriske

## BRUGERNES FORDELING I GALLUP KOMPAS



museer udgør segmentet 13% af brugerne, mens de udgør den største andel på kunstmuseerne med 16%. Brugere i det 'traditionelle individorienterede' segment udgør 6%, mens deres andel i den danske befolkning er 11%. Her er der ikke store udsving i forhold til de tre museumskategorier.

Det 'individorienterede' segment udgør 7% af brugerne på de danske museer, mens segmentet i den danske befolkning udgør 10%. Her er der igen ikke væsentlige forskelle i fordelingen blandt de tre museumskategorier. Det 'fællesskabsorienterede' segment udgør 16% af brugerne, mens segmentet i den danske befolkning udgør 12%. Segmentet udgør den største andel på kunstmuseerne, hvor de udgør 20%, mens segmentet udgør 14% på de kulturhistoriske museer. På de naturhistoriske museer udgør segmentet 17%.

'Centersegmentet' udgør 12% af brugerne, mens segmentet i den danske befolkning udgør 11%. Her er der ikke store variationer mellem de tre museumskategorier.

## HVOR KOMMER BRUGERNE OG HVOR BOR DE?

Brugerundersøgelsens resultater giver viden om, hvor i Danmark brugerne oftest kommer på museum og hvor de danske brugere har bopæl. 24% af alle museer, der deltager i Brugerundersøgelsen, er kunstmuseer, mens 73% er kulturhistoriske museer. 3% af museerne i undersøgelsen er naturhistoriske museer.

I Region Nordjylland deltager 20 museer i Brugerundersøgelsen. Heraf er 3 kunstmuseer og 17 er kulturhistoriske museer. Der er ingen naturhistoriske museer i Region Nordjylland, der deltager i Brugerundersøgelsen. Det betyder, at 10% af alle danske museer, der deltager i Brugerundersøgelsen, ligger i Region Nordjylland. I regionen bor 10% af den samlede danske befolkning, mens 7% af de danske brugere bor i regionen. 38% af brugerne af museerne i Region Nordjylland bor i regionen, mens 24% har bopæl i Region Midtjylland og 18% har bopæl i Region Hovedstaden.

I Region Midtjylland er der 44 museer, som deltager i Brugerundersøgelsen. Af disse er 10 kunstmuseer, 32 er kulturhistoriske museer og 2 er naturhistoriske museer. Det svarer til, at 22% af alle museer i Brugerundersøgelsen er beliggende i Region Midtjylland. 23% af den danske befolkning har bopæl i regionen, mens 22% af alle danske brugere på museerne bor i Region Midtjylland. 58% af brugerne i Region Midtjylland har bopæl i regionen. Brugere fra henholdsvis Region Syddanmark og Region Nordjylland udgør henholdsvis 15% og 9% af brugerne, mens 12% af brugerne i Region Midtjylland har bopæl i Region Hovedstaden.

I Region Syddanmark er 49 museer med i undersøgelsen. Heraf er 9 kunstmuseer, 38 er kulturhistoriske museer og 2 af museerne er naturhistoriske museer. Det betyder, at 24% af alle museerne i Danmark ligger i regionen. I Region Syddanmark bor 21% af den danske befolkning, mens også 21% af alle brugere på museerne har bopæl i regionen. 56% af Region Syddanmarks brugere har bopæl i regionen, mens 15% bor i Region Midtjylland og 4% kommer fra Region Nordjylland. 16% af brugerne i Region Syddanmark har bopæl i Region Hovedstaden.

I Region Sjælland deltager 24 museer i Brugerundersøgelsen. 5 af disse er kunstmuseer, 18 er kulturhistoriske museer og 1 museum er naturhistorisk. 12% af alle museer, der deltager i Brugerundersøgelsen, ligger i Region Sjælland. I regionen har 15% af den danske befolkning bopæl, mens 12% af alle danske brugere bor i regionen. I Region Sjælland kommer 49% af brugerne fra regionen, mens 36% af regionens brugere kommer fra Region Hovedstaden. Samlet set kommer 15% af regionens brugere fra enten Region Syddanmark, Midtjylland eller Nordjylland.

I Region Hovedstaden er 66 museer med i Brugerundersøgelsen. Heraf er 21 kunstmuseer, 43 er kulturhistoriske museer og 2 er naturhistoriske museer. 33% af alle danske museer i Brugerundersøgelsen ligger i Region Hovedstaden. 31% af alle borgere i Danmark bor i regionen, mens 38% af alle danske brugere har bopæl i Region Hovedstaden. 71% af regionens brugere har bopæl i Region Hovedstaden, mens 12% af brugerne kommer fra Region Sjælland. De resterende 17% af brugerne har bopæl i enten Region Syddanmark, Midtjylland eller Nordjylland.

# MUSEER OG BRUGERE I REGIONERNE



REGION NORDJYLLAND



REGION MIDTJYLLAND



REGION SYDDANMARK



REGION SJÆLLAND



REGION HOVEDSTADEN

## MUSEUMSBESØG I REGIONERNE PROCENT

8% SAMLET I REGIONEN  
16% KUNST  
5% KULTURHISTORIE  
- NATURHISTORIE

18% SAMLET I REGIONEN  
8% KUNST  
23% KULTURHISTORIE  
36% NATURHISTORIE

21% SAMLET I REGIONEN  
10% KUNST  
28% KULTURHISTORIE  
11% NATURHISTORIE

7% SAMLET I REGIONEN  
5% KUNST  
8% KULTURHISTORIE  
5% NATURHISTORIE

46% SAMLET I REGIONEN  
61% KUNST  
36% KULTURHISTORIE  
48% NATURHISTORIE

## MUSEER I REGIONERNE ANTAL

20 SAMLET I REGIONEN  
3 KUNST  
17 KULTURHISTORIE  
0 NATURHISTORIE

44 SAMLET I REGIONEN  
10 KUNST  
32 KULTURHISTORIE  
2 NATURHISTORIE

49 SAMLET I REGIONEN  
9 KUNST  
38 KULTURHISTORIE  
2 NATURHISTORIE

24 SAMLET I REGIONEN  
5 KUNST  
18 KULTURHISTORIE  
1 NATURHISTORIE

66 SAMLET I REGIONEN  
21 KUNST  
43 KULTURHISTORIE  
2 NATURHISTORIE

## DANSKE BRUGERE

## I TAL

	TOTAL	Oplader	Fagligt interesseret	Oplevelsesjæger	Vært	Videbegærlig	Vedhæng	Moderne	Moderne-individualorienterede	Individualorienterede	Traditionelle-individualorienterede	Traditionelle	Traditionelle-fællesskabsorienterede	Fællesskabsorienterede	Moderne-fællesskabsorienterede	Centergruppe
Mænd	38%	34%	44%	37%	38%	38%	40%	42%	54%	46%	40%	35%	35%	33%	36%	38%
Kvinder	62%	66%	56%	63%	62%	62%	60%	58%	46%	54%	60%	65%	65%	67%	64%	62%
14 - 29	16%	12%	21%	15%	12%	14%	34%	21%	26%	18%	12%	12%	12%	13%	17%	16%
30 - 49	28%	25%	24%	33%	36%	23%	26%	39%	35%	30%	21%	23%	18%	25%	35%	28%
50 - 64	28%	33%	26%	27%	23%	31%	19%	23%	20%	23%	26%	28%	34%	34%	30%	28%
65+	28%	30%	29%	25%	28%	32%	20%	18%	19%	30%	41%	37%	37%	29%	19%	28%
Grundskole	8%	6%	7%	8%	6%	7%	19%	6%	8%	9%	18%	12%	9%	4%	3%	9%
Gymnasial eller erhvervs-gymnasial uddannelse	7%	6%	10%	7%	6%	6%	16%	9%	9%	9%	7%	8%	7%	7%	7%	7%
Erhvervsfaglig uddannelse	14%	11%	12%	16%	13%	16%	15%	11%	17%	23%	28%	21%	16%	10%	7%	17%
Kort videregående uddannelse, under 3 år	10%	8%	7%	11%	10%	11%	11%	8%	11%	13%	13%	13%	10%	9%	7%	11%
Mellemlang videregående uddannelse, 3-4 år	33%	37%	31%	34%	36%	33%	23%	30%	27%	29%	24%	32%	36%	40%	35%	34%
Lang videregående uddannelse, over 4 år	27%	32%	33%	25%	29%	26%	16%	36%	28%	17%	10%	14%	22%	30%	42%	21%
Hovedstaden	38%	43%	39%	37%	39%	37%	36%	41%	37%	29%	23%	32%	35%	41%	49%	35%
Sjælland	12%	12%	12%	12%	9%	13%	13%	10%	12%	14%	14%	13%	13%	12%	10%	13%
Syddanmark	21%	17%	20%	20%	25%	21%	23%	21%	25%	27%	26%	23%	21%	19%	16%	22%
Midtjylland	22%	20%	22%	23%	22%	22%	22%	21%	19%	22%	26%	24%	23%	22%	20%	22%
Nordjylland	7%	8%	7%	8%	5%	8%	7%	7%	7%	8%	11%	9%	9%	7%	5%	7%

## SOCIOØKONOMISKE BAGGRUNDSVARIABLE

Brugerundersøgelsen giver viden om brugernes socioøkonomiske baggrundsvare. Det vil sige brugernes køn, alder og uddannelsesbaggrund. Tallene for 2014 viser, at kvinder stadig er overrepræsenterede på museerne, unge er underrepræsenterede og brugerne har generelt længere uddannelser end deres andel i den danske befolkning.

### KØN

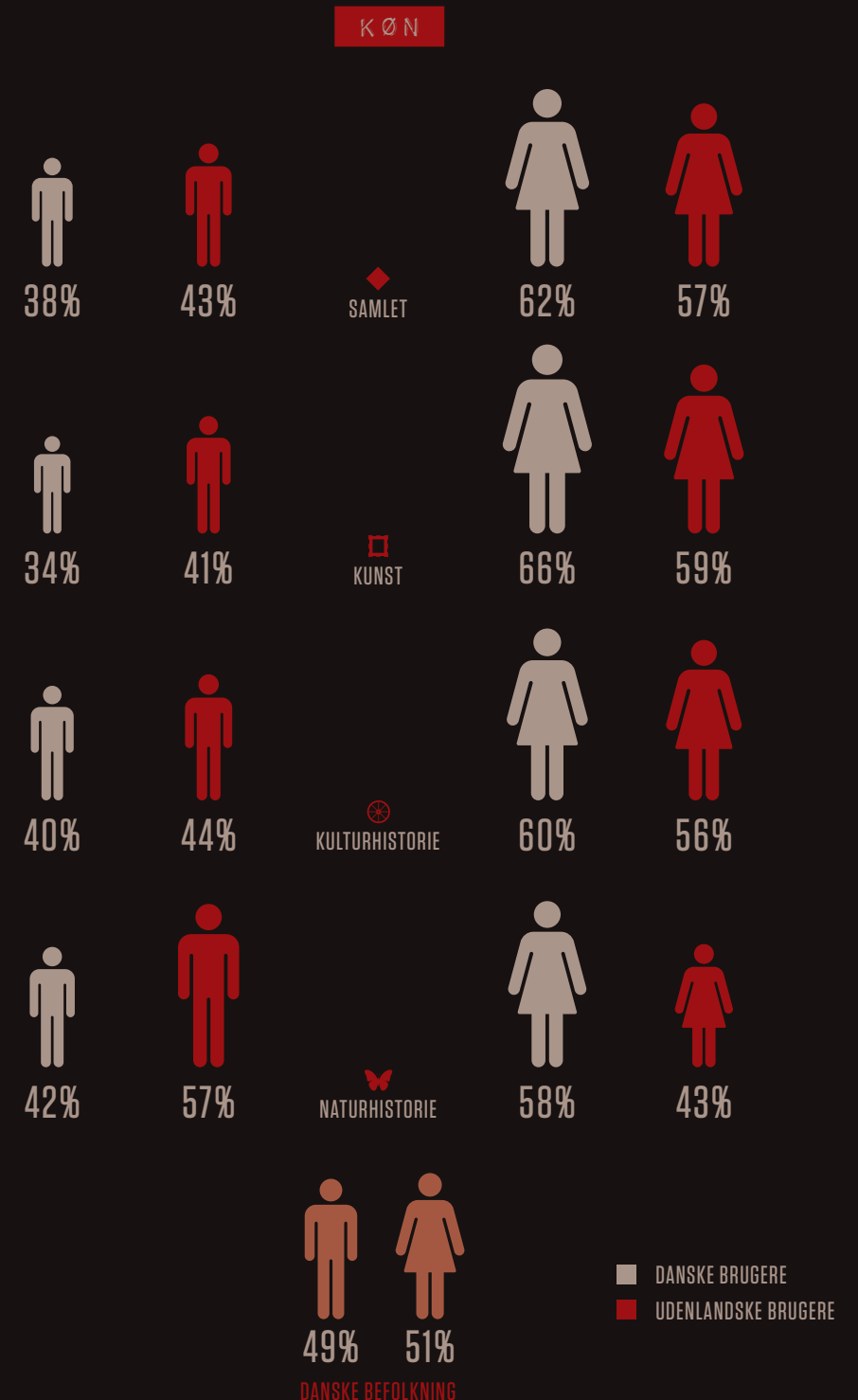
Kønsfordelingen er ujævn på de danske museer. Kvinder udgør 62% af de danske brugere, mens kvinder blandt de udenlandske brugere udgør 57%. Blandt de danske brugere er kvinder mest overrepræsenterede på kunstmuseerne, hvor de udgør 66%, mens de udgør 58% på de naturhistoriske museer. De kulturhistoriske museer har en andel af kvinder på 60%. Kvinder er overrepræsenterede blandt de udenlandske brugere, dog ikke i ligeså høj grad som blandt de danske brugere. Blandt de udenlandske brugere udgør mænd 57% på de naturhistoriske museer, hvorimod mænd kun udgør 41% af brugerne på kunstmuseerne. På de kulturhistoriske museer er andelen af udenlandske mænd 44%.

### ALDER

Unge mellem 14 og 29 år udgør 16% af de danske brugere, mens gruppen udgør 29% af de udenlandske brugere. De danske brugere i aldersgruppen er markant underrepræsenterede i forhold til deres andel i den danske befolkning. Her udgør unge mellem 14 og 29 år 24%.<sup>5</sup> Det er især naturhistoriske museer, som formår at tiltrække unge danske brugere. De udgør en andel på 20%. Det er især kunstmuseerne og de kulturhistoriske museer som tiltrækker unge udenlandske brugere, hvor de udgør 29% af brugerne begge steder.

De danske brugere i aldersgruppen 30 til 49 år udgør 28%. Det betyder, at brugere mellem 30 og 49 år er underrepræsenterede i forhold til deres andel i den danske befolkning, hvor de udgør 32%. Brugere mellem 30 og 49 år er især underrepræsenterede på kunstmuseerne, hvor de udgør 19% af brugerne, mens de er overrepræsenterede på de naturhistoriske museer med 47% i forhold til deres andel i den danske befolkning. 37% af de udenlandske brugere er mellem 30 og 49 år.

Danske brugere mellem 50 og 64 år er overrepræsenterede på museerne i forhold til deres andel i den danske befolkning. På museerne udgør de 28%, mens borgere mellem 50 og 64 år udgør 23% af den danske befolkning. Danske brugere i denne aldersgruppe udgør 29% af brugerne på kunstmuseerne, mens de kun udgør 17% af brugerne på de naturhistoriske museer. Blandt de udenlandske brugere er andelen af brugere mellem 50 og 64 år 24%.





ALDER

- DANSKE BRUGERE
- UDENLANDSKE BRUGERE
- DANSKE BEFOLKNING
- SAMLET
- KUNST
- KULTURHISTORIE
- NATURHISTORIE

50%

40%

30%

20%

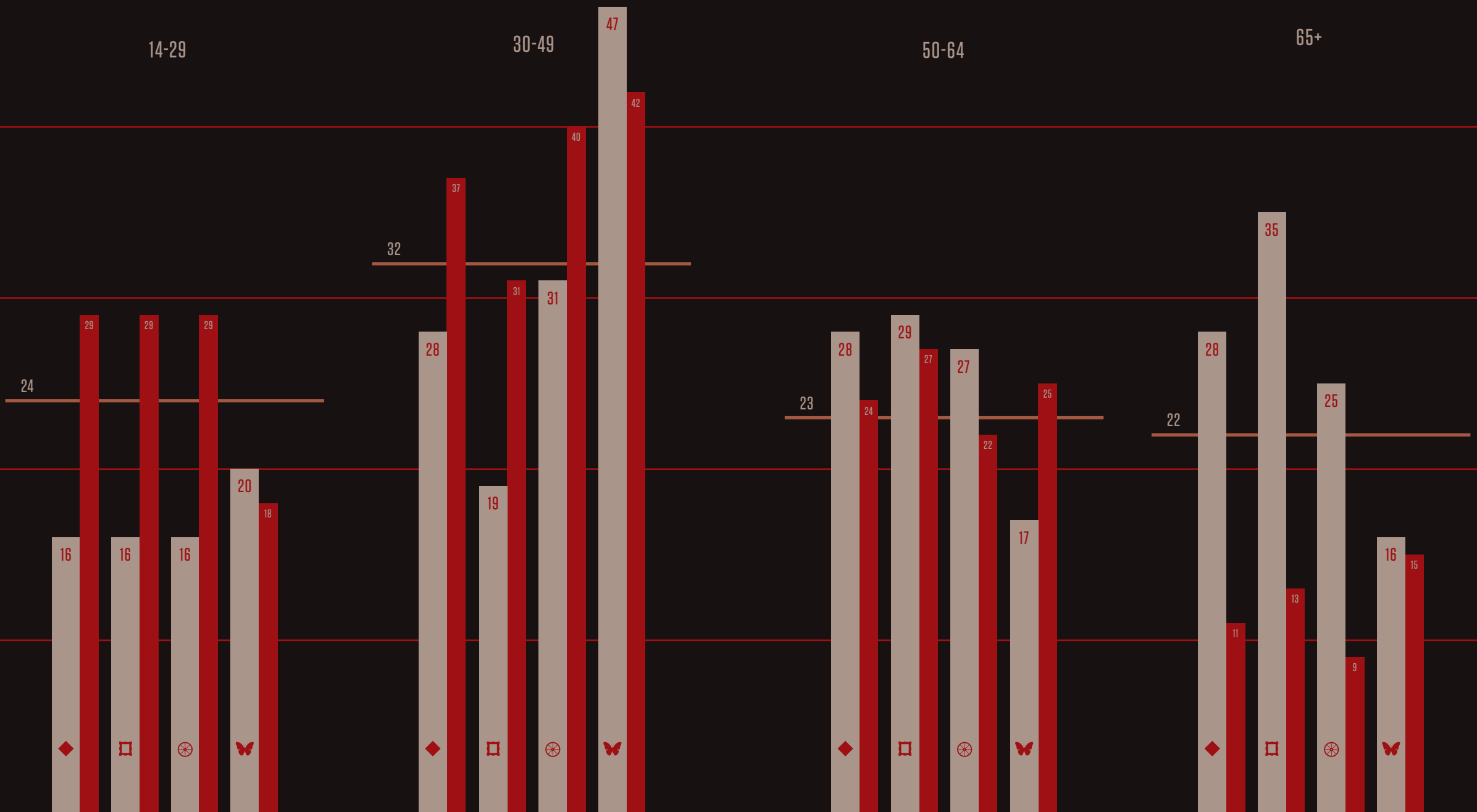
10%

14-29

30-49

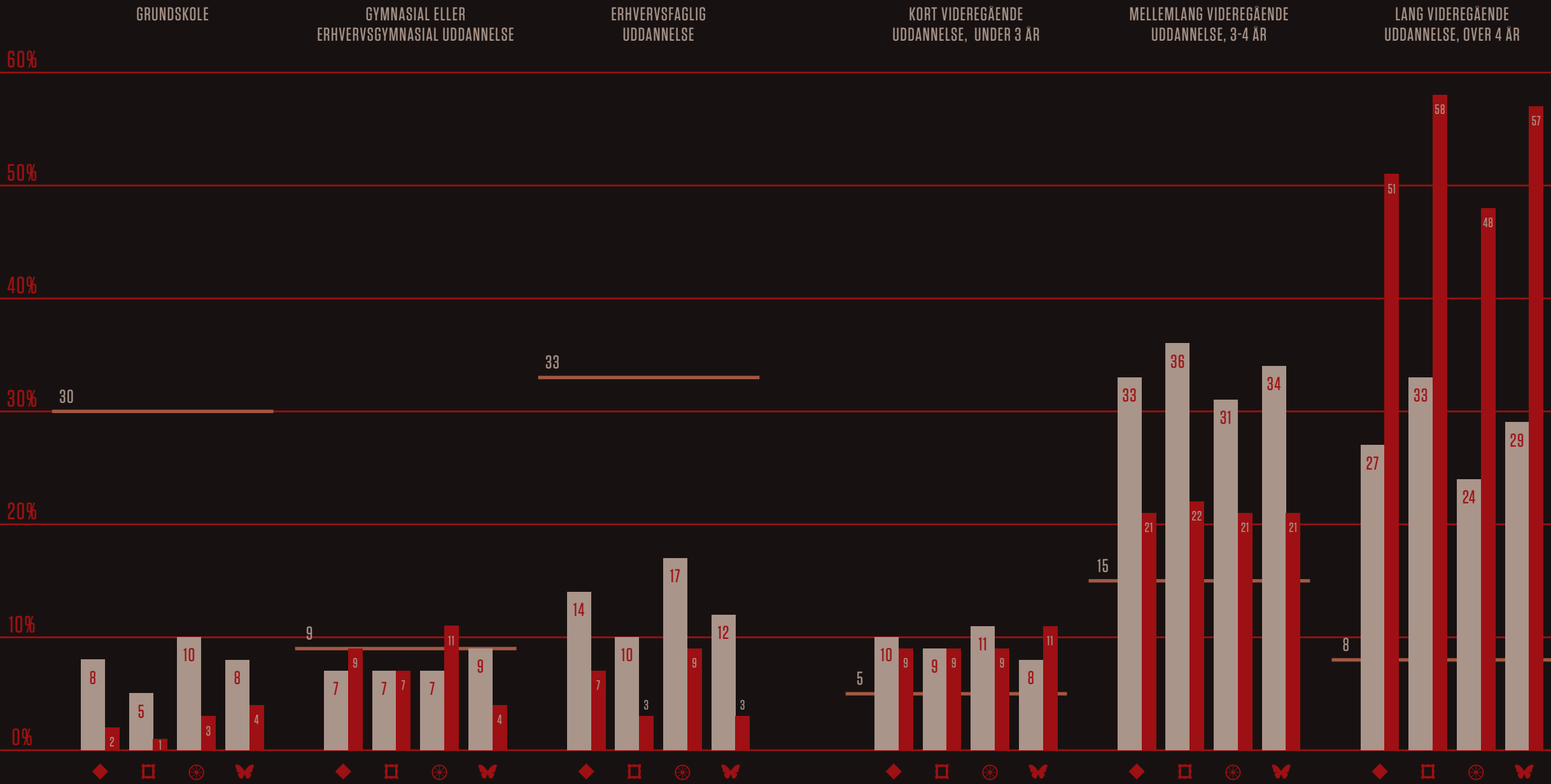
50-64

65+



# UDDANNELSE

- DANSKE BRUGERE
- UDENLANDSKE BRUGERE
- DANSKE BEFOLKNING
- SAMLET
- KUNST
- KULTURHISTORIE
- NATURHISTORIE



Danske brugere over 65 år udgør også 28% og i forhold til deres andel i den danske befolkning, hvor de udgør 22%, er denne brugergruppe også overrepræsenteret. 35% af kunstmuseernes brugere er over 65 år, mens det for de kulturhistoriske museers vedkommende er 25% og kun 16% på de naturhistoriske museer. 11% af de udenlandske brugere er over 65 år.

## UDDANNELSE

Der er stor forskel på uddannelsesbaggrunden blandt de danske og udenlandske brugere. Danske brugere med en kort, mellemlang eller lang videregående uddannelse udgør 70%, mens andelen blandt udenlandske brugere er 81%. Danske brugere med en lang videregående uddannelse udgør 27% af museernes brugere, mens borgere i det danske samfund med en lang videregående uddannelse kun udgør 8%.<sup>6</sup> Denne gruppe er altså markant overrepræsenteret på museerne i forhold til deres andel i den danske befolkning. For de udenlandske brugere er andelen med en lang videregående uddannelse endnu højere. De udgør 51% af de udenlandske brugere.

Den markante overrepræsentation af brugere med videregående uddannelser, i forhold til deres andel i den danske befolkning, betyder samtidig, at brugere med en grundskole, gymnasial eller erhvervsfaglig uddannelsesbaggrund er underrepræsenterede. Brugere med en erhvervsfaglig uddannelsesbaggrund udgør blandt de danske brugere 14%, mens de generelt i den danske befolkning udgør 33%. Samme forhold gør sig gældende blandt danske brugere med en grundskole som uddannelsesbaggrund. De udgør 8% af museernes brugere, mens de i den danske befolkning udgør 30%. Udenlandske brugere med en grundskole, gymnasial eller erhvervsfaglig uddannelsesbaggrund udgør kun 18% af brugerne. Både danske og udenlandske brugere med en grundskole, gymnasial eller erhvervsfaglig uddannelsesbaggrund er markant underrepræsenterede på de danske museer.

## BRUGERNE ER KOMPLEKSE

Samfund og borgere forandrer sig, og i dag udvikler borgere nye relationer til kulturarv og museer, som reflekterer forandringer og nye dynamikker i samfundet. Arkæolog og museolog Rodney Harrison identificerer en erindringskrise blandt nutidens borgere:

"FORNEMMELSEN AF FART OG TEMPO I SENMODERNE TEKNOLOGISK, SAMFUNDS- OG MILJØMÆSSIG FORANDRING; DEN OVERVÆLDENDE FØLELSE AF USIKKERHED, DER FØLGER MED EN RÆKKE SOCIALE, ØKONOMISKE, HUMANITÆRE, POLITISKE OG MILJØMÆSSIGE NØDSITUATIONER; DEN MÅDE, HVORPÅ NUTIDEN FORFØLGES AF FORTIDEN; DEN VOKSENDE NOSTALGI; OG OPLEVELSESØKONOMIENS FREMGANG BLANDT DEM."<sup>7</sup>

Brugerne er påvirket af en række faktorer, som er relevante for museerne at forholde sig til, hvis de vil være aktuelle overfor nutidens borgere. Brugerundersøgelsens resultater viser, at brugerne overvejende er tilfredse med deres oplevelser på museerne. Ved at se på antallet af besøgende på museerne fremgår det, at museerne i stigende grad tiltrækker brugere. Fra 2010 til 2013 er antallet af brugere på de statslige og statsanerkendte museer i Danmark således steget fra 8.525.044 til 9.592.264.<sup>8</sup>

Brugerundersøgelsens resultater viser, at brugere identificerer sig med forskellige motivations- og læringsstile, har forskellige vidensniveau om det museet beskæftiger sig med og ikke mindst, at ca. en tredjedel af de danske brugere angiver, at de har kulturelle tilhørsforhold til andre lande end Danmark. Samtidig kan de danske brugere også fordeles på TNS Gallups ni kompassegmenter.

Brugerne (borgerne) er komplekse og diversiteten, som præger samfundet, præger i ligeså høj grad museernes brugere. Det må medføre, at museerne reflekterer diversiteten i deres forvaltning af Museumsloven. Det vil sige indsamling, registrering, bevaring, forskning og formidling. Brugerkompleksiteten fordrer derfor, at museerne forholder sig til brugernes identitet i forhold til etnicitet, spiritualitet, seksuel orientering, interesserer, livsformer, politisk observans osv.

Brugerundersøgelsens resultater er vigtige i forhold til udvikling af demokratiske kulturinstitutioner, som er relevante for alle borgere. Kulturarv skabes og ejes kollektivt, og er derfor alle menneskers universelle ansvar. Det betyder medborgerskab i forhold til fælles arv.

Brugerundersøgelsen er et strategisk værktøj, som bidrager til udvikling af aktuelle kulturinstitutioner i Danmark og internationalt. De overordnede resultater for 2014 viser et øjebliksbillede af brugersammensætningerne på Danmarks museer, mens institutionernes individuelle rapporter kan benyttes til at arbejde strategisk i forhold til eksisterende brugergrupper men også inklusion af nye brugergrupper.

Kulturstyrelsen gennemførte mellem d. 2. og 8. oktober 2014 en online spørgeskemaundersøgelse blandt landets 104 statslige og statsanerkendte museer om holdninger til Brugerundersøgelsen og dens fremtid. 94% af museerne besvarede undersøgelsen. Resultaterne viser, at 71% af museerne benytter deres individuelle rapporter i deres strategiske arbejde, mens 76% af museerne benytter de overordnede nationale resultater i institutionens strategiske arbejde.



**TOP 10**

**MUSEER MED HØJESTE VURDERING AF BRUGERNES MUSEUMSOPLEVELSE**

**DANSKE BRUGERE**

Davids Samling	9,24
Greve Museum	9,17
Give-Egnens Museum	9,17
Industrimuseet i Horsens	9,13
Koldkrigsmuseet Stevnnsfort	9,07
Forsorgsmuseet Viebæltegård	9,06
Roskilde Museum – Hovedudstillingen Skt. Olsgade	8,94
Johannes Larsen Museet	8,94
Helsingør Kommunes Museer – Værftsmuseet	8,92
Fuglsang Kunstmuseum	8,91

**UDENLANDSKE BRUGERE**

Davids Samling	9,22
Karen Blixen Museet	8,98
Bornholms Kunstmuseum	8,76
Louisiana – Museum for Moderne Kunst	8,72
Vikingeskibsmuseet i Roskilde	8,72
Den Gamle By – Danmarks Købstadsmuseum	8,69
Fiskeri og Søfartsmuseet	8,68
M/S Museet for Søfart	8,66
Christiansborg – De Kongelige Repræsentationslokaler	8,66
Nationalmuseet – Prinsens Palæ	8,53

**MUSEER MED FLEST VIDEDEGÆRLIGE**

**DANSKE BRUGERE**

Fur Museum	47%
Museum Sønderjylland – Cathrinesminde Teglværk	47%
Forsorgsmuseet Viebæltegård	46%
Skanderborg Museum – Øm Kloster Museum	45%
Furesø Museer – Mosegaarden	45%
Den Gamle By – Danmarks Købstadsmuseum	45%
Fængselsmuseet i Horsens	44%
Koldkrigsmuseet Stevnnsfort	44%
Ringkøbing-Skjern Museum – Abelines Gaard	44%
Læso Museum – Museumsgården "På Lyngel"	44%

**UDENLANDSKE BRUGERE**

Nordjyllands Historiske Museum – Vikingecenter Fyrkat	72%
Christiansborg – Ruinerne	70%
Amalienborgmuseet	70%
Christiansborg – De kongelige Repræsentationslokaler	67%
Dansk Jødisk Museum	66%
Christiansborg – De Kongelige Stalde	65%
Vikingeskibsmuseet i Roskilde	65%
Rosenborg Slot	64%
H.C. Andersens Hus	62%
Kronborg	60%

## MUSEER MED FLEST MÆND

### DANSKE BRUGERE

Billund Museum – Museumsgården Karensminde	62%
Danmarks Tekniske Museum	61%
Koldkrigsmuseum Stevnstfort	57%
Kroppedal – Museum for Astronomi, Nyere Tid og Arkæologi	57%
Struer Museum	57%
Den Gamle By – Danmarks Købstadsmuseum	57%
Bangsbo Fort	56%
M/S Museet for Søfart	56%
Tøjhusmuseet	55%
Koldkrigsmuseum Langelandsfort	55%

### UDENLANDSKE BRUGERE

Tirpitz Stillingen	57%
Museet Ribes Vikinger	56%
Davids Samling	51%
Strandingsmuseet	50%
Vikingskibsmuseet i Roskilde	48%
Thorvaldsens Museum	48%
Bornholms Kunstmuseum	43%
Christiansborg – Ruinerne	43%
Fiskeri og Søfartsmuseet	42%
Rosenborg Slot	41%

## MUSEER MED FLEST KVINDER

### DANSKE BRUGERE

Kvindemuseet i Danmark	83%
Kastrupgårdsamlingen	78%
Midelfart Museum – Psykiatrisk Samling	78%
Karen Blixen Museet	77%
Amalienborgmuseet	76%
Dansk Sygeplejehistorisk Museum	76%
Københavns Museum	76%
Ordrupgaard	72%
Louisiana – Museum for Moderne Kunst	71%
Soro Kunstmuseum	71%

### UDENLANDSKE BRUGERE

Karen Blixen Museet	82%
Dansk Jodisk Museum	66%
Skagens Museum	65%
H.C. Andersens Hus	65%
Amalienborgmuseet	65%
Louisiana – Museum for Moderne Kunst	63%
Christiansborg – De kongelige Repræsentationslokaler	63%
Bork Vikingehavn	60%
Designmuseum Danmark	60%
Nationalmuseet – Prinsens Palæ	59%

## MUSEER MED FLEST BRUGERE MED EN LÆNGERE VIDERE GÅENDE UDDANNELSE

### DANSKE BRUGERE

Nikolaj Kunsthal	54%
Museet for Samtidskunst	51%
Davids Samling	47%
Kunsthal Charlottenborg	44%
Ny Carlsberg Glyptotek	42%
Thorvaldsens Museum	42%
Tøjhusmuseet	41%
Storm P. Museet	41%
H.C. Andersens Hus	41%
Gl. Holtegaard	40%

### UDENLANDSKE BRUGERE

Dansk Jodisk Museum	70%
Davids Samling	69%
Ny Carlsberg Glyptotek	65%
Designmuseum Danmark	59%
Nationalmuseet – Prinsens Palæ	59%
Thorvaldsens Museum	58%
Christiansborg – Ruinerne	58%
Arken – Museum for Moderne Kunst	58%
Statens Museum for Kunst	57%
Rosenborg Slot	56%

## MUSEER MED FLEST BRUGERE MED EN ERHVERVSFAGLIG UDDANNELSESBAGGRUND

### DANSKE BRUGERE

Industrimuseet i Horsens	33%
Museumsgården Karensminde	32%
Historiens Hus Ringsted	31%
Jagt- og Skovbrugsmuseet – Dorf Mølle og Møllegård	29%
Dansk Landbrugsmuseum	27%
Museumsgården "På Lyngel"	26%
Museum Sønderjylland – Cathrinesminde Teglværk	26%
Museet på Sønderskov	26%
Kroppedal – Museum for Astronomi, Nyere Tid og Arkæologi	26%
Helsingør Kommunes Museer – Værftsmuseet	25%

### UDENLANDSKE BRUGERE

Tirpitz Stillingen	29%
Nymindegab Museum	22%
Fiskeri og Søfartsmuseet	22%
Strandingsmuseet	17%
Museet Ribes Vikinger	16%
Bork Vikingehavn	16%
Vikingecenter Fyrkat	12%
Københavns Museum	11%
Bornholms Kunstmuseum	10%
Vikingskibsmuseet i Roskilde	8%

## MUSEER MED FLEST BRUGERE MELLEM 14 OG 29 ÅR

### DANSKE BRUGERE

Steno Museet	54%
Den Hirschsprungske Samling	46%
Antikmuseet	45%
H.C. Andersens Hus	45%
Nationalmuseet – Prinsens Palæ	39%
Statens Museum for Kunst	39%
Designmuseum Danmark	37%
Esbjerg Kunstmuseum	33%
Christiansborg – De Kongelige Repræsentationslokaler	31%
Aalborg Historiske Museum	30%

### UDENLANDSKE BRUGERE

H.C. Andersens Hus	59%
Statens Museum for Kunst	48%
Christiansborg – Ruinerne	46%
Christiansborg – De Kongelige Repræsentationslokaler	43%
Nationalmuseet – Prinsens Palæ	41%
Kronborg	38%
Designmuseum Danmark	36%
Christiansborg – De Kongelige Stalde	35%
Ny Carlsberg Glyptotek	34%
Amalienborgmuseet	32%

## MUSEER MED FLEST BRUGERE OVER 65 ÅR

### DANSKE BRUGERE

Kastrupgårdsamlingen	68%
Nivaagaards Malerisamling	60%
Teatermuseet i Hofteatret	59%
Jagt- og skovbrugsmuseet – Mosegaarden	56%
Greve Museum	55%
Ronnebæksholm	53%
Fuglsang Kunstmuseum	52%
Vendsyssel Kunstmuseum	50%
Soro Kunstmuseum	50%
Odsherreds Kulturhistoriske Museum	50%

### UDENLANDSKE BRUGERE

Bornholms Kunstmuseum	38%
Skagens Museum	27%
M/S Museet for Søfart	24%
Karen Blixen Museet	23%
Arken – Museum for Moderne Kunst	22%
Louisiana – Museum for Moderne Kunst	18%
Dansk Jodisk Museum	14%
Vikingskibsmuseet i Roskilde	12%
Nationalmuseet – Prinsens Palæ	10%
Ny Carlsberg Glyptotek	10%

## NOTER

- 1 Se liste over deltagende institutioner i bilag 1.
- 2 Se spørgeskemaet i bilag 2.
- 3 En bruger er en besøgende på det fysiske museum eller en, der har deltaget i et arrangement på eller uden for museet, som museet arrangerer. Desuden er brugeren en borger på 14 år eller derover, som kan udfylde et spørgeskema.
- 4 Se bl.a.: Falk, John H. & Dierking, Lynn D.: *The Museum Experience Revisited*, 2013, Left Coast Press; Falk, John H.: "Understanding Museum Visitors' Motivation and Learning". I: Jensen, Jacob Thorek og Lundgaard, Ida Brændholt (eds): *Museums – Social Learning Spaces and Knowledge Producing Processes*, 2013, København: Kulturstyrelsen og Dierking, Lynn D.: "Museums as Social Learning Spaces". I: Jensen, Jacob Thorek og Lundgaard, Ida Brændholt (eds): *Museums – Social Learning Spaces and Knowledge Producing Processes*, 2013, København: Kulturstyrelsen.
- 5 Data stammer fra Danmarks Statistik og måler på borgere fra 14 år og derover. Data er opgjort d. 1. januar 2015.
- 6 Vi tager forbehold for, at Brugerundersøgelsen og Danmarks Statistik ikke måler ens i forhold til borgernes uddannelsesniveau. Brugerundersøgelsen registrerer brugere på 14 år og derover og på brugernes igangværende eller sidst afsluttede uddannelse. Danmarks Statistik måler derimod på borgere mellem 15 og 69 år og borgernes højst afsluttede uddannelse.
- 7 Harrison, Rodney: *Heritage. Critical Approaches*, 2013, Abingdon: Routledge, p. 3.
- 8 Data stammer fra Danmarks Statistik.



"VI ANERKENDER, AT MENNESKER ER NØGLEN TIL BÆREDYGTIG UDVIKLING, OG I DEN SAMMENHÆNG STRÆBER VI EFTER EN VERDEN, DER ER RETFÆRDIG, UPARTISK OG INKLUDERENDE. VI FORPLIGTER OS TIL AT SAMARBEJDE OM AT FREMME EN BÆREDYGTIG OG INKLUDERENDE ØKONOMISK VÆKST, SAMFUNDSUDVIKLING, MILJØBESKYTTELSE OG DERMED OM AT VÆRE TIL GAVN FOR ALLE."<sup>1</sup>

FN RIO+20

# MUSEER I CENTRUM AF BÆREDYGTIG SAMFUNDSUDVIKLING

JACOB THOREK JENSEN

&

IDA BRÆNDHOLT LUNDGAARD

**H**vordan kan museer bidrage til bæredygtig samfundsudvikling? Hvordan kan museer adressere og anerkende menneskers diversitet, bl.a. i forhold til køn, alder, uddannelse, etnicitet, spiritualitet og seksuel orientering? Brugerundersøgelsen 2009 til 2014 udgør et unikt datamateriale i forhold til at adressere museernes aktuelle udfordringer.



# MUSEER I CENTRUM AF BÆREDYGTIG SAMFUNDSUDVIKLING

Den fælles brugerundersøgelse for de statslige og statsanerkendte museer i Danmark, med ca. 50.000 respondenter årligt fra 2009 til 2014, er et unikt strategisk redskab til at belyse museernes udfordringer og potentialer. Undersøgelsen viser både på institutionsniveau og nationalt danske og udenlandske brugeres socioøkonomiske baggrundsvariable, oplevelse af museernes kerneydelser, vidensniveau i forhold til udstillingsstedernes genstandsfelter, motivations- og læringsadfærd, interkulturel tilhørsforhold og kompassegmentering. Lige som Brugerundersøgelsen giver mulighed for at identificere ligheder og forskelle mellem de tre museumskategorier; kunst, kulturhistorie og naturhistorie.

Brugerundersøgelsen er gennemført i to projektperioder fra 2009 til 2011 og 2012 til 2014. På baggrund af erfaringerne fra de første tre år blev spørgerammen evalueret. Det medførte en reduktion af spørgsmål, samtidig med at nye spørgsmål blev tilføjet.<sup>2</sup> Brugerundersøgelsen i den anden projektperiode belyser brugernes motivations- og læringsadfærd, vidensniveau og kulturelle tilhørsforhold til andre lande end Danmark. I første projektperiode belyste Brugerundersøgelsen i højere grad brugernes besøgsvaner. Det vil sige, hvem brugerne besøger museet med, hvor ofte de besøger museer, hvor lang tid de bruger på museet og hvorfra brugerne har kendskab til museet. Første projektperiode havde dermed primært fokus på, hvordan museerne kan kommunikere og brande sig selv, mens anden projektperiode også har fokus på, hvordan museerne kan udvikle deres udstillingspraksis og læringspotentialer. Hermed har anden projektperiode særligt fokus på, hvordan museer reflekterer og producerer ny viden og erfaring om kultur- og naturarv. Det afspejler sig bl.a. gennem de to forskellige segmenteringsværktøjer TNS Gallup Kompas og John Falk og Lynn Dierkings motivations- og læringsadfærdstyper.

Denne artikel reflekterer viden og erfaringer med Brugerundersøgelsen på de statslige og statsanerkendte museer i Danmark samt en række andre kulturinstitutioner.<sup>3</sup> Brugerundersøgelsen er udviklet som en del af Kulturministeriets Formidlingsplan, som er blevet implementeret af Kulturstyrelsen.<sup>4</sup>

## LIGE ADGANG TIL KULTUR

Formidlingsplanen har været Kulturstyrelsens strategiske satsning i forhold til de statslige og statsanerkendte museer fra 2007 til 2013. Planen har særligt fokus på museernes forskning- og formidlingspraksis. Dermed har hensigten med planens indsatsområder været at sætte fokus på, hvordan museer forvalter deres viden samt anerkendelse af nye vidensparadigmer, og nytænkning af hvad der i dag er relevant viden. Det betyder nye professionelle standarder på forsknings- og formidlingsområdet, samt nye krav og forventninger til museernes roller i det 21. århundredes komplekse videnssamfund.

Formidlingsplanens teoretiske og metodiske udgangspunkt er social museologi, der har et socialkonstruktivistisk afsæt. Dermed har planen fokus på, hvordan museer eksisterer og får tilskrevet mening i en specifik kontekst: historisk, politisk, social, økonomisk og miljømæssig. Social museologi er udtryk for en ændring i det museologiske udgangspunkt fra en genstandsfokuseret museumspraksis til en menneskecentreret praksis, der har sit ideologiske udgangspunkt i UNESCOs Santiago Deklaration fra 1972.<sup>5</sup>

Formidlingsplanen består af syv indsatsområder:

- Udvikling af museernes formidling
- Museer og undervisning
- Forskning i formidling
- Brugerundersøgelser
- Kompetenceudvikling
- International erfaringsudveksling
- Videndeling og erfaringsudveksling.

Indsatsområderne er implementeret i form af nationale initiativer og undersøgelser samt gennem fem formidlingspuljer, som dækker de syv indsatsområder. I alt har over 400 projekter på museerne modtaget økonomisk støtte fra puljerne. Planen er blevet håndteret som et dynamisk og fleksibelt værktøj. Det betyder, at indsatsområder løbende er blevet kvalificeret og udviklet på baggrund af erfaringer og viden fra projekter og undersøgelser – nationalt og internationalt.

Hovedparten af de økonomiske midler til rådighed for implementering af planen er gået til projektstøtte til museerne, og er således anvendt til en bottom-up-tilgang. Der er løbende foretaget ændringer i krav og kriterier til puljerne i samråd med et rådgivende udvalg for formidling. Der er således sket en ændring i forhold til at fremme lærende partnerskaber mellem flere museer og andre kultur- og uddannelsesinstitutioner eller offentlige og private virksomheder.



Samtidig er der sket en bevægelse væk fra at støtte udvikling af produkter på enkelte museer mod støtte til kvalificerede processer. Det har været en forudsætning for bevilling af økonomisk støtte, at projekterne forholder sig til resultaterne af Brugerundersøgelsen. Endvidere blev det et krav, at slutbrugerne involveres i udviklingsarbejdet fra projektstart. Museerne har genereret en række markante projekter, og museerne har givet udtryk for, at erfaringer fra projekterne i høj grad har medført varig udvikling af deres institutioner.

Udover Brugerundersøgelsen har Kulturstyrelsen hvert år haft en pulje, museerne kan søge til kvalitative brugerundersøgelser, der bl.a. skal have et undersøgelsesdesign, der forholder sig til resultaterne af den kvantitative brugerundersøgelse. Erfaringerne fra de kvalitative brugerundersøgelser har været tilgængelige for hele museumssektoren.

Ud over disse initiativer har Kulturstyrelsen fået gennemført en undersøgelse af unge brugere og ikke-brugere af museerne. Undersøgelsen er gennemført med casestudies i Randers, Odense og Roskilde.<sup>6</sup> Endvidere har Kulturstyrelsen fået gennemført en undersøgelse af Museernes Webbrugere.<sup>7</sup> Styrelsen har samtidig, i forbindelse med dette indsatsområde, støttet en ph.d., der har fokus på museernes digitale tilstedeværelse.<sup>8</sup>

## KULTURARV OG BÆREDYGTIGHED

Når denne publikation med resultaterne af Brugerundersøgelsen har fokus på kulturarv og bæredygtighed hænger det sammen med, at der i dag er konsensus om at kultur(arv) i samspil med økonomiske, miljømæssige og sociale spørgsmål er forudsætning for bæredygtig samfundsudvikling.

Kultur(arv) reflekterer, hvad det vil sige at være menneske, og adgang til kultur er derfor en menneskerettighed. Det reflekteres i definitionen af kulturarv, som anvendes i EU's Faro Konvention fra 2005:

“(KULTUR-)ARV ER EN GRUPPE RESSOURCER. VI HAR ARVET FRA FORTIDEN, SOM FOLK UAFHÆNGIGT AF EJERSKAB IDENTIFICERER SOM EN AFSPEJLING OG ET UDTRYK FOR DEN LØBENDE UDVIKLING AF DERES VÆRDIER, TRO, VIDEN OG TRADITIONER. DEN OMFATTER ALLE DE ASPEKTER I OMGIVELSERNE, DER STAMMER FRA SAMSPIL MELLE M MÆNSKER OG STEDER I TIDERNES LØB.”<sup>9</sup>

Nye love og internationale erklæringer åbner for udviklingen af relevante og aktuelle museer. Den danske museumslov understreger, at museerne skal være bæredygtige, relevante og aktuelle. Det fremgår af bemærkningerne til loven, at museerne skal bidrage til udvikling af medborgerskab. De statslige og statsanerkendte museer i Danmark er forpligtede til at følge Museumsloven.<sup>10</sup>

ICOMs definition på et museum omfatter i dag også immateriel kulturarv. Det er centralt i forhold til museernes ansvarsområder og dermed et komplekst videnssyn. ICOM har endvidere vedtaget en resolution, der skaber opmærksomhed på stedets ånd, *Genius loci*. Det er Quebec Deklarationen om bevaring af stedets ånd fra 2008, som er baseret på museers ansvar for både materiel og immateriel kulturarv.<sup>11</sup> Deklarationen fokuserer på at respektere integriteten i den kulturelle biografi og topografi på et sted. Det betyder også et integreret syn på kultur- og naturarv. Begrebet 'stedets ånd' erstatter begrebet 'stedsans' for at understrege den levende sociale og åndelige natur på et givent sted. Deklarationen er bl.a. en anerkendelse af lokale videnssystemer og er central for bæredygtig udvikling. Ligesom ICOMs *Cultural Diversity Charter*<sup>12</sup> fra 2010 og ICOMs resolution om kønsmainstreaming fra 2013<sup>13</sup> er relevante i forhold til debat om udvikling af bæredygtige museer.

Udviklingen og ændringen af forståelsen af kultur- og naturarv, som bl.a. den danske Museumslov, ICOM og UNESCO står for, bidrager til, at museer kan indtage en central rolle i nutidens og fremtidens samfund. Det betyder en kompleks og inkluderende forståelse af kultur- og naturarv, som også indebærer en ny differentieret og professionel praksis. Det er præcis, hvad FN's generalsekretær, Ban Ki-moon, fremhæver i sin analyse af, hvordan kultur kan bidrage til udviklingen af en bæredygtig verden frem mod 2030:

“ENDELIG SKAL VI OGSÅ MOBILISERE KULTURENS KRAFT I DEN TRANSFORMATIVE FORANDRING. VI SØGER. VORES VERDEN ER EN FORUNDERLIG MOSAIK AF FORSKELLIGARTEDE KULTURER, DER DANNER GRUNDLAG FOR VORES VOKSENDE FORSTÅELSE AF BÆREDYGTIG UDVIKLING. VI KAN STADIG LÆRE MEGET FRA ANDRE KULTURER, MENS VI BYGGER DEN VERDEN, VI ØNSKER. HVIS DET SKAL LYKKES FOR OS, MÅ DEN NYE DAGSORDEN IKKE FORBLIVE INSTITUTIONERS OG REGERINGERS EKSKLUSIVE DOMÆNE. DEN SKAL FAVNES AF ALLE MÆNSKER. DERVED VIL KULTUREN, PÅ FORSKELLIG VIS, BLIVE EN VIGTIG KRAFT, DER STØTTER DEN NYE DAGSORDEN.”<sup>14</sup>

## HVAD ER EN MUSEUMSOPLEVELSE?

Brugere af de danske museer er meget tilfredse med deres museumsoplevelser. Blandt danske brugere er tilfredsheden med museerne steget støt fra 2009 til 2014, mens tilfredsheden blandt udenlandske brugere varierer over de seks år. Brugernes tilfredshed med deres museumsoplevelse er generelt ligefrem proportional med brugernes alder. De brugere der er mindst positive overfor den samlede museumsoplevelse er de unge brugere, mens de ældre brugere er mest positive i forhold til deres oplevelse.

Der er en tendens til, at brugerne er mest tilfredse med deres museumsoplevelse på de kulturhistoriske museer, mens brugerne er mindst tilfredse med deres oplevelser på de naturhistoriske museer; dog ligger den gennemsnitlige vurdering også her højt.

Brugernes tilfredshed med museerne understøttes endvidere af, at hovedparten af brugerne vil anbefale deres museumsoplevelse til andre. Mere end 90% af brugerne vil anbefale museet til andre.

Et museumsbesøg er en social begivenhed. Det dokumenter Brugerundersøgelsen utvetydigt, da andelen af brugere, som besøger museet alene, kun udgør 7%. Det betyder samtidig, at over 90% af museernes brugere besøger museerne sammen med andre. Ca. halvdelen af brugerne kommer på museerne sammen med familie, venner eller bekendte, mens ca. en tredjedel af brugerne kommer sammen med en ledsager. Få brugere kommer på museerne i større grupper, fx i forbindelse med besøg sammen med en forening eller ens arbejdsplads.

Der er en tendens til, at brugerne på kunstmuseerne oftere kommer alene eller sammen med én ledsager, mens andelen af brugere der kommer med familie eller venner på de kulturhistoriske og naturhistoriske museer er markant højere, hvor de udgør henholdsvis ca. 60% og 70%.<sup>15</sup>

Årsagen til at brugerne besøger museer er, at de for hovedpartens vedkommende kommer for at se museet. Ca. 60% af brugerne angiver dette. Ca. 30% af brugerne kommer på museerne for at se en bestemt særudstilling. Derimod angiver næsten ingen af brugerne, at de kommer på museerne for at deltage i aktiviteter eller arrangementer, for at besøge museets café eller butik eller i forbindelse med arbejde. Resultaterne peger på, at brugerne udelukkende kommer for at se museets udstillinger og samlinger. Der er imidlertid store forskelle mellem de tre museums kategorier. På kunstmuseerne kommer hovedparten af brugerne for at se en bestemt særudstilling, og altså ikke for at se museets faste udstillinger. Det er en stor forskel i forhold til de kulturhistoriske og naturhistoriske museer, hvor langt de fleste brugere kommer for at se museet, og dermed museets faste udstillinger og samlinger.

Brugerundersøgelsen giver også viden om fordelingen mellem førstegangsbbrugere og brugere, som har besøgt museet før. Ca. 40% af museernes brugere er førstegangsbbrugere på det pågældende museum, mens ca. 60% af brugerne har besøgt det pågældende museum før. Der er væsentlige forskelle mellem de tre museums kategorier. Ca. en tredjedel af kunstmuseernes brugere er førstegangsbbrugere, mens det drejer sig om ca. halvdelen af brugerne på de kulturhistoriske og naturhistoriske museer.

Resultaterne om brugernes besøgs mønstre korresponderer også med brugernes vurderinger af museernes kerneydelser. Brugerne har i alle seks år vurderet museernes 'udstillinger', 'mulighed for at lære noget nyt' og 'atmosfære' højest. Samtidig har brugerne vurderet 'egnhed for børn' og 'mulighed for at deltage aktivt' lavest i alle årene. Der er en klar sammenhæng mellem, hvorfor brugerne kommer på museerne og hvordan de vurderer det, som finder sted på museerne. Det er brugernes vurderinger af kerneydelser og besøgs mønstre, som er grundlaget for beslutningen om at sætte fokus på motivations- og læringsadfærd i Brugerundersøgelsens anden projektperiode.

## MOTIVATIONS- OG LÆRINGSADFÆRD

Implementeringen af John Falk og Lynn Dierkings motivations- og læringsadfærdstyper nuancerer resultaterne af brugernes museumsoplevelser og besøgs mønstre.<sup>16</sup> Der er også interessante sammenhænge mellem forskellene i fordelingen af brugernes motivations- og læringsadfærd på de tre museums kategorier og brugernes besøgs mønstre.

På kunstmuseerne er 'opladere' overrepræsenteret i forhold til deres andel på de andre museums kategorier. Dette hænger sammen med, at der er en større andel af brugere, som besøger kunstmuseerne alene eller sammen med én ledsager. Samtidig kommer kunstmuseernes brugere flere gange på museet, end brugerne på de øvrige museer. Der er en lille overvægt af brugere på kunstmuseerne i forhold til de andre to museums kategorier, som angiver at de er på museet, fordi de er 'fagligt interesserede'. Det kan hænge sammen med, at der er flere brugere på kunstmuseerne, som angiver at de besøger museet for at se en bestemt særudstilling.

På de kulturhistoriske museer identificerer ca. halvdelen af brugerne sig som 'oplevelsesjægere' eller 'videbegærlige'. Det hænger sammen med, at de kulturhistoriske museer har en større andel af brugere, som er førstegangsbbesøgende, samtidig med at hovedparten af brugerne kommer for at se museet, og altså ikke for at se en bestemt særudstilling eller for at deltage i en aktivitet eller et arrangement.

De naturhistoriske museer har en overvægt af brugere, som identificerer sig som 'værter'. Ca. en fjerdedel af de naturhistoriske museers brugere angiver dette. Det

BRUGERNES VURDERING AF  
MUSEERNES KERNEYDELSER

2009 - 2014

DEN SAMLEDE VURDERING AF  
MUSEUMSOPLEVELSEN BLANDT DANSKE  
OG UDENLANDSKE BRUGERE ER STEGET  
FRA 2009-2014

DANSKE BRUGERE ■ UDENLANDSKE BRUGERE

9



SAMLET VURDERING



KUNST

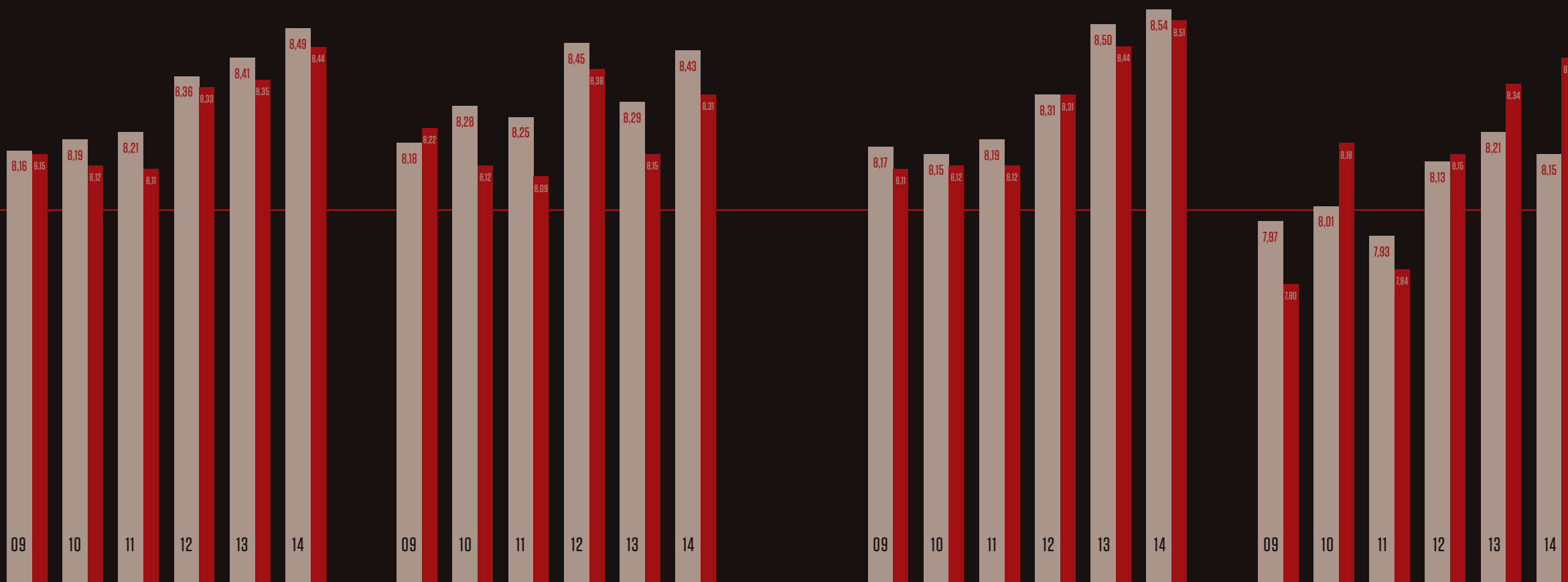


KULTURHISTORIE



NATURHISTORIE

8



## BRUGERNES BESØGSMØNSTRE

2009 - 2011



SAMLET



KUNST



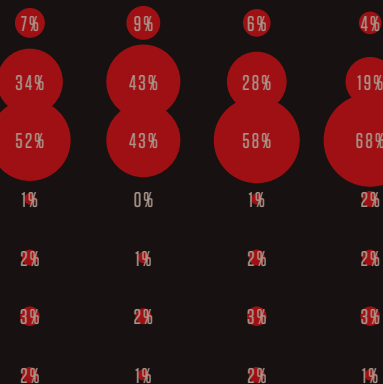
KULTURHISTORIE



NATURHISTORIE

DATA DÆKKER BADE DANSKE OG UDENLANDSKE BRUGERE

### HVEM BRUGERNE GÅR PÅ MUSEUM MED



JEG ER HER ALENE

JEG ER SAMMEN MED EN LEDSAGER

JEG ER SAMMEN MED FAMILIE, VENNER ELLER BEKENDTE

JEG ER HER MED EN TURISTGRUPPE

JEG ER HER MED MIN ARBEJDSPLADS

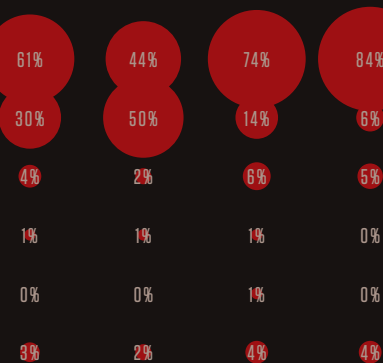
JEG ER HER I EN UNDERVISNINGSSAMMENHÆNG

JEG ER HER MED EN FORENING

93%

AF BRUGERNE KOMMER SAMMEN MED ANDRE

### ÅRSAGER TIL MUSEUMSBESØG



AT SE MUSEET

AT SE EN BESTEMT SÆRUDSTILLING

AT DELTAGE I EN AKTIVITET ELLER ET AF MUSEETS ARRANGEMENTER

AT BESØGE MUSEETS CAFÉ

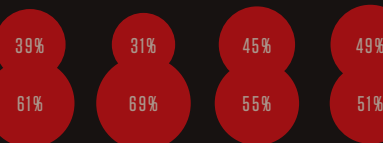
AT BESØGE MUSEETS BUTIK

DET ER I FORBINDELSE MED MIT ARBEJDE

61%

AF BRUGERNE KOMMER FOR AT SE MUSEET

### FØRSTEGANGSBRUGERE OG BRUGERE, DER HAR BESØGT MUSEET FØR



FØRSTEGANGSBRUGERE

HAR BESØGT MUSEET FØR

39%

ER FØRSTEGANGSBRUGERE

kan igen ses i sammenhæng med, at hovedparten af brugerne på de naturhistoriske museer kommer med familie eller venner. Andelen af brugere, som identificerer sig som 'værter' på de naturhistoriske museer er imidlertid faldende fra 2012 til 2014. Brugere, som angiver at de er 'opladere' på de naturhistoriske museer, udgør kun en meget lille andel. Det betyder, at meget få brugere benytter de naturhistoriske museer som rum til refleksion og fordybelse.

Motivations- og læringsadfærdssegmenteringen er et værktøj til at konkretisere arbejdet med at udvikle en social museumspraksis, der tager udgangspunkt i differentieret brugerinvolvering. Det betyder samtidig en anerkendelse af, at mennesker tilegner sig viden på forskellige måder og i forskellige kontekster, og kalder dermed også på, at museer i højere grad påtager sig og udgør multifunktionelle roller og rum.

### HVEM KOMMER PÅ MUSEERNE?

I alle seks år har Brugerundersøgelsen kortlagt brugernes socioøkonomiske baggrundsvariable. Det vil sige brugernes køn, alder og uddannelsesbaggrund. Disse resultater peger på nogle markante tendenser og skævvridninger i forhold til den danske befolkningssammensætning.

Med hensyn til kønsfordelingen blandt danske brugere, så er der en tendens til, at kvinder udgør en stadig stigende andel. Fra 2009 til 2014 er andelen af kvinder på landets museer steget fra at udgøre 59% til 62%. Der er variationer i forhold til de tre museumskategorier. På kunstmuseerne er andelen af kvinder steget fra 62% i 2009 til 66% i 2014. Ligeledes er andelen af kvinder steget på de kulturhistoriske og naturhistoriske museer i perioden. Igennem alle årene har kønsfordelingen været mest ligelig på de naturhistoriske museer.

Unge brugere mellem 14 og 29 år har i alle årene været den mest underrepræsenterede gruppe på museerne i forhold til deres andel i den danske befolkning. På den anden side er brugere over 50 år den mest overrepræsenterede gruppe af brugere i forhold til deres andel i den danske befolkning.

Det er særligt unges andel på museerne, som har ændret sig i de sidste seks år. I 2009 udgjorde unge 12% af de danske brugere, mens de i 2014 udgør 16%. Det er en fremgang på 33% i forhold til deres andel i 2009. Det er en udvikling, som bl.a. skyldes, at unge har været et strategisk indsatsområde for Kulturstyrelsen. Kulturstyrelsen har således prioriteret at støtte udviklingsprojekter, som har haft unge som målgruppe. Dette har resulteret i, at ca. 200 projekter med unge som målgruppe har modtaget støtte fra Formidlingsplanen i perioden.

Der er markante forskelle i brugernes aldersfordeling på de tre museums-kategorier. De naturhistoriske museer har haft en fremgang i andelen af unge brugere fra 10% i 2010 til 20% i 2014, mens udviklingen i andelen af unge brugere på de kulturhistoriske museer og kunstmuseerne følger den generelle udvikling på museumsområdet. På kunstmuseerne er der en tendens til, at de i stigende grad tiltrækker brugere over 65 år. I 2009 udgjorde denne gruppe 26%, mens brugere i aldersgruppen i 2014 udgør 35%. På de kulturhistoriske museer er der ikke sket markante ændringer i brugernes aldersfordeling i de sidste seks år i forhold til udviklingstendenserne på de naturhistoriske museer og kunstmuseerne.

Det samlede billede af brugernes uddannelsesbaggrund på museerne afviger markant fra den danske befolkning. Generelt er brugere med en kort, mellemlang eller lang videregående uddannelse iøjnefaldende overrepræsenterede på museerne i forhold til deres andel i den danske befolkning, mens brugere med en grundskole, gymnasial eller erhvervsfaglig uddannelsesbaggrund er ekstremt underrepræsenterede på museerne i forhold til deres andel i den danske befolkning. I de sidste seks år er der ikke sket nogen bemærkelsesværdige udviklinger i forhold til denne ubalance.

Med implementering af spørgsmål om brugernes viden om det museet beskæftiger sig med i anden projektperiode, giver Brugerundersøgelsen et nuanceret billede af, hvem museernes brugere er, samt et mere konkret redskab til at adressere den skævrivning i brugernes uddannelsesbaggrund, som er en realitet på de danske museer. Det fremgår entydigt af brugernes besvarelser af, om de har viden om det museet beskæftiger sig med, at det udelukkende er brugere med en mellemlang eller lang videregående uddannelse der oplever, at de ved noget om det, som museet beskæftiger sig med.<sup>17</sup> Det gælder også uanset hvilken motivations- og læringsadfærdstype, brugerne identificerer sig med.

Fra 2013 har Brugerundersøgelsens spørgeramme inkluderet et spørgsmål til brugernes kulturelle tilknytning til lande udenfor Danmark. Brugerundersøgelsen dokumenterer, at ca. en tredjedel af brugere med bopæl i Danmark angiver, at de har et kulturelt tilhørsforhold til et andet land end Danmark.<sup>18</sup> Der er ingen væsentlige forskelle i brugernes besvarelser i 2013 og 2014, hvilket konsoliderer validiteten af resultaterne. Det giver anledning til at gentænke den museale praksis ud fra et mangfoldighedsperspektiv, der bl.a. bygger på interkulturel dialog. Brugernes besvarelser afdækker museernes behov for at implementere en interkulturel praksis i deres museumsarbejde.

## MARKEDSFØRING OG BRANDING

Brugerundersøgelsen har gennem seks år omfattet TNS Gallups kompassegmentering.<sup>19</sup> Det er et professionelt redskab til udvikling af kommunikations- og brandingstrategier. Brugere besvarer otte værdi- og holdningsspørgsmål i undersøgelsen, og ud fra disse besvarelser segmenteres brugerne. Kompassegmenteringen krydser resultaterne af Brugerundersøgelsen med en række andre resultater fra undersøgelser, som TNS Gallup foretager. Det betyder, at TNS Gallups kompassegmentering er sammensat af mange komplekse datasæt.

Resultaterne viser, at museernes brugere adskiller sig i forhold til borgernes fordeling i de ni kompassegmenter i den danske befolkning. Det er brugere, som er 'fællesskabsorienterede', der er overrepræsenterede, mens brugere, som er 'individerorienterede', er underrepræsenterede. Disse resultater har ikke ændret sig bemærkelsesværdigt over de seks år, undersøgelsen er blevet gennemført. Samtidig underbygger dette forhold resultaterne om, at et museumsbesøg er en social begivenhed, altså noget man foretager sig i fællesskab med andre.

Brugerundersøgelsens to forskellige segmenteringsværktøjer, John Falk og Lynn Dirckings motivations- og læringsadfærdstyper og TNS Gallups kompassegmentering, åbner nye muligheder for at arbejde med flerstemmighed og en inkluderende praksis, der tager udgangspunkt i borgernes forskellighed. Forsker, kunstner og museumsdirektør Martha Fleming adresserer, hvorfor og hvordan museer kan arbejde med at udvikle en inkluderende kultur, der bygger på potentialerne i en tværfaglig praksis:

"EN KULTUR, DER BYGGER PÅ EN TVÆRFAGLIG TANKEGANG OG PRAKSIS PÅ MUSEER, ÅBNER TILSVARENDE FOR EN UDBREDELSE AF RELEVANTE AKTIVITETER OG DERMED EN UDVIDELSE AF DEN MÅDE, HVORPÅ MUSEER KAN BYDE DERES MANGE POTENTIELLE BRUGERE VELKOMMEN."<sup>20</sup>

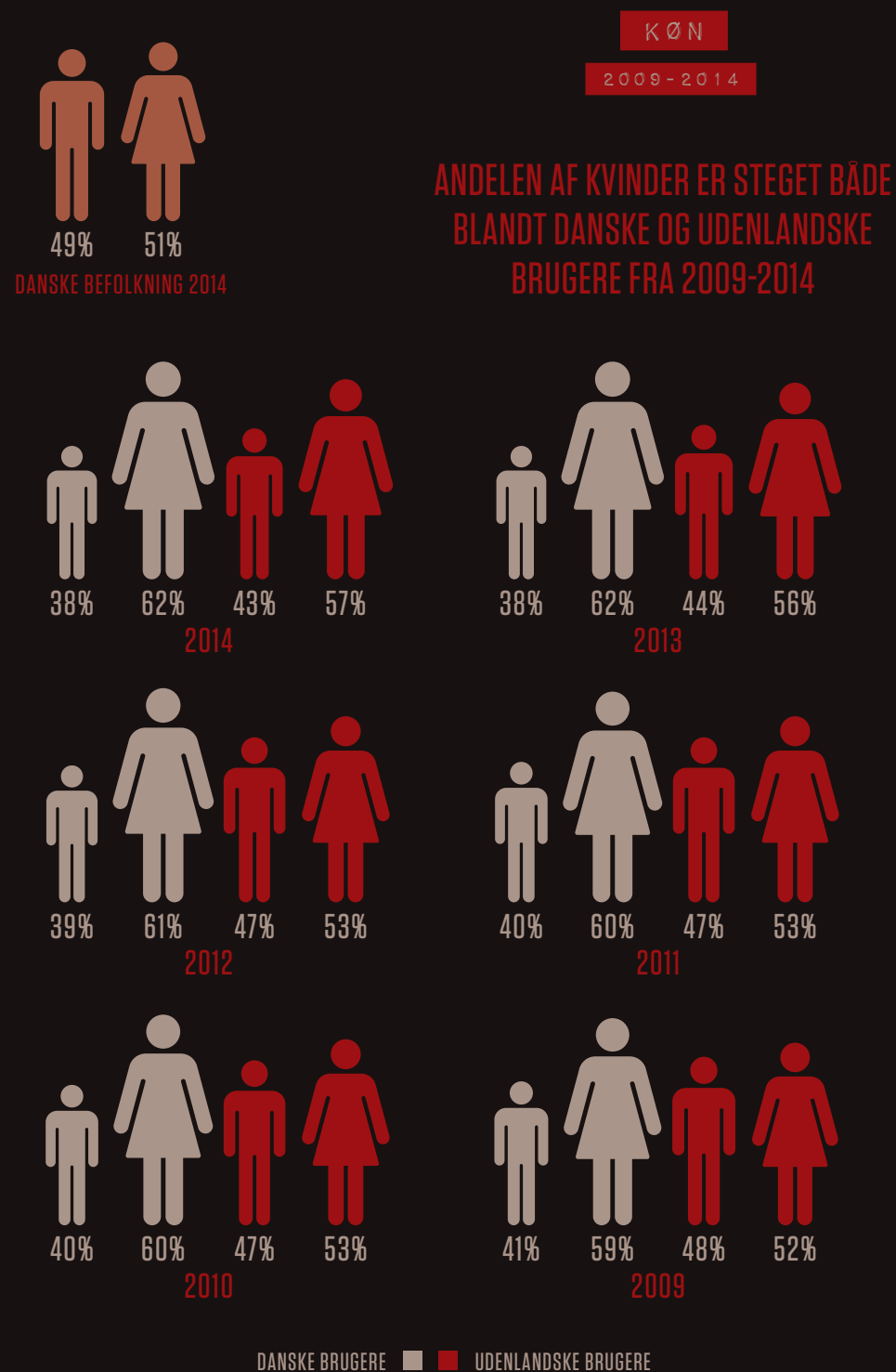
## KULTURTURISME

Andelen af udenlandske brugere på museerne er steget siden 2009. De udgør i dag ca. en fjerdedel af alle brugere på museerne. De udenlandske brugere er generelt yngre, de har en længere uddannelsesbaggrund og kønsfordelingen er mere ligelig end blandt danske brugere.<sup>21</sup> Siden 2009 er andelen af udenlandske brugere med bopæl uden for Europa steget fra at udgøre 14% til at udgøre 24%. Den største andel af udenlandske brugere kommer dog fortsat fra Tyskland. De udgør ca. en tredjedel af alle udenlandske brugere på danske museer. International kulturturisme er derfor en vigtig dimension for de danske museer.

Den store andel af udenlandske brugere, kombineret med den store andel af danske brugere, som angiver at de har en kulturel tilknytning til et andet land end Danmark, kræver, at museerne udvikler interkulturelle kompetencer for at blive i stand til at udfolde de potentialer, som kulturelle forskelle kan producere. Et fleksibelt og socialt inkluderende museum må i dag fungere som et multifunktionelt rum for analoge og digitale praksisfællesskaber. Det betyder, at museerne opfatter brugerne som medproducenter, der selv strukturerer deres museumsbesøg og selv danner deres individuelle og kollektive narrativer, frem for passive publikummer.

Potentialerne i kulturturisme kan udfoldes, såfremt museerne, med udgangspunkt i en lokal forankring og bevidsthed om stedsans, skaber forbindelser med internationale brugergrupper. Det vil sige, at museerne danner rammer om interkulturelle møder mellem lokale og globale brugere, og dermed sikrer bæredygtige praksisfællesskaber. Dette er forhold, som også anerkendes som strategiske pejlemærker i EU-regi:

“KULTUR (OG KULTURARV SOM EN UUNDVÆRLIG DEL) BETRAGTES NU SOM EN AF DE FIRE SØJLER I BÆREDYGTIG UDVIKLING PÅ LIGE FOD MED DE ANDRE. SOM UTALLIGE STUDIER ALLEREDE HAR BEKRÆFTET, KAN KULTURARV, HVIS DEN HÅNTERES ORDENTLIGT, VÆRE MEDVIRKENDE TIL AT FREMME SOCIAL INKLUSION, UDVIKLE INTERKULTUREL DIALOG, FORME ET OMRÅDES IDENTITET, FORBEDRE KVALITETEN AF MILJØET, SIKRE SOCIAL SAMMENHÆNG OG – PÅ DEN ØKONOMISKE FRONT – STIMULERE TURISMEUDVIKLING, SKABE ARBEJDSPLADSER OG STYRKE INVESTERINGSKLIMAET. MED ANDRE ORD KAN INVESTERING I KULTURARV SKABE VÆRDI I FORM AF SAMFUNDSFORDELE OG ØKONOMISK VÆKST.”<sup>22</sup>



ALDER

2009-2014

DANSKE BRUGERE  
UDENLANDSKE BRUGERE

DANSKE BEFOLKNING 2014

14-29

30-49

50-64

65+

33%

FLERE DANSKE UNGE  
FRA 2009-2014

53%

FLERE UDENLANDSKE UNGE  
FRA 2009-2014



# UDDANNELSE

2009-2014

■ DANSKE BRUGERE  
■ UDENLANDSKE BRUGERE

— DANSKE BEFOLKNING 2014

GRUNDSKOLE

GYMNASIAL ELLER  
ERHVERVSGYMNASIAL UDDANNELSE

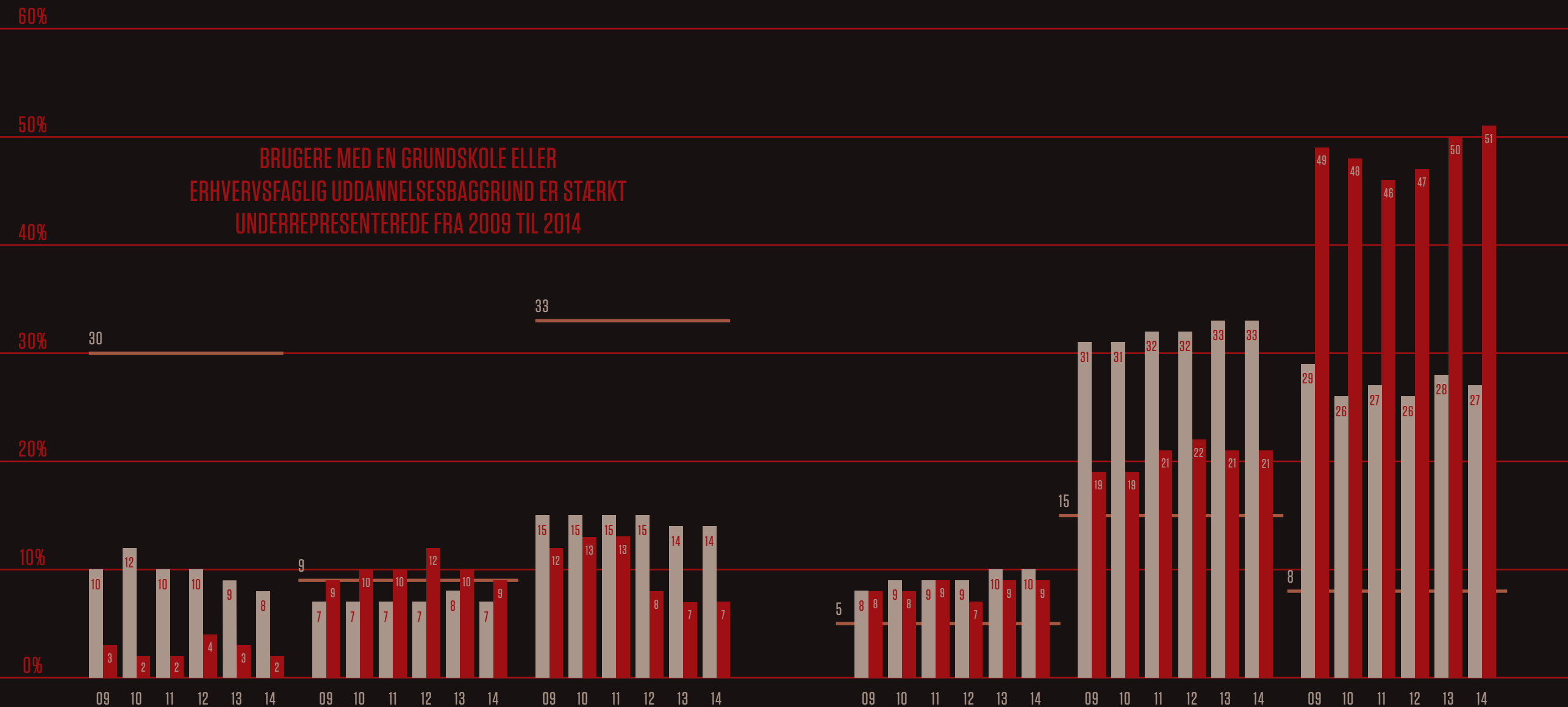
ERHVERVSFAGLIG  
UDDANNELSE

KORT VIDEREGÅENDE  
UDDANNELSE, UNDER 3 ÅR

MELLEMLANG VIDEREGÅENDE  
UDDANNELSE, 3-4 ÅR

LANG VIDEREGÅENDE  
UDDANNELSE, OVER 4 ÅR

BRUGERE MED EN GRUNDSKOLE ELLER  
ERHVERVSFAGLIG UDDANNELSES-  
BAGGRUND ER STÆRKT  
UNDERREPRESENTEREDE FRA 2009 TIL 2014





## MUSEER FOR NUTIDEN OG FREMTIDEN

Den viden, som Brugerundersøgelsen genererer, giver anledning til en gentænkning af værdien, som museerne skaber – og kan skabe – i samfundet. Det er refleksioner, som det enkelte museum skal foretage, som forholder sig til institutionen, borgerne og samfundet som helhed. For at imødekomme nutidens og fremtidens behov for bæredygtig samfundsudvikling er det nødvendigt at sætte nye standarder for professionel museumspraksis. Dermed kan museerne blive centrale medspillere i udviklingen af et bæredygtigt samfund, som bygger på anerkendelse af diversitet og social og kulturel inklusion.

### BORGERE

- Generere ny viden, der har relevans og forbindelse til hverdagen.
- Stimulere nysgerrighed og personlig refleksion samt evnen til at tænke kritisk.
- Skabe muligheder for at undersøge og afklare værdier, der bidrager til at styrke og udfordre identiteter.
- Bidrage til at håndtere kompleksitet og usikkerhed og fremme motivation og handling.

### INSTITUTION

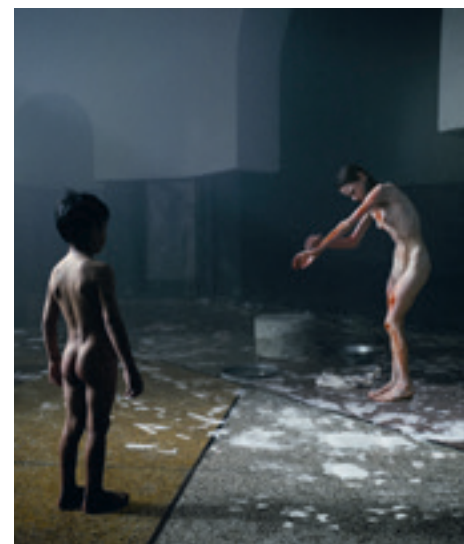
- Udvikle en lærende organisation, der bygger på tværfaglighed, interkulturel dialog og medarbejderdiversitet.
- Udvikle medarbejdernes specialiserede viden og kompetencer.
- Udfordre medarbejdernes institutionelle antagelser.
- Skabe lærende partnerskaber med borgere, private- og offentlige institutioner.

### SAMFUND

- Adressere vitale problemstillinger og potentialer.
- Facilitere møder mellem forskellige samfundsgrupper, der fremmer debat, social interaktion og interkulturel dialog.
- Etablere langsigtede samarbejdsrelationer, som bidrager til bæredygtig samfundsudvikling.
- Skabe bevidsthed om global indflydelse på lokale forhold.

## NOTER

- 1 UN RIO+20: *Outcome Document – The Future We Want*, Brasilien, 2012.
- 2 Se spørgeskemaerne i bilag 2.
- 3 Se bilag 1 for deltagende udstillingssteder.
- 4 Formidlingsplanen bygger på: Kulturministeriet: *Udredning om museernes formidling*, 2006, København: Kulturministeriet.
- 5 UNESCO: *Round Table of the Development and the Role of Museums in the Contemporary World (Santiago Deklarationen)*, Santiago de Chile, 1972.
- 6 Lundgaard, Ida Brændholt og Moos, Thyge (eds): *Unge Museumsbrug – En målgruppeundersøgelse af museernes unge brugere og ikke-brugere*, 2012, København: Kulturstyrelsen.
- 7 Lundgaard, Ida Brændholt og Moos, Thyge (eds): *Museernes Webbrugere – En brugerundersøgelse af museernes hjemmesider*, 2010, København: Kulturstyrelsen.
- 8 Holdgaard, Nanna: *Online Museum Practices – A holistic analysis of Danish museums and their users*, 2014, København: IT Universitetet.
- 9 Europakommissionen: *Framework Convention on the Value of Cultural Heritage for Society (Faro Konventionen)*, Faro, Portugal, 2005.
- 10 Kulturministeriet: *Bekendtgørelse af Museumsloven*, LBK nr. 358 af 08/04/2014.
- 11 ICOM: *Quebec Declaration on the Preservation of the Spirit of the Place*, Quebec, Canada, 2008.
- 12 ICOM: *Cultural Diversity Charter*, Shanghai, China, 2010.
- 13 ICOM: *Museums, Gender Mainstreaming and Inclusion: Benchmarking against the ICOM Cultural Diversity Charter, Shanghai 2010*, Rio, Brasilien, 2013.
- 14 FN's generalsekretær: *The Road to Dignity by 2030: Ending Poverty, Transforming All Lives and Protecting the Planet*, 2014, New York: United Nations.
- 15 Andersen, Janice Bille; Jensen, Jacob Thorek og Lundgaard, Ida Brændholt: *National Brugerundersøgelse 2011, 2012*, København: Kulturstyrelsen.
- 16 Se artiklen "Museernes brugere og brugernes museer" for beskrivelse af motivations- og læringsadfærdstyperne.
- 17 Lundgaard, Ida Brændholt: "Social og Faglig Læring på Museet". I: Jensen, Jacob Thorek og Lundgaard, Ida Brændholt: *Museer – Viden, Demokrati, Transformation*, 2014, København: Kulturstyrelsen.
- 18 Jensen, Jacob Thorek: "Kulturel Tilknytning og Forankring af Kulturel Diversitet på Museet". I: Jensen, Jacob Thorek og Lundgaard, Ida Brændholt: *Museer – Viden, Demokrati, Transformation*, 2014, København: Kulturstyrelsen.
- 19 Se artiklen "Museernes brugere eller brugernes museer" for beskrivelse af TNS Gallups kompas-segmenter.
- 20 Fleming, Martha: "Open Minds – Open Doors". I: Jensen, Jacob Thorek og Lundgaard, Ida Brændholt (eds): *Museums – Social Learning Spaces and Knowledge Producing Processes*, 2013, København: Kulturstyrelsen, p. 150.
- 21 Holm, Ditte Vilstrup: "Hver Fjerde Bruger har Bopæl i Udlandet". I: Jensen, Jacob Thorek og Lundgaard, Ida Brændholt: *Museer – Viden, Demokrati, Transformation*, 2014, København: Kulturstyrelsen.
- 22 Cornelia Dümcke og Mikhail Gnedovsky: *The Social Economic Value of Cultural heritage: literature review*, European Expert Network on Culture (EENC), 2013.



Her følger metoden for Brugerundersøgelsen, som er blevet gennemført fra 2009 til 2014. Først bliver spørgeskemaets opbygning og historikken bag undersøgelseskonceptet gennemgået og derefter præsenteres datagrundlaget for alle seks år undersøgelsen er gennemført. Endvidere redegøres der for indsamlingsprincippet for Brugerundersøgelsen og for de deltagende institutioner.

### SPØRGESKEMAET

Spørgeskemaet for brugerundersøgelsen 2012 til 2014 er udviklet efter en evaluering af spørgeskemaet for den første projektperiode fra 2009 til 2011. Evalueringen er foretaget i samarbejde med et rådgivende udvalg bestående af repræsentanter fra museer, Organisationen Danske Museer samt universiteter i Danmark. Spørgerammen for det nuværende skema er blevet væsentlig kortere og fokuserer på de kerneydelser, som giver museerne værdi. I 2013 og 2014 er der endvidere tilføjet et spørgsmål om brugernes kulturelle tilhørsforhold til andre lande end Danmark.

Spørgerammen for 2012 til 2014 har fokus på brugernes:

- Tilfredshed
- Motivations- og læringsadfærd
- Viden om udstillingerne
- Socioøkonomiske baggrundsvariable
- Værdisegmentering
- Kulturelle tilhørsforhold

Spørgeskemaet kan besvares på dansk, engelsk og tysk i en trykt papirversion.<sup>1</sup> I digital form kan spørgeskemaet besvares på dansk, engelsk, tysk, spansk, polsk, russisk, kinesisk og arabisk.

### DATAGRUNDLAG

Tallene i figurene og i teksterne i publikationen er afrundet til hele procenter. Det betyder, at de afrundede tal ikke nødvendigvis altid summer til 100% samt, at små forskelle mellem andele eller i sammenligninger af tal kan skyldes afrunding.

I oversigter med Top 10-liste i antologien er der kun medtaget museer, som har indsamlet mindst 100 spørgeskemaer.

Det er afgørende ved analyse af data at forskelle i resultater er statistisk signifikante. Det betyder, at forskelle, der kan konstateres, er reelle og ikke opstået tilfældigt. Brugerundersøgelsens stringente metode samt det store datagrundlag gør at tilfældige forskelle undgås. Datagrundlaget i brugerundersøgelsen bygger på følgende antal udfyldte spørgeskemaer:

- 2014: 52.033
- 2013: 51.854
- 2012: 41.728
- 2011: 51.657
- 2010: 56.124
- 2009: 34.666

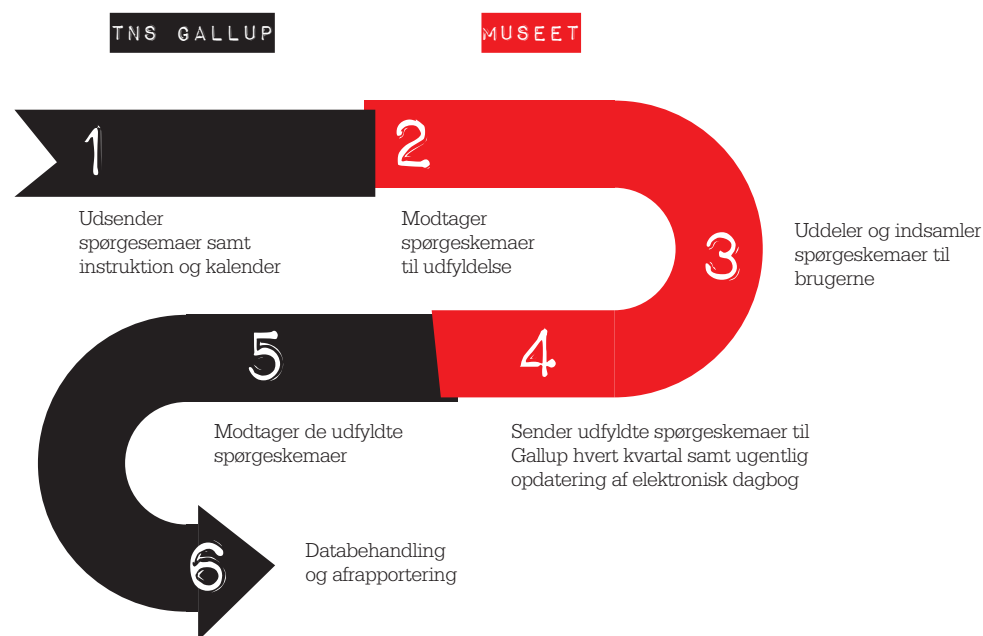
Brugerundersøgelsens datagrundlag har en størrelse, der betyder, at selv mindre forskelle er udtryk for reelle udviklingstendenser.

Brugerundersøgelsen inddrager data fra Danmarks Statistik opdateret i januar 2015. Der skal tages forbehold for, at Danmarks Statistiks opgørelse af borgernes uddannelsesbaggrund er forskellig fra opgørelsen i brugerundersøgelsen. I brugerundersøgelsen er brugere på 14 år og derover registreret på deres igangværende eller afsluttede uddannelse, mens Danmarks Statistiks data for den

danske befolkning er opgjort for borgere på 15 år og derover, som er registreret ved deres højest afsluttede uddannelse.

## DELTAGENDE INSTITUTIONER

I brugerundersøgelsen 2014 deltager 203 museer og kulturinstitutioner. Det er alle statslige og statsanerkendte museer i Danmark. Fra 2013 deltog en række museer og kulturinstitutioner, som ikke tidligere har været en del af brugerundersøgelsen. Det er bl.a. universitetsmuseer, kunsthaller, etatsmuseer, videnscentre, verdenskulturarvssteder, slotte m.fl.<sup>2</sup> I denne publikation omtales de deltagende institutioner museer. 24% af alle museer, der deltager i Brugerundersøgelsen, er kunstmuseer, mens 73% er kulturhistoriske museer. 3% af museerne i undersøgelsen er naturhistoriske museer.



EN BRUGER ER EN BESØGENDE PÅ DET FYSISKE MUSEUM ELLER EN, DER HAR DELTAGET I ET ARRANGEMENT PÅ ELLER UDEN FOR MUSEET, SOM MUSEET ARRANGERER. DESUDEN ER BRUGEREN EN BØRGER PÅ 14 ÅR ELLER DEROVER, SOM KAN UDFYLDE ET SPØRGESKEMA.

## INDSAMLING AF SPØRGESKEMAER

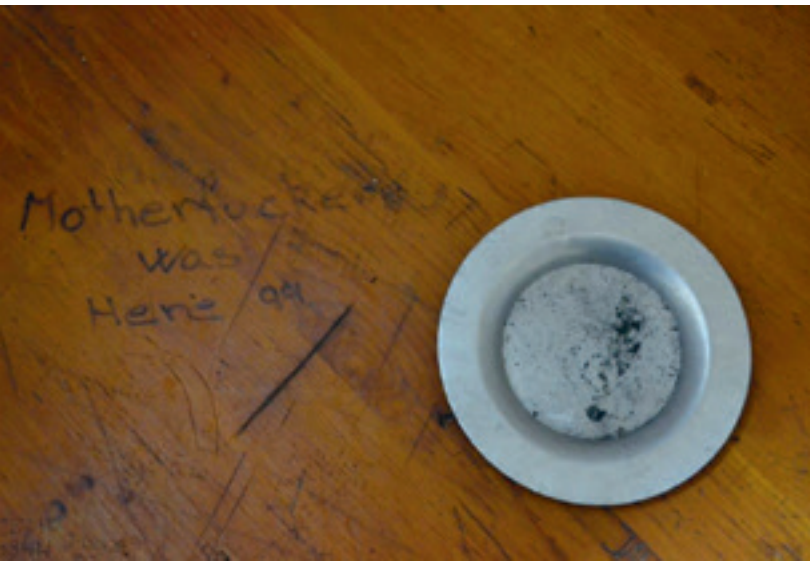
Alle deltagende institutioner i brugerundersøgelsen varetager selv opgaven med uddeling og indsamling af spørgeskemaer. Processen med indsamling og indsendelse af spørgeskemaer til TNS-Gallup foregår som illustreret i figuren.

De deltagende institutioner har efter en individuelt beregnet frekvens, baseret på deres besøgstal, indsamlet mellem 100 og 800 skemaer. På indsamlingsdage skal institutionerne indsamle skemaer efter en forudbestemt frekvens. Frekvensen er udregnet på baggrund af museets samlede besøgstal opgivet til Danmarks Statistik. På baggrund af frekvensen får museet udleveret en kalender med antallet af indsamlingsdage og antallet af spørgeskemaer, museet skal have indsamlet i løbet af et år. Frekvensen sikrer, at der tages højde for sæsonvariation, da mængden af udleverede skemaer følger fluktuationerne i besøgstal. For at tage højde for udsving på forskellige ugedage skifter indsamlingsdagen fra uge til uge. Første indsamlingsdag begynder ved museets første åbningsdag i ugen, anden indsamlingsdag falder på institutionens anden åbningsdag i ugen osv. Dermed tager undersøgelsens design højde for variation på ugebasis og sæsonudsving.

Udvælgelseskriteriet bygger på den antagelse, at der ikke er en særlig systematik i, hvilket nummer besøgende, en bruger er. Denne metode betegnes som en systematisk stikprøve, og er antagelsen korrekt, er der tale om en statistisk tilfældig udvælgelse. Det betyder, at der kan foretages statistisk generalisering og sammenligning uden særlige forbehold.

## NOTER

- 1 Se spørgeskemaet i bilag 2.
- 2 Se liste over deltagende institutioner i bilag 1.







# MANGFOLDIGHED OG ORGANISATIONSUDVIKLING

2





# HVAD ER BÆREDYGTIGHED?

LENE FLORIS

&

CHRISTIAN HEDE



**B**æredygtighed er et af de ord, der går igen i den museumsudredning, der ligger til grund for den nye museumslov. Bæredygtighed er også et nøgleord i Nationalmuseets arbejde med udvikling af potentialer i forhold til museets gæster og brugere. Nationalmuseet er mange museer i ét med helt forskellige tilgange til deres brugere. Bæredygtighed med omhu er udgangspunktet for museets arbejde med udvikling af brugeroplevelsen. Vi arbejder ikke ud fra 'one size fits all', som måske er bæredygtigt fra et økonomisk perspektiv. Det er vores vurdering, at det ikke er bæredygtigt ud fra et ønske om at øge antallet af forskellige brugere.

## HVAD ER BÆREDYGTIGHED?

Nationalmuseet omfatter, foruden Prinsens Palæ i centrum af København, følgende museer: Frilandsmuseet, Brede Værk, Frihedsmuseet, Musikmuseet, Tøjhusmuseet, Orlogsmuseet, Trelleborg, Kongernes Jelling, Frøslevlejren, Liselund Slot, Kommandørgården på Rømø samt tre historiske hjem – Klunkehjemmet, Brede Hovedbygning og Lillemølle. Hertil kommer seks historiske træskibe, en torpedomissilbåd og en ubåd. Museet kalder sig mange museer i ét.

Det er alle museer med deres egen profil og identitet, som Nationalmuseet på ingen måde vil ensrette; tværtimod værnes der om de enkelte museers brands inden for den overordnede brand-plattform og visuelle identitet. Det er Nationalmuseets mål at være hele Danmarks museum. For at nå det mål, benytter vi de mange forskellige brands, vores museer udgør. Hver især kan museerne ikke nå ud til alle danskere, men vores ønske er, at buketten som helhed har mulighed for at byde alle på en museumsoplevelse, de finder interessant, hvad enten den foregår på vores fysiske lokationer eller online.

### BRUGERUNDERSØGELSER OG FEEDBACK

Vi er på Nationalmuseet glade for, at der hvert år gennemføres en national brugerundersøgelse. Vi kæmper, som de fleste andre museer, med at indsamle tilstrækkeligt med spørgeskemaer for det er et stort arbejde at få dem i hus, da mange brugere ikke ønsker at afse tid til at udfylde skemaerne. De er nemlig kommet på museum for at gå på museum. Den viden, vi får fra Brugerundersøgelsen, er dog helt central for vores fremadrettede arbejde, om end vi kan være usikre på om resultaterne er repræsentative for vores brugere.

Resultaterne af Brugerundersøgelsen benytter vi til at se, om museet har opnået de besøgsmaal og mål for brugersammensætning, vi har formuleret for de besøgssteder, der indgår i Brugerundersøgelsen. Men vi bruger også resultaterne til at målrette vores fremtidige indsatsområder og til at vælge, hvilke brugere

vi vil satse på at nå med vores udstillinger og aktiviteter. Tidligere arbejdede vi ud fra de TNS Gallup kompassegmenter, der anvendes i Brugerundersøgelsen. De er en god hjælp til at holde brugerne in mente, når vi arbejder med besøgsoplevelser. Men de er samtidigt så generiske, at de ikke giver noget input til arbejdet med den konkrete udformning af vores formidling.

Brugerundersøgelsen er blevet udvidet med John Falks og Lynn Dierkings motivation- og læringsadfærdstyper, der giver et billede af brugernes forskellige grunde til at gå på museum. Det er et meget nyttigt værktøj, der giver et dynamisk og mere differentieret begrebsapparat til analysen af brugerne, dog stadig i en meget generisk form. Udover Brugerundersøgelsen arbejder Nationalmuseet med feedback på mange andre områder. Det gælder via de sociale medier, som fx Facebook, Instagram og Twitter, den klassiske gæstebog i museernes information, og ved punktnedslag ved arrangementer, hvor studerende er involverede med henblik på at indsamle oplysninger om brugeroplevelsen.

Nationalmuseet arbejder også med de fremtidige brugere inden udstillinger tilrettelægges, især ved større særudstillinger, ved udvikling af nye museer eller permanente udstillinger. Det har vi gjort fx med udstillingen Klingende Museum på Musikmuseet, der nyligt er genåbnet, ligesom det også sker i arbejdet med det kommende Frihedsmuseum.

På trods af de nævnte tiltag, mangler Nationalmuseet stadig viden om, hvem brugerne er som mennesker og særligt som forbrugere af kulturelle oplevelser. Det er tydeligt i forbindelse med arbejdet med museets strategi og rammeaftale med Kulturministeriet. Vi er nødt til at komme tættere på brugerne, og til det formål havde vi brug for yderligere professionelle kompetencer.

### BRAND- OG MARKEDSFØRINGSSTRATEGI

Nationalmuseet indledte i 2012 et samarbejde med et eksternt rådgivningsfirma, der ud fra Brugerundersøgelsen og flere andre tilgængelige ressourcer analyserede vores nuværende brugere. Museet har i rammeaftalen med Kulturministeriet sat det mål, at der i perioden fra 2012-2015 skulle komme 20% flere brugere årligt. For at nå det mål, er det nødvendigt at komme tættere på de nuværende brugere, men også at få analyseret, hvor de største vækstpotentialer ligger gemt. Vi har derfor ud fra museets strategi, og med et krav om holdbar vækst, analyseret brugersammensætningen og har klarlagt, hvor potentialet for vækst ligger. Resultatet af analysearbejdet er tre personagrupper; dvs. arketyperiske repræsentanter

for brugerprofiler. Alle tre grupper er nogle, som i en vis grad i forvejen besøgte museet, men hvor potentialet for vækst i besøgstallet samtidig er størst.

I foråret 2013 afholdt museet flere workshops, der skulle sikre en implementering af brugen af personaerne i hele organisationen. Implementeringen foregik ved, at de ansatte ud fra personaerne skulle arbejde med konkrete forslag til, hvordan museets nye brand-essens 'Min opdagelsesrejse i fortiden' kan omsættes til konkrete tiltag i forhold til brugernes museumsoplevelse.

Arbejdet i disse workshops gav input til planer for museets fysiske rammer, udvikling af museets udstillinger, permanente som særudstillinger, butik, café/restaurant, aktiviteter og meget andet. Alt sammen målrettet personaerne og deres ønsker. Planerne er samlet i et notat 'Udvikling af besøgsoplevelsen', der indeholder planer for, hvordan arbejdet med udviklingen skal sikre, at vi når vores ambitiøse mål for stigningen i besøgstallet. Følgende områder er i fokus:

- Udstillingsplan målrettet strategiske målgrupper/personaer
- Vision for Prinsens Palæ som fysisk ramme for formidling og oplevelsesarena
- Plan for publikumsfaciliteter
- Udvikling af museumsbutikkernes varelinje
- Udvikling af restaurant og bespisning

'Udviklingen af brugeroplevelsen' indeholder en konkret plan for de enkelte besøgssteders fremadrettede tiltag for at nå vores mål.

Et af de punkter hvor Nationalmuseet generelt ligger lavt i Brugerundersøgelsen er brugernes mulighed for aktiv deltagelse. Vi har i flere år arbejdet med aktive-rende elementer i vores særudstillinger samt i Børgenes Museum, men i vores permanente udstillinger har der ikke været fokus på aktivering og involvering. Det er nu i fokus via udvikling af forskellige involverende elementer i museernes permanente udstillinger samt ved at genbruge elementer fra særudstillinger i de permanente udstillinger. Især er den pragmatiske tilgang: systematisk at genanvende velafprøvede, succesrige udstillingselementer, ideer og materialer fra særudstillinger i de permanente udstillinger særdeles nyttig.

Herudover har Nationalmuseet gennem et par år arbejdet målrettet med videreuddannelse af opsynspersonalet, der i dag har titel af museumsværter. Idéen om uddannelse til museumsvært frem for tidligere opsynsvagt opstod tilbage i 2010, som følge af udviklingen i brugernes syn på museer og deres behov for

at møde kulturarv på en mindre højtidelig måde, der er mere inviterende end belærende. Og i august 2011 kunne uddannelsesforløbet starte takket være en bevilling fra Statens Center for Kompetenceudvikling (SCK). Uddannelsen har omfattet en bred vifte af moduler: service, kommunikation og samarbejde, museumsgæsttyper, museets samlinger, story telling, konstruktiv dialog og konfliktpotentiale, førstehjælp, sikring, brandbekæmpelse, fremmedsprog og AV i udstillinger. Effekten af uddannelsen viser sig tydeligt i de målinger, der netop er foretaget blandt museernes brugere. Særligt fremhæves værternes uvurderlige betydning for museumsbesøget. Og endelig viser Brugerundersøgelsen en tydelig stigning i tilfredsheden med servicen og betjeningen fra museets ansatte over årene fra 2009 til nu, hvor værterne vurderes med 9,10 på en skala fra 1 til 10.

Arbejdet med museets brugere og et ønske om at øge besøgstallet tog som nævnt afsæt i Brugerundersøgelsen, men for at anvende den aktivt var vi nødt til at komme tættere på brugerne og få udarbejdet personaer, som repræsentanter for brugerne. Vi ville også gerne kunne måle på effekten af vores anstrengelser via Brugerundersøgelsen, men der løb vi ind i et problem, da Brugerundersøgelsen i mellemtiden var blevet ændret, hvorved nogle af de spørgsmål, der lå til grund for vores personaer, ikke længere indgik i undersøgelsen. Nationalmuseet har på baggrund af ændringerne måttet igangsætte en fornyet proces inklusiv en gennemgribende omfortolkning af personaerne, således at vi også i fremtiden er i stand til at måle effekten af vores arbejde og dermed kan dokumentere, at vores investeringer er bæredygtige.

## ARBEJDET MED MUSEETS MANGE BESØGSSTEDER

Flere af Nationalmuseets besøgssteder deltager i Brugerundersøgelsen, og vores mål er, at flere af disse steder skal gennemgå samme udvikling, som Nationalmuseet i Prinsens Palæ har gennemført. Vi skal med andre ord sikre, at de enkelte steders besøgspotentialer udnyttes bedst muligt.

I Brugerundersøgelsen kan vi for eksempel se, at brugerne på Frilandsmuseet, Trelleborg og Tøjhusmuseet har vidt forskellige profiler, og motivationer for at besøge stederne. Vi kan også se, hvad de synes om stederne i forhold til mange forskellige målepunkter opsat i undersøgelsen, og vi kan dermed se, hvor vi halter efter, men vi kan derimod ikke se potentialet i de nuværende grupper af brugere, for eksempel i forhold til hvor stor en del af befolkningen der tilhører de forskellige segmenter i TNS Gallup Kompas. For at opnå et stigende besøgstal på tværs af besøgssteder på en bæredygtig måde er det altafgørende, at vi kender potentialerne i de enkelte grupper, således at vi kan tilrettelægge vores indsats



efter, i hvor høj grad markedet er udnyttet det pågældende sted, eller om der sågar er besluttet uopdyrkede markeder, for eksempel helt nye brugergrupper. Vi skal med andre ord basere indsatsen på en indsigt, vi ikke har i dag.

## NYE BRUGERGRUPPER

Brugerundersøgelsen giver nyttig viden om køn, alder, uddannelsesniveau mv. Vi kan derfor også indirekte se, hvem det er, der ikke bruger Nationalmuseets mange forskellige tilbud. Museets resultater er i vid udstrækning sammenlignelige med de landsdækkende resultater.

I publikationen *Museer – Viden, Demokrati og Transformation* konkluderer Kulturstyrelsen, at museerne har en overrepræsentation af kvinder blandt brugerne, og at folk med lange videregående uddannelser er i flertal på museerne. Styrelsen anbefaler, at museerne arbejder med at skabe en strategisk mere ligelig kønsfordeling, samt at der rettes et strategisk fokus på udvikling af initiativer, der henvender sig til brugere med en erhvervsfaglig uddannelse.<sup>1</sup>

Nationalmuseet er enig i denne grundholdning, men stiller spørgsmålstegn ved om det er en bæredygtig strategi, uanset hvor ideal den er. I dialogen med forskellige analysefirmaer er vi stødt på tal, der indikerer, at det er fem til syv gange dyrere pr. brugere at nå en ikke-bruger end de potentielle brugere. Det vil sige brugergrupper, der i forvejen er godt repræsenterede på museerne. Dette er årsagen til, at Nationalmuseet i sin nuværende strategi har valgt at gå efter at få flere af de allerede potentielle brugere i tale. Vi har valgt den bæredygtige løsning, om man så må sige.

Desuden vil vi anbefale, at der fra Kulturstyrelsens side, med deltagelse af interesserede museer, bliver indledt et arbejde, der bringer museerne tættere på de af styrelsen udpegede underrepræsenterede brugergrupper. Vi har brug for at komme tættere på de brugere vi ikke har. Vi forsøger at nå nogle af de grupper på mange måder og platforme, fx da museet hjemtog og udstillede et mobilt fixerum eller når vi afholder 'Festen for de døde' i samarbejde med en mexicansk forening i Danmark.

Disse projekter understøtter arbejdet med at åbne museet for alle, være et mødested – og gerne gennem kulturoplevelser understøtte sociale og kulturelle møder. Derfor er der et meget stort behov for at undersøge, hvad der skal til for at tiltrække nye brugertyper, og det arbejde vil Nationalmuseet gerne deltage i. Det





kan ikke anbefales, at hvert enkelt museum iværksætter analyser af museernes ikke-brugere, særligt ikke hvis vi tager bæredygtighedsbrillerne på. Der er brug for, at vi i fællesskab går i gang med at gøre os klogere på de brugertyper, der ifølge Brugerundersøgelsen er underrepræsenterede på de danske museer. Så hermed en opfordring til Kulturstyrelsen og ikke mindst Det strategiske Panel.

### MUSEET FOR DANMARKS FRIHEDSKAMP 1940-45

Trods den tragiske brand på Frihedsmuseet, der heldigvis ikke forårsagede person- eller genstandsskade, er det en sjælden mulighed, som Nationalmuseet har fået i forbindelse med genopbygningen af Frihedsmuseet. Museet skal udvikles fra grunden baseret på faktuel og repræsentativ viden om alle de kommende brugergrupperes ønsker og behov. En stor del af debatten om det kommende Frihedsmuseums udformning har drejet sig om det historiske indhold og er foregået på overordnet plan, bl.a. i medieme. Der har derimod ikke været et fokus på de kommende brugeres forudsætninger og behov, og

derfor har Nationalmuseet, bl.a. set i lyset af et ønske om bæredygtighed, valgt at komme tættere på disse forhold.

Nationalmuseet har indledt et samarbejde med en rådgivnings- og analysevirksomhed, der afdækker kommende brugeres ønsker og tanker omkring et nyt Frihedsmuseum. De kommende brugere er med andre ord blevet inddraget fra dag et, og analyserne har givet Nationalmuseet en unik indsigt til arbejdet med at opbygge et Frihedsmuseum fra grunden. Museet vil derfor blive tilpasset de kommende brugergrupper. John Falks og Lynn Dierkings motivation- og læringsadfærdstyper er centrale for analysen. Det er de, fordi Nationalmuseet i forvejen har indarbejdet disse typer i formidlingen, men også fordi der er en meget sjælden mulighed for at bygge et helt museum op omkring brugernes behov og motivation.

Analysen bestod af tre delopgaver, som tilsammen giver et helhedsbillede af, hvordan det kommende museum skal udformes set fra et brugerperspektiv. Den første del var en kvalitativ analyse, som via fokusgruppeinterviews med brugere, ikke-brugere samt undervisere gav en meget detaljeret indsigt og en omfattende mængde konkrete input til, hvordan formidlingen og museets fysiske rammer kan udformes. Analysen gav desuden en værdifuld indsigt i, hvilke emner i relation til besættelsestiden de forskellige gæstetyper lægger vægt på. Det oprindelige museum var bygget i 1950'erne, og analysen afspejlede i høj grad, at brugernes forudsætninger og behov for at besøge et museum om Danmarks frihedskamp er markant anderledes i dag end dengang. Bredden i formidlingen må gerne være større end tidligere og bredere, end vi selv havde forestillet os. Resultaterne viser klart, at museet fortsat har en eksistensberettigelse, og at museet udover den stærke historiske fortælling vil kunne bidrage med aktualitet og indsigt og tiltrække mange tidligere samt en del helt nye potentielle brugere. De bidrager betydeligt med input til udformningen af det kommende museum. Det kommende Frihedsmuseum vil med andre ord fra begyndelsen have tænkt brugergrupper ind, som før ville have valgt museet fra.

Den kvalitative analyse blev fulgt op af en kvantitativ del med et repræsentativt udsnit af befolkningen. Den kvantitative analyse bekræfter resultaterne fra den kvalitative del. Det er der et klart element af bæredygtighed i, idet vi dermed er på temmelig sikker grund, når vi nu går i gang med at udvikle museet i praksis. Det nye Frihedsmuseum vil altså indfri en meget forskellig befolkningssammensætnings komplicerede behov.

Den sidste del af analysen fokuserer på udenlandske turister. Brugerundersøgelsen viser, at mellem 44% og 51% af Frihedsmuseets brugere er udenlandske turister. Turistanalysen giver værdifuld indsigt i, hvordan vi kan tilrettelægge museets ramme og formidling til denne vigtige målgruppe.

Der går fortsat nogle år, før det nye Frihedsmuseum står klart. Men grundlaget for et museum, der appellerer til mange forskellige brugere, med vidt forskellige forudsætninger, er til stede. Målet er, at en vigtig del af dansk kulturarv kommer flere mennesker til gode.

## KONKLUSION

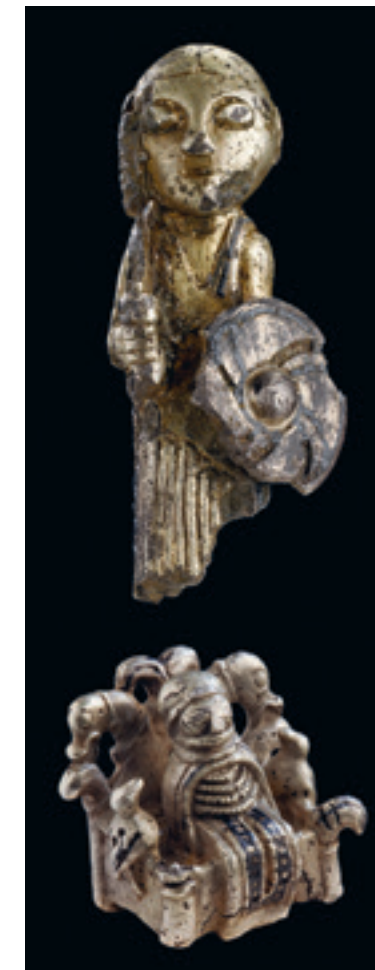
Flere og gladere brugere er målet for Nationalmuseets arbejde med udvikling af besøgsoplevelsen. Her spiller Brugerundersøgelsen en stor rolle i forhold til at indsamle viden om vores brugere og deres holdning til vores produkter.

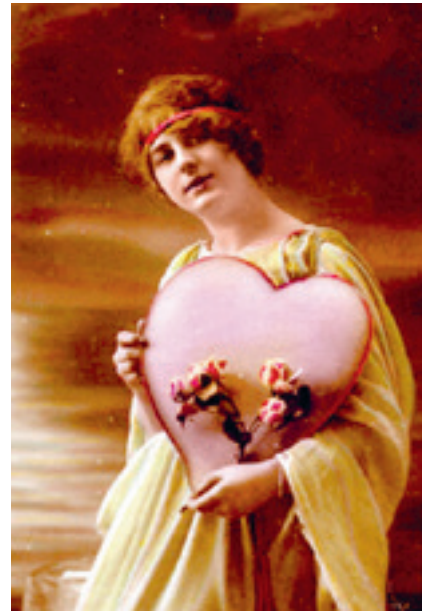
Set fra Nationalmuseets perspektiv er det af stor betydning, at resultaterne af Brugerundersøgelsen, og museets øvrige undersøgelser fra eksterne samarbejdspartnere, samt den generelle feedback nyttiggøres i den løbende justering af museets udstillingsprogram og aktiviteter. Det er også vigtigt, at der er ressourcer til at holde styr på og komprimere alle resultater, så de kan anvendes i museets overordnede strategiske arbejde. Det er af stor vigtighed, at resultaterne drøftes på tværs af organisationen, og at ledelsen er tæt på dette arbejde, så dens prioriteringer afspejler viden om museets brugere.

Museerne skal altid have brugerne og det omgivende samfund for øje – og Brugerundersøgelsen er et af vore vigtigste værktøjer, men den kan ikke stå alene. Den skal naturligvis kombineres med andre undersøgelser og former for feedback fra brugerne. Fokus skal være på, hvordan vi kan tiltrække nye brugertyper. Kan der skabes en fælles indsats? Eventuelt via Det strategiske panel? Vi anbefaler, at Brugerundersøgelsen fortsætter, og undersøgelsesdesign og spørgeramme fortsat udvikles i samarbejde mellem museerne og Kulturstyrelsen.

## NOTE

- 1 Ida Brændholt Lundgaard og Jacob Thorek Jensen – *Museer: Viden, Demokrati og Transformation*. Kulturstyrelsen 2014 p. 28.







# BLINDE VINKLER

(EN REJSENDES FORTÆLLING)

- NOTER OM KULTURELT MEDBORGERSKAB,  
MAGT, ANERKENDELSE OG FORSKELLIGHED

TEMI ODUMOSU

“VI LEVER I ET SOCIALT  
UNIVERS I KONSTANT  
BEVÆGELSE, EN LEVENDE  
KARTOGRAFI MED EN  
FLYDENDE KULTUR OG EN  
FLYDENDE SELVFORSTÅELSE.”<sup>1</sup>

GUILLERMO GÓMEZ-PEÑA



# BLINDE VINKLER

(EN REJSENDES FORTÆLLING)

- NOTER OM KULTURELT MEDBORGERSKAB,  
MAGT, ANERKENDELSE OG FORSKELLIGHED

En kvinde går gennem et arkitektonisk monument, hvis imponerende stensøjler flankerer en sti, gennem hvilken lyset skærer geometriske skygger i grå toner. Det eneste, vi kan se, er bagsiden af hendes skulpturelle krop, der er dækket af en lang sort kjole. Som et ekko af den tavse muse i Vilhelm Hammershøis malerier er hun ensom og mystisk, mens hun svæver som en fortabt sjæl gennem denne tomme historiske korridor. Hvem er kvinden? Og hvor er hun på vej hen? Hvilken historie har bragt hende hertil? Det sort-hvide foto, jeg beskriver, er et af mange iscenesatte billeder, der udgør en serie kaldet *Roaming* (2006) af den afrikansk-amerikanske kunstner Carrie Mae Weems. Hvert af disse fotos, der er taget på kendte steder og kulturinstitutioner i den vestlige verden, viser kunstnerens krop, som hun står i, går eller endda kravler forbi museer og monumenter. Hele serien er en meditation over arkitektur, magt og kulturel erindring, og Weems' tilstedeværelse, som sort kvinde, borer i vores forestillinger om, hvem der kan forventes at bo eller bevæge sig gennem disse rum. Som beskuer rokker Weems ved og bidrager til en forståelse af effekten af kulturelle bygningsværker, og hendes mobilitet vækker deres overvældende forførelse, der kræver vores respekt og underkastelse. Weems reflekterer således om hensigten med værket: "Jeg tænkte, at måske [...] kunne jeg bruge min egen hud i en slags performance. At jeg på en måde kunne bruge min egen krop til at føre beskueren ind i disse rum – fuldt bevidst – og til at udfordre disse rum."

Jeg bliver ofte mindet om denne fotoserie, når jeg reflekterer over, hvordan europæiske museer opleves af borgere, som er socialt marginaliserede og udgør en etnisk minoritet, hvor ikke bare bygninger, men også museal praksis opretholder en atmosfære af åbenlys eksklusion. Nutidens offentlige museer har arvet en imperialistisk indsamlingspraksis og klassifikationssystem, og som sådan er de tilbøjelige til at være forudindtagede. Og når det ikke-vestlige udstilles, er der en tendens til, at udenlandske kulturer og genstande fremstår som arkivalske kuriositeter – hvilket gælder for bl.a. etnografisk og traumatisk materiale og konfliktfyldte problemstillinger. Det er en arv, der gør museerne ubekvemme og ubehagelige, ikke bare på grund af det, de indeholder, men på grund af den håndgribelige tavshed, der er skabt i kulturkanonen. Denne tavshed kommer til udtryk som en undertrykkelse af kolonialisme som en diskurs inden for historiske

narrativer og som en institutionel modvilje mod at udstille eller indsamle samtidskunst af ikke-vestlige/ikke-hvide kunstnere, samt som fraværet af forskelligartede stemmer (videndannere) på ledelses- og kuratorniveau på museerne. Museernes håndtering af deres forhold til alt, hvad der er ikke-vestligt, ikke-hvidt og ikke-kanonisk, er blevet en bydende nødvendighed for diversitetsstrategier og inklusionsinitiativer, der betegnes som 'outreach'. Generelt fokuseres der på, at museerne, ofte via formidlingsafdelinger, skal udbrede deres kulturtilbud til underrepræsenterede brugergrupper, enten ved at identificere vigtige genstande til brug for fortællinger, eller ved at udvikle fortolkende modeller for nye grupper. Men dette arbejde programsættes ofte som en mindre væsentlig museumsaktivitet, og man ser ikke på, hvad der sker for flertallet af brugerne – dem, der ikke har særlige frikort – i det rungende, u håndgribelige, konfliktfyldte rum, der besøges i Carrie Mae Weems' billeder.

Det høje tilfredshedsniveau, som brugerne giver udtryk for i Brugerundersøgelsen på de danske museer 2009-2014, angiver, at kun få brugere, hvis nogen overhovedet, oplever museer som kulturelt anfølgende steder, eller også er brugerne ude af stand til at give udtryk for dette. Men hvad vil opmærksomhed på dette perspektiv, en oplevelse af magt og sted, kunne bidrage til den danske museumsdebat? Hvor befinder de potentielt blinde vinkler sig i en institutionel sammenhæng? Og hvordan kan disse eventuelt påvirke ledelsesstrategier vedrørende kulturelt medborgerskab og differentiering fra brugerniveau til bestyrelsesniveau?

De følgende overvejelser søger at give et alternativt perspektiv på kulturelt medborgerskab i lyset af resultatet af brugerundersøgelserne på de danske museer. Mit mål hermed er hverken at gentage, hvad der allerede er kendt om demografiske data vedrørende både kernebrugere og marginaliserede museumsbrugere, eller at teoretisere om fordelene ved differentiering og interkulturel udveksling til gavn for alle, der er involveret i museumsprojektet. Jeg vil komme med nogle betragtninger om emnet ud fra mit eget perspektiv og dermed komme med et bud på, hvad brugere oplever, der ikke har mulighed for at føle tilstrækkelig anerkendelse – værdsættelse af et aktiveret, realiseret og uafhængigt selv – der er central for kulturelt medborgerskab.

## BEVÆGELSE IND OG UD AF KULTURELLE RUM I DANMARK

Da jeg flyttede til København fra London for at arbejde på en postdoc i sommeren 2012, var det første, jeg gjorde, efter at jeg var kommet mig over det umiddelbare kulturshock, at besøge gallerier og museer. Mine første møder med danskere var høflige, men ofte reserverede, og de spontane samtaler, man oplever i andre større byer, var der generelt langt imellem. Det gik op for mig, at engelsk bliver brugt som et formelt sprog, ikke til personlige samtaler. Og i min søgen efter en dybere kontakt søgte jeg trøst de steder,



jeg kender bedst, og udforskede genstande og arkiver for at skabe min egen samtale med Danmark. Min rejse startede med de store statslige museer, der nogle gange var ejendommelige, men også havde meget til fælles med udstillingspraksis, jeg har set i andre lande. Dernæst bevægede jeg mig væk fra de kendte steder til mindre museer med fokus på emner så forskellige som karikaturer, jødisk historie og selv glaskunst. Af og til forlod jeg København for at finde ud af mere om skibe eller legetøj, eller for at opleve 'must-see'-udstillingen af videokunstneren Bill Viola. Jeg var 'videbegærlig', 'oplader' og 'fagligt interesseret' med øjeblikke som 'oplevelsesjæger', og jeg bevægede mig frit rundt i kulturlandskabet. Men snart begyndte det at gå op for mig, at medarbejdere og andre besøgende opfattede min tilstedeværelse som mærkelig, uventet og overraskende. Dem, der var nysgerrige, spurgte til mine interesser, mens andre blot stirrede lidt for længe på mig. Jeg indså, at som afrikansk kvinde kom jeg ind i et rum, der ikke var vant til at tage imod mig. Det var, som om jeg betrådte hellig jord. Hvorfor?

Uden for museets vægge kan mit storbyliv klassificeres via tre vigtige optiker - 'Sort-hvid skandinavisk', 'Intellektuelle udenlandske kontraster' eller 'Etnisk indvandrerfarve'. Disse sociale optikker, der til en vis grad formidles af klasse (eller snarere af mobilitet), ser ud til at fungere sideløbende, men underligt blandede eller forbundne, så de danner nye konfigurationer. Og det afspejles endnu tydeligere i de forskellige transportmidler, som hver gruppe benytter. Selv når det gælder kunstnere, en særlig gruppe, er der en håndgribelig fornemmelse af, hvem der er inde og ude, hvem der er dansk, og hvem der er udenlandsk. Mine møder med folk fra Ghana, Uganda, Thailand, Filippinerne, Indien, Pakistan eller Iran er dog oftest inden for rammerne af et miljø med fokuserede, økonomisk velstillede indvandrere - folk, man kan træffe i bussen, i supermarkedet, på restaurant, eller endda hos den afrikanske frisør, og som er synligt mærkede af overlevelsens alvor. Mange af de enkeltpersoner, jeg møder, har boet i Danmark i flere årtier, som fx den venlige pakistanske kok, hvis mad minder mig om mit hjemland. Men selv for dem er det underforstået, at deres 'outsider'-status er et permanent mærkat, som ikke kan ændres via sprog... at de reelt stadig er gæster, der i sidste ende vil forlade landet. I øjeblikke, hvor jeg fik kontakt med dem, var sådanne enkeltpersoner varme, tilgivende og gavmilde. Men de følte sig ikke godt *tilpas*. Og det slog mig, at dette var den afgørende forskel. I modsætning til den afslappede mobilitet blandt den cyklende klasse af københavnere og udenlandske intellektuelle, der gjorde det muligt frit at bevæge sig rundt til byens kulturelle in-steder. Hvordan får man nye brugere, der ikke er fagfolk, til at 'føle sig godt tilpas' i et historisk palads, et moderne galleri eller et etnografisk museum? Hvad udgør en ordentlig velkomst?

## "HVORDAN KAN JEG SE DIG, NÅR DU IKKE SER MIG?"

I den konceptuelle lydinstallation *Amnesia/Forgotten* (2013) af Michelle Eistrup hvisker den jamaicansk-danske kunstner en enetale om anerkendelse og kolonifornægtelse i Danmarks kollektive erindring. Hun starter stykket med et kritisk spørgsmål, der fremmaner en bredere forståelsespolitik og interkulturel udveksling: "Hvordan kan jeg se dig, når du ikke ser mig?"<sup>2</sup> Der er en markant mangel på data i Brugerundersøgelsen på danske museer, som også afspejles generelt i Danmarks Statistik med data om danskerne. I undersøgelsen kan både danske og udenlandske museumsbrugere angive deres 'kulturelle tilhørsforhold' til andre lande, men de kan ikke angive en 'etnisk' eller bare en 'religiøs' identitet, der måske kan give en mere specifik mulighed for at udtrykke, hvem de er. Dette er et komplekst problem, der berører følsomme emner omkring udnyttelse af personlige oplysninger i denne 'big data'-tidsalder. Selv om der bestemt er problemer med data, der kan isolere enkeltpersoner inden for begrænsede etniske kategorier, gør det at vide, hvordan og hvorfor folk er forskellige, det muligt for samfundsgrupper med rige og levende kulturtraditioner at blive anerkendt som værende fuldt ud til stede inden for en bredere national ramme. På den anden side giver den slags data også mulighed for at visualisere, hvordan samfundsgrupper er forskelligartede, og dette kræver politisk ansvarlighed over for det at tackle sociale konflikter i en multikultur.

Cand.polit. Melissa V. Harris-Perry har lagt vægt på, at fuld anerkendelse er altafgørende for, hvordan medborger-selvet trives, og alligevel nægtes dette aktivt over for etniske grupper (bl.a. folk fra Afrika, Caribien, Asien og Mellemøsten), der offentligt opfattes ud fra fremherskende stereotyper og fordomme, snarere end ud fra deres egne unikke betingelser. Hvad betyder dette i en museumssammenhæng? Det betyder, at museer, af gammel vane, nemt kan læne sig op ad nedarvede forestillinger om 'anderledes-hed', der manifesteres i deres historiske koloniarkiver. Det betyder en videreførelse af holdninger over for marginaliserede, indvandrere eller etniske samfundsgrupper som sociale 'problemer', snarere end som kulturelle ressourcer. Og derved skaber dette en stemning af 'dem og os', hvori lurer den stiltiende antagelse, at mørkhudede brugere ankommer til museumsrummet som mindreværdige, snarere end som selvstændige kulturelle formidlere, der er klar til at deltage.

I statistiske data er alle i Danmark enten danskere eller indvandrere af forskellige generationer. Alternativt identificeres anden- og tredjegerationsindvandrere i medierne som danskere med pas andetsteds fra. Denne idé med at identificere mennesker ud fra, hvor tæt de er på Danmark som geografisk og kulturelt udgangspunkt, snarere end ud fra hvordan de bidrager til og ændrer forestillingen om, hvad det betyder at være dansk, afspejler det insider/outsider-fænomen, der klart fremgår af data fra Bru-gerundersøgelsen på de danske museer. Identitet udgøres ikke af kød og blod, heller

ikke af DNA, men omfatter også et helt arkiv af ånd, kontakt og erindring – indviklede netværk af forhold, der ikke nødvendigvis kan defineres ved hjælp af ét bredt geografisk spørgsmål om 'tilhørsforhold'. Kunne man have stillet følgende spørgsmål: "Hvilke globale regioner udgør din kulturelle arv?" Eller "Angiv, hvilke af verdens lande du føler dig stærkt forbundet med." Eller "Hvilke religiøse eller åndelige traditioner identificerer du dig mest med?" Vi tror, at vi kender mennesker på baggrund af overfladiske data, men de kan overraske os. Hvis museer vidste, at en sort buddhist fra Cuba, der nu bor i Danmark, hvor hendes farmor blev født, bruger museer til at genoplade sine batterier, ville dette så ikke pege på en anden tilgang til at overveje, hvordan udstillinger kan planlægges eller endda markedsføres? Både kreativ følsomhed og kulturel praksis kan indlejres i dataindsamling, så man på mere empatisk vis kan se nærmere på de historier, der bringer mennesker indenfor på museerne.

### "HVOR KAN JEG GÅ HEN MED MINE BØRN?"

Min nigerianske frisør sukker jævnlige over manglen på kulturelle aktiviteter, der indbyder hans børn til at udforske deres afrikanske historie og arv. Han har kun ringe forventninger til, hvad Danmark kan tilbyde, selvom en dansk kunde engang fortalte ham, at der var nogle spændende ceremonimasker på Nationalmuseet. Det har imidlertid ikke givet anledning til et besøg. For et par måneder siden organiserede jeg så en mindre udstilling, der samlede værker af 12 moderne sorte kvindelige kunstnere fra den transatlantiske afrikanske diaspora, som også omfattede værker af to kunstnere fra Danmark.<sup>3</sup> Jeg fortalte ham begejstret, at jeg endelig havde skabt plads til en dialog, som måske ville interessere ham og hans børn, og han hjalp gladeligt med at reklamere for udstillingen ved at sætte en plakat op. Men han og hans familie kom aldrig. Hver gang, jeg mindede ham om udstillingen, spurgte han mig: "Men, hvad vil der rent faktisk ske? Er der nogle aktiviteter og events, som familien kan deltage i sammen?" "Egentlig ikke," svarede jeg, "her og nu er der plads til, at man kan se nogle spændende kunstneres arbejde, og til dialog". Jeg tænkte over vores udvekslinger længe efter, at udstillingen var slut, fordi de fremhævede, hvordan tilstedeværelsen af væsentligt kulturelt indhold ikke nødvendigvis var nok til at rykke denne familie tættere på danske kulturelle rum. Men, hvad skal der så til?

Det er klart, at et program med involverende og pædagogiske aktiviteter måske ville have gjort udslaget for denne potentielle museumsbruger, især hvis sådanne events fandt sted i weekenden, og det var sandsynligt, at de ville tiltrække andre børn fra deres sociale miljø. Men det slog mig, at der var noget vigtigere på spil på et dybere repræsentationsniveau. Det ser ud til, at der er behov for en anden form for kritiske spørgsmål, hvis vi bedre skal kunne forstå, hvornår og hvor kulturel anerkendelse og forskellighed iscenesættes på museer. Disse tanker falder på plads, når jeg forestiller

mig, hvordan museet opleves af det enlige barn fra Uganda, Somalia eller Vietnam, som nogle gange ses blandt en gruppe skoleelever. Hvordan ser kultur reelt ud for dem? Hvordan understøttes eller undermineres deres samhørighedsfølelse – deres skrøbelige forståelse af tilstedeværelse og sted – af repræsentationsstrategier, der udforskes med *hele* skolegruppen? Og i mangel af institutionelle rollemønstre, der ligner dem selv, ville de så vove at drømme om at være i museets rum som mere end brugere? Potentielt som fagmand – leverandør af viden – eller måske endda som kunstner? Ville de blive budt velkommen? Med så mange ubesvarede spørgsmål må det være rimeligt at konkludere, at diskussionen om kulturelt medborgerskab inden for organisationsudvikling kun lige er begyndt.

"INDIVIDER, DER NÆGTES ADGANG TIL DEN OFFENTLIGE SFÆRE, ELLER HVIS GRUPPEMEDLEMSKAB BEGRÆNSER DERES SOCIALE MULIGHEDER, BLIVER IKKE ANERKENDT FULDT UD FOR DEM DE ER. EN ENKELTPERSON, DER PRIMÆRT SES SOM EN DEL AF EN FORAGTET GRUPPE, MISTER MULIGHEDEN FOR AT OPLEVE DEN OFFENTLIGE ANERKENDELSE, SOM MENNESKET STRÆBER EFTER. DERTIL KOMMER, AT HVIS GRUPPEN SELV MISFORSTÅS, VIL MAN, I DEN GRAD MAN ANSES FOR AT VÆRE EN DEL AF DENNE GRUPPE, KUN BLIVE 'SET' SOM ET REDUCERET INDIVID. REDUCERET ANERKENDELSE ER SMERTEFULDT, IKKE BARE FOR PSYKEN, MEN OGSÅ FOR DET POLITISKE SELVVÆRD OG DET KULTURELLE MEDBORGERSKABSELVVÆRD." <sup>4</sup>

MELISSA V. HARRIS-PERRY

### NOTER

- 1 Citeret i Verdecchia, Guillermo. *Fronteras Americanas (American borders)*. Vancouver: Talon Books, 1997, p. 59.
- 2 Citat taget fra kunstværk af Michelle Eistrup. Se: Eistrup, Michelle, *Amnesia/Forgotten* (2013), varighed: 4:40 min. Produktion: Lydinstitution af Michelle Eistrup, lydproduktion og melodi af Anders Juhl. Med kunstnerens tilladelse. Dette stykke blev for nylig vist på en udstilling organiseret af forfatteren, Dr. Temi Odumosu. Se fodnote 3.
- 3 Se: *Possession: Art, Power, and Black Womanhood* (juni-juli 2014) på kunstgalleriet New Shelter Plan, København.
- 4 Harris-Perry, Melissa V. *Sister Citizen: Shame, Stereotypes, and Black Women in America*. New Haven; London: Yale University Press, 2013, p. 38.

“FORSKNING, DER IKKE RESULTERER I  
ANDET END BØGER, ER UTILSTRÆKKELIG.  
OPGAVEN [...] ER IKKE BLOT AT FORSTÅ  
OG FORTOLKE VERDEN, MEN AT FORANDRE  
DEN.”<sup>1</sup>

# FORSKNINGBASERET REFLEKSIV PRAKSIS

EMILY PRINGLE



**H**vordan håndterer museer og kunsthaller det nye område, hvor fleksibilitet, lydhørhed og samproduktion er afgørende prioriteter? Hvordan ser disse konfigurationer ud i praksis? Denne artikel præsenterer erfaringer fra Læringsafdelingen ved Tate Gallery i London for at vise, hvordan implementeringen af en fremgangsmåde, der bygger på forskningsbaseret praksis, har muliggjort en ændring i tankegang og introduktion af programmer og aktiviteter, der giver plads til risikovillighed, refleksion og samarbejde. Forandringen har ikke været problemfri, og artiklen belyser de udfordringer en sådan praksis skaber, og kommer med forslag til, hvordan de kan håndteres.

# FORSKNINGSBASERET REFLEKSIV PRAKSIS

I de seneste år er det blevet mere og mere tydeligt, at museer og kunsthaller står over for betydelige udfordringer og muligheder forårsaget af teknologiske, sociale og økonomiske forandringer. Den offentlige finansiering af kultur er støt faldende, mens den konstant øgede adgang til og efterspørgsel på øjeblikkelig digital information er ved at ændre en stadigt mere forskelligartet offentligheds forventninger til museets rolle og funktion i det 21. århundredes samfund. Dannelse af viden og videndelingsformer bliver mere forskelligartede, og den model, hvor museet er den ubestridte og uforanderlige besidder af viden og kulturbestemmende faktor med ansvar for at uddele og formidle sådan ekspertise, står ikke længere uimodsagt. I stedet dukker nye kulturelle konfigurationer op, som anerkender og indarbejder begreber som netværkskultur, flerstemmighed og kollaborativ videngenerering inden for rammer, der bevidst forstås som værende dynamiske og midlertidige.

## BAGGRUND

Tate Gallery blev, ligesom en række større museer i Storbritannien, grundlagt sidst i det 19. århundrede, delvist med en ambition om at uddanne og danne arbejderklassen.<sup>2</sup> Det oprindelige kunstmuseum, Tate Britain, blev bygget på en tidligere fængselsgrund i Millbank, som et stærkt symbol på det 19. århundredes tro på kunsts og kulturs magt til at forbedre samfundet. Siden da er Tate blevet udvidet til at omfatte fire museer: Tate Britain, Tate Liverpool, Tate St Ives og Tate Modern. Samtidig forbliver ansvaret for at uddanne offentligheden sideløbende med bevarelsen af den nationale samling en kernefunktion, der værnes om, som det kan ses i Tates erklærede mission om at fremme “glæden ved og forståelsen af” kunst. Siden sidst i 1960'erne, hvor den første deciderede afdeling blev oprettet på Tate Britain, er ansvaret for det, der i årenes løb på skift er blevet kaldt “Udstillinger og Uddannelse”, “Uddannelse og Fortolkning” og, senest, “Læring”, blevet varetaget af uddannelseskuratorer, der i teams under hvert Tate museum har til opgave at udvikle programmer og aktiviteter for alle Tates brugere.

Da Tate Modern åbnede i 2000, havde det fra starten sin egen uddannelsesafdeling, hvilket betød, at de to teams i London arbejdede uafhængigt af hinanden. I 2009 blev der gennemført evaluering af de to afdelinger på Tate Britain og Tate Modern, der nu blev kaldt Læringsafdelinger. Evalueringen kulminerede med udnævnelsen af en læringsdirektør, Anna Cutler, dannelsen af et fælles London-team samt en fuldstændig omstrukturering af afdelingerne. I løbet af evalueringsprocessen blev der skabt nye roller, bl.a. en leder af læringspraksis og forskning, hvis ansvarsområder omfatter strategisk udvikling af forskningsbaserede læringsprogrammer og -aktiviteter.

Efter evalueringen har Læringsafdelingen været i gang med omlægninger i henhold til den Læringsstrategi, som Anna Cutler formulerede i 2010. Strategien udstikker en række nøgleprincipper, bl.a. fokus på en deltagerbaseret, læringscentreret tilgang, der nedprioriterer formidling af ekspertviden om kunstværker og i stedet har fokus på at udvikle læringssammenhænge og -muligheder for Tates brede vifte af brugere. Visionen for museets Læringsafdeling er, at den skal placeres i hjertet af organisationen. Ændringen af afdelingens titel fra “Uddannelse og Fortolkning” til “Læring” er også væsentlig. Selvom denne ændring fandt sted forud for evalueringen i 2009, signalerer den det prioritets skift, der blev fastlagt i Læringsstrategien fra 2010. Den synliggør afdelingens fokus på at støtte og muliggøre læringsprocesser snarere end på at levere uddannelsesprogrammer. Læringsstrategien er samtidig vigtig i forhold til implementeringen af en forskningsbaseret refleksiv proces og praksis i afdelingen.

## UDVIKLING AF EN FORSKNINGSBASERET REFLEKSIV PRAKSIS

Forandringen i Læringsafdelingen i London har ikke blot handlet om, hvad medarbejderne gør, hvad angår programsætning, men også om den tilgang, der er valgt for at opnå dette. Som nævnt har teamet siden 2010 arbejdet på tværs af de to museer i London, så den samme fremgangsmåde nu anvendes begge steder. Samtidig har man implementeret et aktivitetsprogram, der arbejder på at få kunstnere og andre til at beskæftige sig med den Britiske Samling og de moderne og nutidige britiske udstillinger på Tate Britain samt internationale udstillinger på Tate Modern, både på museerne og online. Dette krav om på samme tid at skulle arbejde på tværs af to vægtige kulturinstitutioner – om end begge er del af den samme organisation – der byder på forskellige arkitektoniske sammenhænge, fremviser forskellige aspekter af samlingen, præsenterer væsentligt forskellige udstillinger og tiltrækker hver sine brugergrupper, fordrer en smidig tilgang, der er lydhør over for disse variationer.

For at kunne virkeliggøre de muligheder, der blev præsenteret i Læringsstrategien, ved siden af deres udvidede tværgående ansvar har teamet i løbet af de sidste fire år implementeret en revideret fremgangsmåde, der tager udgangspunkt i forsk-

“HVORDAN KAN VI BEDST STØTTE  
UNGE I UDVIKLINGEN AF PROGRAMMER  
FOR DERES JÆVNALDRENDE I EN  
MUSEUMSSAMMENHÆNG?”

ningsbaseret praksis. Dette skift kan ses som en bevægelse væk fra en ’model hvor der leveres’, hvor medarbejderne udtænker og leverer en række læringsevents og -aktiviteter, hvis form og indhold, når først dette er fastlagt, forbliver forholdsvist konstant, og frem til en ’model hvor der stilles spørgsmål’, hvor der er større fokus på gennem spørgsmål at analysere og reflektere.

Skiftet er især tydeligt i den teoretiske opbygning af hvert program. Inden for Tate London Læring fastlægger teammedlemmer deres aktiviteter omkring specifikke, men åbne spørgsmål, der fremkommer af en indledende analyse- og refleksionsproces. Med andre ord fører et grundlæggende spørgsmål om, hvilke aktiviteter, der finder sted, og, vigtigst af alt, *hvorfor* de finder sted, til dannelsen af nøglespørgsmål. Et eksempel er “hvordan kan vi bedst støtte unge i udviklingen af programmer for deres jævnaldrende i en museumssammenhæng?”, hvilket er et af de spørgsmål, der ligger til grund for “Program for Unge”, der fremkom, da teamet udførte en grundig gennemgang af sine prioriteter. Ethvert event- og aktivitetsprogram, der herefter opbygges, kan ses som en deltagerbaseret undersøgelse af sådanne spørgsmål. Mens egentlige aktiviteter kan have kendte formater, såsom seminarer, kurser, foredrag, tværfaglige events, kunstnerledede workshops og fortolkningsmateriale til forskellige målgrupper, forventes det, at medarbejderne stiller spørgsmål, reflekterer, ændrer, omdefinierer og genskaber, efterhånden som programmerne udvikles. Aktiviteterne forbliver ikke statiske, men er fleksible og udvikles som resultat af medarbejdernes og deltagernes opfattelse af deres relevans og kvalitet.

Metoden kan minde om aktionsforskning i visse henseender, da den omfatter en kombination af handling og forskning, hvor “handling” kommer til udtryk som faglige spørgsmål og refleksion med henblik på at påvirke og forbedre praksis.<sup>3</sup> I overensstemmelse med denne metodemæssige tilgang er der en forventning om, at form og indhold af alle programmer og aktiviteter er åbne for løbende revurdering og, om nødvendigt, væsentlige ændringer.

Denne forskningsbaserede tilgang peger også på en forståelse af kunstneres praksis, for så vidt at begge involverer en proces med spørgsmål, analyse, refleksion og udvikling af nye betydninger. Kunstneres praksis understøtter Læringsprogrammerne på Tate. På en måde kan kunstgenstande på museet forstås som en demonstration af kunstneres praksis, hvorfor arbejde med sådanne genstande støttes via en forbindelse til den kreative proces, der fremkalder hvert værk. Mere konkret spiller udøvende kunstnere en central rolle i formidlingen af aktiviteter på tværs af alle programmerne. For eksempel leder kunstnere, i samarbejde med kuratorer fra Læringsafdelingen, workshop-programmer for skoler; de udtænker faglige udviklingsforløb for undervisere, skaber aktiviteter, der indbyder familier til at deltage, bidrager til masse-events for unge og arbejder med fortolkning, både digitalt og på museet. Forskningsbaseret praksis, sådan som den er indført på Tate, trækker på en anerkendelse af, at kunstnere har evnen til at tage risici, eksperimentere og føle sig godt tilpas med tvetydighed og usikkerhed, og at kunstnere er involveret i “eksperimentel læring”<sup>4</sup>. Den finder sted, når tidligere oplevelser knyttes sammen med nye fænomener og flytter sig fra refleksion til aktiv eksperimentering. Ved at implementere de bedste aspekter af denne righoldige og komplekse kreative proces inden for planlægning og udførelse af Tates læringsprogrammer og -aktiviteter søger teamet at muliggøre læringsoplevelser af høj kvalitet, der imødegår alle brugeres behov.

### UDVIKLING AF VÆRDIBASEREDE EVALUERINGSPROCESSE

En anden korrelation mellem kunstnerisk praksis, forskning og de læringsprogrammer, der skal implementeres på museet, som er relevant her, er en forståelse af, at alle tre er målrettede; de omfatter produktion, men også evaluering og rationalisering, så idéer gennemføres sammenhængende. Det er desuden et nøgleelement i udviklingen af den forskningsbaserede refleksive kultur, at den involverer en gentænkning af evaluering. Det var afgørende at komme væk fra gamle modeller, der generelt blev anset for at være utilfredsstillende, og at undgå at kopiere mekanismer, der var for besværlige og normgivende, og derfor uegnede til selve praksissen. Og dermed fra at indføre fremgangsmåder, der ikke gav nyttig indsigt enten i forbindelse med en aktivitet eller som bidrag til en bedre fremadrettet praksis.

Den fremgangsmåde for evaluering, der er blevet indført, medfører, at afdelingen skal bevæge sig gennem fem indbyrdes forbundne stadier. Disse stadier er fleksible og er blevet finpudset gennem de erfaringer, vi har fået under deres implementering. De starter med, at hvert team identificerer sine kerneværdier, og hvad teamet betragter som nødvendige forudsætninger for læring.<sup>5</sup> Dette følges op af en undersøgelse og artikulering af, hvordan disse værdier kommer til udtryk i praksis, med andre ord



hvad læringsaktiviteten indebærer, og hvordan den ser ud. Det tredje stadie omfatter en identificering af de processer og metoder, der skal være på plads, for at man kan forstå, hvad der sker, og for at kunne gøre rede for de deltagendes oplevelse; det vil sige etablere mekanismer for dataindsamling. De sidste to faser handler om at samle og analysere resultater for at kunne udvikle en bredere forståelse og opbygge en teori samt sikre, at det, der kommer ud af denne proces, bliver overført til praksis og formidles i relevante sammenhænge.

Processen med at implementere en forskningsbaseret refleksiv praksis sideløbende med den værdibaserede evaluering er fortsat i gang. Det står dog klart, at indførelsen af denne fremgangsmåde gør det muligt for de forskellige teams at tage ansvar for deres værdier og at forankre praksis og refleksion i deres programmer. Dertil kommer, at processen understøtter udvikling af en forskningskultur i afdelingen. Medarbejderne er mere bevidste om, hvad det er, de skal evaluere; de arbejder med samarbejdspartnere og deltagere, stiller de rigtige spørgsmål på det rigtige tidspunkt, holder styr på, hvad der sker, og er bedre i stand til at identificere, hvorfor ting sker. De udvikler mere hensigtsmæssige dataindsamlingsmetoder for hver aktivitet og er bedre rustet til at dele, hvad de forsøger at gøre, med andre. Denne tilgang gør de forskellige teams i stand til at påtage sig ansvar for processen og sikre, at den er effektiv og bæredygtig. Evaluering bliver en særligt vigtig del af læring, snarere end en kedelig opgave, der bare skal udføres ved afslutningen af et projekt.

## HVILKE BARRIERER ER DER FOR UDVIKLING AF EN FORSKNINGSBASERET REFLEKSIV KULTUR?

Selvom fordelene ved at indføre denne fremgangsmåde gradvist bliver mere åbenlyse, har indførelsen ikke været uden problemer. Refleksion er kernen i denne proces, men at finde tid til, at meget travle teammedlemmer, hvis prioritet nødvendigvis må være at udvikle og facilitere læringsaktiviteter for brugerne, kan løsrive sig fra deres planlægningsopgaver for at dele idéer og tænke dybere, er fortsat en udfordring. I første omgang blev dette løst ved at indsætte regelmæssige, obligatoriske tidspunkter i afdelingsskemaet, hvor alle teams skulle samles. Senest, efter at refleksion og forskning er blevet bedre forankret, har vi valgt at tilbyde løbende støtte til teams, så de fx kan reflektere på deres regelmæssige teammøder.

Et andet problem drejer sig om niveauet af forskningsfærdigheder og viden i afdelingen. I starten var det ikke alle teammedlemmer, der var bekendte med eller følte sig godt tilpas med at gå i gang med refleksion og forskning. Der var forudfattede holdninger og misforståelser i forhold til refleksiv og forskningsbaseret praksis, og der var modstand mod implementering af evaluering, først og fremmest pga. medar-

bejdernes tidligere negative oplevelser med det sidste. Disse problemer er primært blevet tacklet gennem samtaler og erfaringsdeling samt løbende faglig udvikling i forskellige former.<sup>6</sup>

En anerkendelse af, at denne proces kræver input fra centrale interne og eksterne supportere, har været med til at imødegå den udfordring, det er at beslutte, hvad der skal prioriteres. Implementeringen af den refleksive forskningsbaserede proces har taget længere tid end oprindeligt forventet. Samarbejdet med kolleger på tværs af Tate, kritiske venner, ligesindede, kolleger på universiteter og uafhængige forskere har dog bidraget til at opretholde fremdrift og sikre, at de systemer og strukturer, der etableres, er overkommelige og bæredygtige. Fx har vi oprettet en gruppe af støtteeksperter, der har forpligtet sig til at undersøge kvalitetsbegreber i forhold til kulturel og kreativ læring.<sup>7</sup>

Kritiske venner har også hjulpet med at tackle en anden grundlæggende udfordring, nemlig at sikre at processen med spørgsmål, refleksion og handling forbliver autentisk. At sikre, at dataindsamling og analyser implementeres, og at der handles ud fra de resultater, der fremkommer af forskning og evaluering. Det kræver engagement og disciplin – især når forskning og evaluering afslører noget, der udfordrer en yndet idé eller praksis. Støtte fra interne og eksterne samarbejdspartnere, der kan anspore, vejlede og berige hvert team bidrager i høj grad til at opretholde fremdrift og engagement.

## TATE FORSKNINGSCENTER: LÆRING

I løbet af de sidste fire år er det blevet klart, at der er endnu en forhindring at overvinde – ikke bare på Tate – hvad angår formidling af forskningsprocesser og -resultater. Læringsaktiviteter på museerne omfatter komplekse og tværfaglige praksisser, og Læringsafdelingens medarbejdere samarbejder med mange forskellige fag, praktikere og fagfolk for at nå ud til en bred vifte af målgrupper, bl.a. brugere i uformelle sammenhænge på tværs af generationer, interessegrupper samt grupper fra hele uddannelsessektoren. Historisk set har der været en mangel på muligheder for formidling af forskningsresultater, der kommer fra museernes læringsafdelinger, men som med fordel kan deles til en bredere offentlighed inden for forskellige relevante fag.

Tate Forskningscenter: Læringsafdelingen (TRC: Learning<sup>®</sup>) blev oprettet i juni 2014 med henblik på at tackle denne tilsyneladende uoverensstemmelse.<sup>9</sup> TRC: Learnings formål er at fremme forskning og videnuudveksling samt at udvikle praksis inden for museums læringsfeltet. Centrets ambition er at være samskabende, debatterende og refleksiv samt at skabe ny viden og praksis. Centret bygger på åbenhed og risikovillighed og er baseret på kreative praksisser. TRC: Learning organiserer symposier og

konferencer, forskningsbaserede praksisdelingsforløb og faglige udviklings-events. Ud over at huse forskere og sætte gang i og lede forskningsprojekter inden for Tate formidler centret også forskningsnyheder og information, der er relevant for læring på museer, og tilbyder et forum for deling og udvikling af forskning på tværs af sektoren i Storbritannien og internationalt. Ved at gøre dette stræber TRC: Learning efter at generere dialog og debat samt at støtte nyskabende og bæredygtig praksis. Formålet med centret er at sikre, at forskning bliver en integreret del af museums-læring på Tate og andre steder.

### VÆRDIEN AF AT INDFØRE EN FORSKNINGSBASERET REFLEKSIV PRAKSIS

Som citatet i begyndelsen af denne artikel påpeger, har forskning potentialet til at få en grundlæggende indvirkning på, hvordan vi forholder os til verden. Erfaringer fra Tate Londons Læringsafdeling over de sidste fire år indikerer, at implementering af en refleksiv forskningsbaseret praksis bidrager til udvikling af arbejde af høj kvalitet, der er veltilrettelagt, imødekommer brugernes behov og er strategisk. Udvikling af en refleksiv kultur har været positiv, hvad angår udviklingen af teammedlemmernes kompetencer og viden, hvilket også har en indvirkning på moral og motivation. Medarbejderne anerkender, at en undersøgende tilgang er mere interessant, om end hårdere arbejde, end levering af produkter.

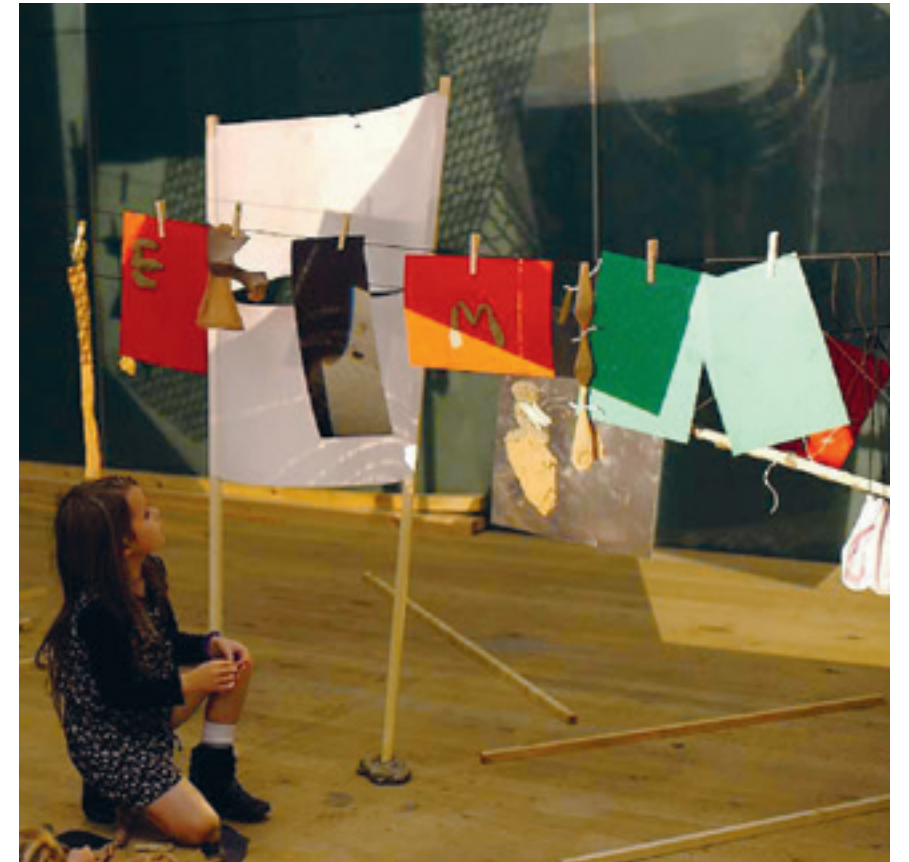
Processen har ikke blot haft en indvirkning på Læringsteamet, den har også påvirket institutionelle arbejdspraksisser. Mest mærkbart har den muliggjort samarbejde med kolleger på nye og udbytterige måder. Fx blev programmet for festivalen "The Tanks: Art in Action" på Tate Modern i 2012 udviklet i samarbejde mellem teams fra Kurator- og Læringsafdelingerne. Denne proces blev kvalificeret af at være rammesat omkring en række forskningsspørgsmål, som hvert team undersøgte gennem deres respektive programdele.

På en helt afgørende måde er denne proces og filosofi med til at gøre Tates Læringsafdeling robust i en tid med mange forandringer. Finansieringsklimaet undergår en rivende forandring i Storbritannien, og Tate er ligesom andre kulturinstitutioner i Storbritannien nødt til at udvikle alternative forretningsmodeller. På grund af denne indsats er afdelingen i dag godt rustet til at være fleksibel og udvikle strategisk fremadrettede programmer. Dette hjælper med at gøre praksis bæredygtig. Der er ingen tvivl om, at processen ikke er slut endnu, og at der venter flere udfordringer forude. Men det, der er på plads nu, er en bevægelig og refleksiv praksis, der reagerer på institutionens skiftende prioriteringer og begrænsninger samt bredere kultur- og uddannelsespolitiske sammenhænge og går et skridt videre for at imødegå brugernes og samarbejdspartners behov.



### NOTER

- 1 Cohen, L., Manion, L. & Morrison, K. (red.): *Research Methods in Education*. 2002, London: Routledge, p. 226.
- 2 Hooper-Greenhill, E. (red.): *The Educational Role of the Museum*, 1999, London: Routledge.
- 3 Ebbutt, D. (1985). Citeret i Cohen, L., Manion, L. & Morrison, K. (red.): *Research Methods in Education*. 2002, London: Routledge, p. 226.
- 4 Kolb, D.: *Experiential Learning: experience as the source of learning and development*, 1984, New Jersey: Prentice Hall.
- 5 Den overordnede værdi for Læringsafdelingen er blevet identificeret som 'love' (glæde), hvilket favner nysgerrighed, generøsitet, åbenhed og risiko. De enkelte teams finder frem til deres særlige værdier i forhold til dette. For eksempel er værdierne for Programmet for Skoler og Undervisere: tillid, betænksomhed, generøsitet, lyst og risiko.
- 6 For eksempel har afdelingen startet en midlertidig forflytningsordning, der skal fremme læringsforskning; man har også samarbejdet om et skrivekursus målrettet publicering samt tilbudt workshops om forskningsfærdigheder (fx om hvordan man udfører observationer). Desuden er hvert teammedlem blevet tildelt et forskningsbudget.
- 7 Detaljer om denne 'positivt misfornøjede' gruppe kan ses i publikationen 'Transforming Tate Learning' (<http://www.tate.org.uk/download/file/fid/30243>).
- 8 The Tate Research Center: Learning.
- 9 Se [www.tate.org.uk/research/research-centres/learning-research](http://www.tate.org.uk/research/research-centres/learning-research)



# MEDBORGERSKAB OG TRANSFORMATION



# HVORFOR TRANSFORMATIVE PROCESSER?

MIKKEL BOGH

&

BERIT ANNE LARSEN

**E**n forandring af tilgangen til museets brugere hænger uløseligt sammen med en organisatorisk forandring og en gentænkning af institutionens samarbejdsflader. For at forandre sin opfattelse af museets brugere, må museet forandre sig selv.



# HVORFOR TRANSFORMATIVE PROCESSER?

At kunstnerisk og kulturel produktion tilfører samfundet værdi, kan de fleste blive enige om. Værdibegrebet dækker imidlertid over et ofte forvirrende antal betydninger, når det bruges i forbindelse med kunst og kultur. For tiden italesættes kunstens og kulturens værdi således fra mange sider. Lige fra kunstmuseer, der benytter kunstens svimlende markedspriser og forsikringssummer til at promovere aktuelle udstillinger, til politikere på værdipolitisk mission, som for eksempel Københavns nytiltrådte kultur- og fritidsborgmester<sup>1</sup>, der betegner sig selv som "værdiborgmester".

På Statens Museum for Kunst har vi også mange indfaldsvinkler til spørgsmålet om kunstens værdi. Her vil vi dog begrænse os til en diskussion af den rolle kunsten og kunstmuseet kan spille for det danske samfunds demokratiske fundament og fremdrift, og vil derfor kun fokusere på det, vi har valgt at kalde "kunstens demokratiske værdi".

## KUNSTENS DEMOKRATISKE VÆRDI

Ifølge uddannelsesfilosoffen Gert Biesta er "det øjeblik, hvor demokrati opstår [...] ikke blot at forstå som en forstyrrelse af den eksisterende orden, men som en forstyrrelse, der fører til en rekonfigurering af denne orden i retning af en orden, hvor nye måder at være og handle på eksisterer, og hvor nye identiteter træder frem."<sup>2</sup>

Biesta ser altså demokrati som et fortløbende og aldrig afsluttet eksperiment. Det, der karakteriserer demokratiet er det processuelle og forhandlende. Demokrati handler ikke om lighed, men om at rumme forskellighed. At være åben for medborgernes bidrag til at ændre ordenen. Det karakteristiske ved denne opfattelse af et demokrati er, at den tegner en bevægelse væk fra det demokratiske samfund som en stat, en borger er medlem af, og hvor opmærksomheden fortrinsvis retter sig mod pligter og rettigheder, frem mod en forståelse af demokrati som et deltagende fællesskab. Biesta opfatter medborgerskab som 'citizenship as practice' og som en deltagende kultur. Her ligger Biesta tæt

op ad den engelske sociolog Gerard Delanty, der betoner særlig den kulturelle side af medborgerskabsbegrebet.<sup>3</sup> Delanty argumenterer for, at det centrale i et demokratisk samfund er de fælles kulturelle oplevelser og konstruktioner af betydninger. Altså en bevægelse fra borgeren som et disciplineret subjekt til en kritisk reflekteret medborger.<sup>4</sup>

En sådan demokratiopfattelse ligger til grund for nogle af de, efter vores opfattelse, mest perspektivrige forandringer, som kunstmuseerne undergår i disse år. Kunstmuseet er sted for møder og udvekslinger, og samtidig en ramme, inden for hvilken kreative processer finder sted og erkendelser bliver skabt; noget som både institutionens medarbejdere og brugere bidrager til. Som sådan har kunstmuseet potentiale til at blive udgangspunkt og ramme for en løbende samtale mellem mange stemmer og aktører, om hvordan vi som borgere kan bruge billedkunst til at skabe (ny-)orientering i vores samfund. Relevante spørgsmål i den forbindelse kan omfatte alt, fra hvordan sprogskolen kan være en vej ind i dansk kultur, til hvordan kunst og forskning kan indgå i nye, innovative udvekslinger og bidrage til nye måder at organisere sig på. Museerne kan således spille en rolle i udvidelse af demokratiforståelsen og skabe en ramme, hvor kulturelt demokrati kan blive udfoldet og medborgerskab praktiseret.

Biesta indkredser (ud)dannelsens hovedfunktioner gennem følgende begreber: 'qualification', 'socialization' og 'subjectification'. Den kvalificerende funktion drejer sig om uddannelsens bidrag til kundskab, færdigheder og holdninger, der kvalificerer borgeren til at handle eller gøre noget. Den socialiserende funktion drejer sig om, hvordan individer bliver del af den eksisterende sociokulturelle, politiske og moralske orden, direkte gennem den konkrete undervisnings indhold, indirekte gennem arbejdsmåder, normer og værdier som værdsættes i fællesskabet. Og netop denne indirekte dannelse er helt central for medborgerskab, da det ofte er de tyste koder, der virker bestemmende for fællesskabet. Den tredje dimension bliver ofte kaldt individualisering, men Biesta foretrækker at tale om subjektifikation, fordi ordet peger på alle menneskers behov for at være subjekt i eget liv. Biesta fokuserer med denne funktion på den mulighed den enkelte gives for at udvikle sig som et unikt, særpræget, selvstændigt og ansvarligt menneske i eksistentiel forstand. Og her introducerer Biesta en meget interessant fællesskabsforståelse, nemlig 'fællesskaber mellem dem, der intet har til fælles'. I mødet med den anden lærer man anerkendelsens og respektens muligheder at kende og kan handle og formes som individ, der hviler i sig selv i kraft af disse muligheder.<sup>5</sup> I dette møde bliver vi, ifølge Biesta, til i verden. Det er her det politiske menneske bliver til for Biesta som aktivt deltagende i forskellighedernes fællesskaber. Det enkelte individ i fællesskab med andre kan handle og 'bringe

nye begyndelser til verden', samtidig med at også andre kan handle og tage initiativ. En moderne dannelsestænkning indebærer altså en åbenhed over for nye og andre måder at være menneske på. Og – i vores sammenhæng – andre måder at være museumsbruger på. Det sidste fordrer netop en åbenhed fra museumsinstitutionens side over for nye måder at tage museumsrummet i besiddelse på. For museet er også et rum for nye måder at gøre og være på.

## KULTURELT MEDBORGERSKAB

Det tværmuseale projekt "Museer og kulturinstitutioner som rum for medborgerskab" stiller netop skarpt på, hvad museer og institutioner kan tilbyde i forhold til udvikling af kulturelt medborgerskab samt undersøger institutionernes selvforståelse i et socialt ansvarligt samfundsperspektiv.

Projektets vision er, at museer og kulturinstitutioner skal:

- spille en stærkere rolle som demokratiske dannelsestinstitutioner
- styrkes som rum for læring og demokratisk dannelse
- styrke sin formidling gennem et aktualiseret videns- og læringsbegreb
- arbejde målrettet på at skabe relevans for en bredere gruppe borgere

Kvalificeringen af institutionernes medborgerskabspotentiale sker gennem tværfaglige samarbejder, kompetenceudvikling af institutionernes medarbejdere og gennem samarbejde med brugergrupper og internationale forskere.

Gennem flerstemmighed, deltagelse og selvrefleksion har medborgerskabsprojektet arbejdet med undersøgelsen af kulturelt medborgerskab. Dette projekt, og de erkendelser og erfaringer der er gjort i det, søger de enkelte institutioner nu at indlejre i deres organisationer.

## PROFESSIONER OG ORGANISERINGER GENTÆNK!

Ti institutioner har arbejdet sammen i Medborgerskabsprojektet, og derfor er der forskellige oversættelser til praksis fra institution til institution.<sup>6</sup> Men en fælles erkendelse karakteriserer projektet, nemlig at en forandring af tilgangen til museets brugere afstedkommer eller hviler på en gentænkning eller forandring i organisationen og dens samarbejdsflader. For at forandre opfattelsen af museets brugere må museet selv forandre sig.

Flere strategiske indsatsområder på SMK bygger på en ambition om at overskride skellet mellem bruger og museum og at gøre brugerne til et uomtvisteligt

centrum i museumsoplevelsen:

- Udvikling af SMK som et imødekommende oplevelsesrum
- Flere (ikke-)brugere på SMK
- Styrkelse af brugerinddragende praksis

For at kunne nærme os den ambition mener vi, at vi som museum skal ændre arbejdsgange på flere centrale punkter. I den nuværende strategi og rammeaftale gældende fra 2014-17 står medborgerskabsindsatsen helt centralt, men for at få den fuldt implementeret i organisationen skal vi forhandle os til en fælles forståelse: Vi skal bevæge os fra eksperiment og laboratorium til integration i museets samlede organiseringer – fra lokal og perifer erkendelse til fuld tilstedeværelse i museets virke.

## EKSPERIMETERENDE ZONER

Konkret har vi på SMK i den seneste gentænkning af samlingspræsentationen arbejdet med eksperimentelle zoner i den faste udstilling. Her kan bl.a. medborgerskabets grundformer som flerstemmighed, deltagelse og selvrefleksion blive testet og udfordret. Samtidig er ideen med zonerne også at give rum for undersøgelse af formidlingstiltag uden at hele ophængningsforløb brydes op og ændres. Zonerne giver mulighed for at eksperimentere og forske i særlige iscenesættelser og værksammenstillinger ud fra formelle ækvivalenser, tematiske korrespondancer eller ud fra forsøg med lysætning. Derudover giver zonerne mulighed for at undersøge og udforske specifikke målgruppers behov. Senere kan ideerne i disse zoner blive udvidet i skala. For eksempel som tilfældet med Tegnesalen i samlingen, der blev til et fuldt tegneværksted i udstillingen "Blomster og Verdenssyn". Det tilsyneladende lille eksperiment bruges til at skabe en fortrolighed og en læring, der gør det muligt senere at anvende i museets udstillingspraksis.

På seminaret "Kunst og Publik", afholdt i september 2012, var hovedemnet at reflektere og muligvis gentænke relationen samtidskunst og publik/brugere. Der var forskellige oplægsformater, bl.a. en performativ studiekreds – en lektur ved kunstner Marie Kølbæk Iversen om smagsfællesskaber, hvor deltagerne på seminaret – som tidligere brugere på Nikolaj Kunsthal -kunne tilegne sig kunstfilosofi i intime og helt ufiltrerede oplæsningsseancer. På seminaret fungerede lektor på CBS Søren Friis Møller som moderator og sammenfattede seminarets undersøgelser af og tilnærmelser til nye transformative formater for dialog mellem brugere og organisationer. I artiklen *The able Other. Reflections on KOP's workshop* præsenterer han en model for forandring og transformation.<sup>7</sup> Den mulige

vej for forandring, Søren Friis Møller anviser, er at arbejde med en synkronicitet mellem den individuelle læringscyklus beskrevet af læringsteoretikeren Kolb (1984), og den organisatoriske læringscyklus beskrevet af Dixon (1994). Ved at kombinere de to dimensioner: den individuelle og den organisatoriske/kollektive læringscyklus får vi en model for forandring eller en handlingstilgang til at iværksætte forandring i vores organisation.<sup>8</sup>

Kolbs læringscyklus hviler på forestillingen om *small wins* som bærende afsæt for erfaring og erkendelse. Første skridt i Kolbs læringscyklus er den konkrete handling og oplevelse – eksperimentet. Andet skridt i Kolbs model er refleksionen over oplevelsen. I det tredje skridt i Kolbs model drager individet konklusioner på baggrund af refleksionen over erfaringen.

Dixon arbejder med samme cyklus for forandring og læring i en organisation. Første handling er hos Dixon generering af viden og information. Den organisatoriske læring sker, når den indsamlede information og nye viden integreres i organisationen – skridt to. Når det gælder organisatorisk læring, skal denne fortolkning ske kollektivt – Dixons tredje skridt. Denne kollektive fortolkning stiller for alvor krav til organisationen. Forskellige synspunkter og perspektiver skal kunne lege sammen. Når en kollektiv fortolkning er nået, er sidste skridt, ligesom i Kolbs model, at handle på baggrund af den; at handle er at teste fortolkningen. Samtidig genererer handlingen ny information, som igen kræver integration og fortolkning, og cirklen fortsætter. Det lærende aspekt og den eksperimenterende handling bliver det, der skaber en transformation i brugeroplevelsen og i måden at organisere sig på.

## NYOPHÆNGNINGEN SOM DIALOG

Rune Gade skriver, at en udstilling er summen af de mange lag og alle lagene i udstillingen medvirker potentielt til at strukturere udstillingsoplevelsen.<sup>9</sup> Således er udstillingens retorik overordnet stærkt polysemisk eller sammensat; et kor af forskellige stemmer, som ved hjælp af forskellige styringsredskaber, verbale forankringer, scenografisk tilrettelæggelse af kroppens og blikkets bevægelser gennem rummet, kan bringes til en større eller mindre harmonisk samklang. Den formidlingsmæssige udfordring er, hvordan den "erfarede" udstilling; det vil sige det oplevede, sansede, refleksive møde mellem bruger og udstilling kan medtænkes og inkorporeres i udstillingstilrettelæggelsen. Derudover ligger der en udfordring i at gøre de mange stemmer tydelige og ikke mindst relevante for vores brugere, så de svar, vi giver, er i overensstemmelse med de spørgsmål, som brugerne har.

## THE NATION

En af de eksperimenterende zoner i vores præsentation af samlingerne er salen *The Nation*, hvor vi viser fotografier og en video af kunstnerduoen J&K, der tager udgangspunkt i duoens performance på SMK i efteråret 2013.

J&K ønsker at præsentere publikum for et kreativt og alternativt blik på kunsthistorien, hvor de to kunstnere frit fortolker værker fra museets samling af guldalderkunst. Bør vi tage en så relativ ny konstruktion som nationalstaten for givet? Og hvad vil der ske, hvis nationalstaten ophører med at eksistere? Det er bl.a. de spørgsmål, de to kunstnere gerne vil have brugerne til at reflektere over. "Vi vil gerne have folk til at zoomer ud og se det store billede – at verden, som vi kender den, vil se helt anderledes ud om 100 år", fortæller Kristine Agergaard, den ene halvdel af J&K. J&K tilføjer en kunstnerisk fortolkende stemme til samlingsafsnittet "Dansk og Nordisk Kunst 1750-1900".

## TEGNESALEN

I en anden zone, Tegnesalen, har den aktive deltagelse været central. Formålet med tegnesalen er at udvide oplevelsen af skulptur gennem tegning. Samtidig har ønsket været at skabe en god ramme om det sociale samvær, som er en vigtig del af museumsoplevelsen. Derfor ser man også et mere legende design og en uhøjtidelig stemning i rummet. En satsning, der er stærkt inspireret af det skærpede fokus, Brugerundersøgelsen for de statslige og statsanerkendte museer har givet os på den samværssituation, facilitatoren skal forløse på museet.

## MATCH SMK

En tredje zone er spillet "Match SMK". I et langt træmøbel placeret i en af museets største udstillingsrum, kan brugerne spille et brætspil med hinanden. Brætspillet er udviklet til familier med børn mellem 6 og 10 år. Spillet handler om at fortælle gode historier med kunsten som udgangspunkt. Med denne zone ville vi teste om vores brugere med en klar rammesætning i form af et spil med regler vil tage del og kæmpe mod hinanden om at fortælle historier.

## VIDEN OM BRUGERE

At arbejde med indlemmelse af medborgskabstanken på museer kræver en solid viden om museets brugere. Både i forhold til grundlæggende data, som fx etnicitet, men også om deres holdning til og brug af museet. Brugerundersøgelsen står her helt centralt.





Det springende punkt har været, hvordan vi implementerer data fra Brugerundersøgelsen i vores arbejde. Enkelhed, modelkarakter og visualiseringer har været afgørende, da de ofte sikrer en langt større grad af indoptag for alle museets medarbejdere, der er involveret i udstillingsproduktion og tilrettelæggelse. Anvendelsen af John Falks og Lynn Dierkings motivation- og læringsadfærdstyper har haft stor betydning, men også andre segmenteringsværktøjer. Senest har vi arbejdet med et målgruppeværktøj, der kan bygge bro mellem den hovedstol af Gallupkompas, særlig kommunikation arbejder ud fra og adfærdsmønstre og motivationer, som mere karakteriserer brugertilgangen blandt formidlere. Gennem disse undersøgelser og segmenteringsværktøjer kan vi begynde at medtænke brugerne i selve udstillingstilrettelæggelsen fra første konceptudarbejdelse.

## NYE TEAMDANNELSER OG NYE DOGMER

En undersøgelse skal have en organisatorisk kontekst at arbejde i for at skabe læring og organisatorisk erkendelse. I udstillingstilrettelæggelsen har vi således gennem de seneste to år arbejdet med en dannelse af teams, hvor konceptet for en udstilling udarbejdes af en forsker, en kunstformidler, en arkitekt og en kommunikationsmedarbejder. En formidlings- og kommunikationsgruppe sikrer, at udstillingen konciperes med et klart brugerperspektiv og arbejder ud fra forestillingen om, at hver udstilling skal rumme et eksperiment, fx i forhold til deltagelse eller en brugergruppe, vi sjældent adresserer.

Denne organisering tegner en første bevægelse frem mod museet som en samlet sendeflade – en bevægelse fra en skelnen mellem aktiviteter/events og udstillinger til et syn på SMK som en samlet konciperet programflade med klart afsæt i museets strategi med et program udarbejdet på tværs af afdelinger og medarbejdere med udgangspunkt i museets brugere.

For at øge fokus og sikre, at ny viden indoptages fra brugerundersøgelser, har vi valgt at samle et redaktionelt ansvar for brugerundersøgelser hos én medarbejder. Indsatsen for at få flere brugere hænger desuden uløseligt sammen med et fortsat analysearbejde og indsamling af viden om museets mange forskellige typer af brugere og ikke-brugere, der skal danne grundlag for valg af kanaler og prioritering af oplevelser fremover. Forskning og empirisk baseret viden er afgørende. Det har også været afgørende for forandringen i tilgangen til brugere på SMK, at Mette Houlberg Rung har forsket i formidling i form af phd-afhandlingen *Negotiating Experiences. Visiting Statens Museum for Kunst*, (2013) på Leicester University.

Som et efterspil – en finissage – på større udstillinger på museet præsenteres de vigtigste adfærdsmønstre og læringer, vi har erhvervet os gennem brugerundersøgelser på et husmøde for alle museets medarbejdere. Vi er stadig i proces med at finde de organiseringer, der sikrer et meningsfuldt indoptag af erkendelser og viden bibragt gennem Brugerundersøgelsen og anden empirisk baseret viden.

Og her har vi senest oplevet, at der er stor inspiration at hente på British Museum i London, hvor de undersøger brugernes 'dwell time' og lader det være et centralt omdrejningspunkt for deres måde at undersøge og tilrettelægge udstillinger og samlinger. Værktøjet placerer gennem målgrupper brugeroplevelsen helt centralt i museets måde at tilrettelægge og organisere sig på. Et andet greb, de anvender, er digitale kommentarkort: "Please tell us what you think?" Et lille greb, der gør det muligt at loade data direkte til videre bearbejdelse i museets målgruppearbejde.

## HAR DU NOGEN KULTUREL TILKNYTNING TIL ET ELLER FLERE LANDE UDEN FOR DANMARK?

Således lyder spørgsmålet i Brugerundersøgelsen. Og hvad bliver brugeren egentlig spurgt om med det spørgsmål? Mellem 4% og 7% af brugerne på SMK tilkendegiver, at de har et kulturelt tilhørsforhold til et land uden for den vestlige verden.

Kulturel tilknytning uden for den vestlige verden betragter vi som en kontinuerlig dialogsituation, som inkluderer at hele SMKs strategi konciperes fra en position af flerstemmighed. Når vi definerer medborgerskab som medvirken i et kulturelt fællesskab, bliver det selvfølgelig interessant at reflektere over spørgsmålet: Hvis kultur(arv) er inkluderet i de kulturelle rum, demokratiet næres af? Spørgsmålet stilles af følgeforsker og evaluator af medborgerskabsprojektet Claus Haas.<sup>10</sup> Det får vi ikke besvaret gennem Brugerundersøgelsen.

Da tidligere kulturminister Brian Mikkelsen indførte fri entré i 2006, var det med et klart politisk ønske om, at kulturinstitutionerne, i langt højere grad end tilfældet var på daværende tidspunkt, skulle afspejle befolkningssammensætningen i Danmark.<sup>11</sup> Forbilledet var udviklingen i den britiske museumssektor i 1990'erne. Der har ikke siden dette tiltag været foretaget en omfattende undersøgelse af kulturvanerne i Danmark med fokus på kulturelt tilhørsforhold. Holdningen bag dette politiske greb, at indføre fri entré, kan ses som del af den stærke kulturpolitiske strategi for demokratisering af kulturen i Danmark.

En anden strategi har været at arbejde for at genstandsfeltet på museerne i højere grad skal repræsentere og afspejle befolkningen. En strategi som måske særlig Københavns Museum har været gennemtrukket af.

Med Biesta ser vi en mulighed for en tredje vej eller position. Her bliver det centrale at bringe dialogen mellem brugere og kulturinstitutioner ud over det markedsøkonomiske, hvor kulturinstitutionernes opgave bliver at give brugerne, hvad de vil have og demokratiseringsstrategier som et styringsværktøj, hvor statstilskuddet søges legitimeret.

## PERSPEKTIVER

Med den rette tilgang kan museerne, som bibliotekerne, være med til at forløse det enorme potentiale, der gør kultur værdifuld for alle medborgere. Museerne kan udvide brugernes bevidstheder og ikke mindst få deres egne fagligheder udfordret og beriget med givende tilbagespil fra brugerne. For museerne er ikke statiske kulturinstitutioner, men organisationer, fællesskaber og mødesteder for udvekslinger, der overrasker og forandrer ikke blot de brugere, der tager del, men også dem, der arbejder på museerne. Det ser vi blandt andet, når et upcoming band vælger at re-designe et kunstværk, der er lagt frit tilgængeligt i høj opløsning på nettet til et pladecover, eller unge vælger at remixe et kanonisk værk af Eckersberg til et spektakulært Metrohegn ved Marmorkirken. Så får kunsten og museet andre vinger og ny form for relevans.

Men det kræver, at vi på museerne anskuer og anvender formidling og digitalisering som et deltagelsesredskab, der gør os til bedre borgere; til medskabere af en anden virkelighed, hvor kulturen er lokomotiv for kulturel skabelse og demokrati. Hvor vi er åbne for den demokratiske samtale, en høj grad af inddragelse, og hvor vi satser på kreativitet og mangfoldighed.

I det 21. århundrede vil det eksempelvis betyde, at man deler ideer, bruger de rigtige værktøjer til de rigtige udfordringer, har taget stilling til tilstedeværelsen på sociale medier og arbejder åbent, kollaborativt, proaktivt, forandringsvilligt og i konstant beta. Præcis som Biesta's opfattelse af demokratiet; som et fortløbende og aldrig afsluttet eksperiment.

Når der for tiden tales om kunstens værdi, forstår vi det godt. For med det rette mindset, har kulturlivet nemlig ikke bare nøglen til distribution af kultur og potentielt fællesskab, men også en mulighed for at gå foran, spænde syvmilestøvlen på og åbne portene for et deltagende og engagerende demokrati for alle.



## NOTER

- 1 Kulturborgmester i Københavns Kommune, Carl Christian Ebbesen, Dansk Folkeparti.
- 2 Biesta, G.J.J.: *Demokratilæring i skole og samfund*, 2013, Aarhus: Forlaget Klim
- 3 Gerald Delanty: "Citizenship as a learning process: Disciplinary citizenship versus cultural citizenship". I: *International Journal of Lifelong Education*, 2003, s. 597-605.
- 4 Biestas syn på demokrati er en central del af phd-studerende Lise Sattrups kommende afhandling og derved Lises præciseringer af kulturelt medborgerskab på kunstmuseer.
- 5 Biesta, Gert: *Læring retur – demokratisk dannelse for en menneskelig fremtid*, 2009.
- 6 Projektet er afrundet med publikationen: *Rum for Medborgerskab*, 2014, Udgivet af SMK i samarbejde med ARKEN, Designmuseum Danmark, Det Kongelige Teater, J.F. Willumsens Museum, Københavns Museum, KØS – Museum for kunst i det offentlige rum, Nationalmuseet, Nikolaj Kunsthal, Skoletjenesten Musik og Thorvaldsens Museum.
- 7 Søren Friis Møller: *The Able Other. Reflections on KOP's workshop*, September 24 – 25 2012 i København.
- 8 Dixon, N.: *The Organizational Learning Cycle. How can we Learn Collectively*, McGraw-Hill Book Company, UK, 1994; Haslebo, G. & Nielsen, K. S.: *Konsultation i organisationer – hvordan mennesker skaber ny mening*, Dansk Psykologisk Forlag, Danmark, 1997; Kolb, D. A.: *Experiential Learning. Experience as the Source of Learning and Development*, Prentice-Hall Inc., US, 1984.
- 9 Gade, Rune: "Hvad er Udstillingsanalyse? Bidrag til en diskussion af metodiske strategier i forbindelse med analyser af Kunststudstillinger". I: *Udstillinger – Mellem Fokus og Flimmer*, 2006, multivers.
- 10 Claus Haas: "Kulturelt Medborgerskab – Men I/Med Hvilke Forestillede Fællesskaber?". I: *Rum for Medborgerskab*, 2014, SMK.
- 11 VK-regeringen indførte i 2006 fri entre til Statens Museum for Kunst og Nationalmuseet samt fri entre for alle børn og unge under 18 år på alle landets statslige og statsanerkendte museer.





# BÆREDYGTIGE VINGER

- ET POSTFEMINISTISK

BLIK PÅ MUSEER

CARLA PADRÓ

I KNOW, I KNOW  
YOU MAY BE ABLE TO SUSTAIN WITH YOUR WINGS.  
I SEE, I SEE  
IT MAY OR MAY NOT BE ATTAINABLE.  
NEVERTHELESS, LET US SEE  
ARE WE TALKING ABOUT WINGS OR WIGS?  
ARE WE SO USED TO HAVING WINGS  
THAT WE FORGOT TO SWING?  
LET US WHISPER A BIT  
AT LEAST.

Begrebet feministisk positionering antyder, at der ikke findes en kønsneutral eller uafhængig måde at tale på. Det betyder, at vi hver især befinder os i en individuel kontekst, hvor vores idéer om konteksten, vores erfaringer, faste opfattelser osv. opstår, og at den konkrete kontekst uden tvivl er endnu et ståsted, ligesom også intertekstualitet er et kontekstafhængigt fænomen.

I ALL ABOUT LOVE: NEW VISIONS DEFINEREDE JEG KÆRLIGHED SOM EN KOMBINATION AF OMSORG, ENGAGEMENT, VIDEN, ANSVAR, RESPEKT OG TILLID. ALLE DISSE FAKTORER AFHÆNGER AF HINANDEN. DE UDGØR EN GRUNDLÆGGENDE KERNE I KÆRLIGHED, UDEN HENSYN TIL DEN RELATIONELLE KONTEKST. SELV OM DER ER FORSKEL PÅ ROMANTISK KÆRLIGHED OG KÆRLIGHEDEN MELLEM EN LÆRER OG EN ELEV, SKAL DISSE KERNEASPEKTER VÆRE TIL STEDE, HVIS KÆRLIGHED SKAL VÆRE KÆRLIGHED.<sup>1</sup>

BELL HOOKS

# BÆREDYGTIGE VINGER

## - ET POSTFEMINISTISK BLIK PÅ MUSEER

I denne tekst vil jeg forsvare, at bæredygtighed på museumsområdet ikke kun er et spørgsmål om at ændre mandatet – missionen, visionen, målsætningerne, resultaterne og ressourcerne – eller om at planlægge med et mere eller mindre lokalt baseret afsæt. Det handler ikke kun om et funktionelt eller operativt aspekt. Det handler ikke kun om, på baggrund af det økologiske maksime, at “reducere, genanvende, recirkulere”, at gå op i at styre miljøet eller spare på energien, eller om at arbejde i grønne bygninger. Det er fx tilfældet med *California Academy of Sciences*, som bliver anset for at være et af de mest bæredygtige museer i verden, fordi man dér genanvender næsten 80% og arbejder med brugerinddragelse. Eller som det sker i landbruget, hvor man anvender gødning til fremstilling af brændstof og dermed ændrer produktionskredsløbet.

Overført til museernes kontekst vil denne praksis føre til at genbruge montrere og inventar, genfortolke idéer og anvende ressourcer, som ligger i kælderen eller i arkivet og at undersøge det, som har ligget under et tykt lag støv, ud fra et ønske om ligestilling eller et mere socialt retfærdigt perspektiv. Det betyder også, at man anvender genbrugspapir såvel på kontorerne som i folderne, i reklamebannere og i katalogerne, og at støjen fra tweets, Facebook og Instagram stopper, fordi de har en kølig signalværdi.<sup>2</sup>

Jeg fokuserer her på bæredygtighed i forhold til følelsesmæssig kommunikation. Følelsesmæssig kommunikation relaterer til interne organisationsændringer, og begynder med medarbejderne. Museet skal forstås som en levende organisme, og ikke som en pølsefabrik, hvor kommunikation ligger hos eksperterne og i deres arbejdsgange, som ikke udelukkende har et lukrativt formål. Brugere oplever balancen som opstår, når ændringer begynder med én selv. Det er Bæredygtighed i organismen som en helbredende faktor.

To catalanske psykologer, Mercè Conanglia og Jaume Soler, har defineret begrebet emotionel økologi, følelserne, som økologiske landskaber.<sup>3</sup> De forsvare kreativ-

teten som en kilde af positiv energi, der til stadighed kan fornyes, og som en måde at forbedre os selv på og vores relationer til andre mennesker. Ud over denne anskuelse vil jeg kommentere nogle idéer og spørgsmål, som opstår, når vi begynder at undersøge balancen i det faglige arbejde som et andet bæredygtighedspunkt i museumsorganismen, og ikke kun relationerne til lokalsamfundene, men følelserne og konsekvenserne hos systemets medarbejdere.

JEG VED BARE, AT JEG IKKE VIL HAVE NOGET SNYDERI.  
JEG NÆGTER. JEG ER BLEVET MERE DYBSINDIG,  
MEN JEG TROR IKKE PÅ MIG SELV, FORDI MIN TANKEGANG  
ER OPDIGTET.<sup>4</sup>

### DET TREDJE RUM

De postfeministiske idéer gør det muligt at anlægge en ikke-statisk identitetsopfattelse, for de betragter os som individer, der til stadighed formes, og mener, at vores identitet ændrer sig med konteksten og med de begreber, vi opererer med.<sup>5</sup> Jeg interesserer mig fortsat for det relationelle inden for museernes kontekst, som reelt er mere komplekst, end hvad denne tekst kan redegøre for. Hvis man ændrer tankegangen omkring det, hvis man søger andre teorier, som afspejler dele af erfaringerne, kan vi måske gøre noget mere, noget nyt eller noget, som ikke altid er låst fast til en forståelse af museet i et produktivitetsperspektiv.

De postfeministiske pædagogikker lægger vægt på det subjektive, på forskellene i de subjektive holdninger og på konteksterne for de individer, som lærer. Det afgørende er her refleksionen over relationaliteten – over de magtrelationer, som opstår. For alt er i konstant bevægelse, alt er dynamisk. Du forlader noget for at blive en anden. Du får den tilbagevendende fornemmelse af flygtighed. Med zen-mesteren Shunryu Suzuki Roshís ord:

“DEN OMSTÆNDIGHED AT TINGENE ÆNDRER SIG, ER ÅRSAGEN TIL JERES LIDELSER I DENNE VERDEN OG TIL, AT I MISTER MODET. MEN NÅR JERES FORSTÅELSE OG MÅDE AT LEVE PÅ ÆNDRES, VIL I NYDE JERES LIV FULDT UD I ETHVERT ØJEBLIK. TINGENES FLYGTIGHED VIL VÆRE GRUNDEN TIL, AT I NYDER LIVET.”<sup>6</sup>

På museerne kan flygtigheden fornemmes ud fra detaljer i adfærden, små ændringer i forholdet til brugerne, som fx fortrængningen af en postindustriell produktivistisk tidsopfattelse – i en time, i halvanden time og med nogle målsætninger – hen mod en kreativ tid, hvor tid hverken spildes eller vindes, hvor man ganske enkelt befinder sig i et tredje rum, fordi der er andre slags tider såsom landbrugets sæsoner, barselsperioder og naturens døgnrytmer.

Overgangene er vinger, som hjælper dig til at rense andre, skjulte, dele af din åndelige side, sommetider i din skygge eller dybt begravet.

Bæredygtighed er også at stoppe op og bemærke balanceakten mellem kontorer, udstillingsrum, arkiver og magasiner, mellem de personer, hvis arbejde muliggør programmer for brugerne, og de besøgende hertil, fordi alt, dybest set, er forbundet.

JEG VIL HAVE DETTE ORD:

PRAGT. PRAGT ER FRUGT I AL DENS SAFTIGHED.

FRUGT UDEN TRISTHED. JEG VIL HAVE ENORME AFSTANDE.

MIN VILDE INTUITION OM MIG SELV.<sup>7</sup>

Det vil være interessant at foretage en analyse af stressniveauer på museer. Det vil omfatte en undersøgelse af arbejdsgange, tempoet, det langsomme, de kreative tidspunkter og tidspunkterne med effektivt arbejde. Samtidig er det nødvendigt at belyse det følelsesmæssige klima, fornemmelsen af stedet, rummene, det kromatiske, cyklusserne, det intuitive, sanserne, og hvordan vi udfolder og skjuler visse følelser, såvel på vores arbejdspladser, som i forbindelse med hvad brugerne mener. Det vil sige fokus på den emotionelle intensitet. Inden for visse spirituelle traditioner siger man, at “det er på gulvet, som det er i toppen”, for at indikere, at stemningen på én og samme tid skal opfattes i et mikro- og i et makroperspektiv. Inden for Iyengaryoga er det, efter nogle omvendte stillinger med hovedet nedad – hvor man lader organerne hænge mod tyngdekraften for at lette trykket på dem – nødvendigt at anvende en overgangsstilling for at komme tilbage til normalstillingen, og dermed skabe balance.

### NÅR HØNSENE ER GLADE, SMAGER ÆGGENE AF MERE

Klassisk musik til høns. Sådan producerer de bedre. Man reducerer stressniveauet og åbner mulighed for en større produktion end før. Af og til mister vi kontakten til os selv og andre, og vi lytter kun, når det hele eksploderer, eller vi gemmer os bag for længst indgroede opfattelser. Man skal passe på sig selv. Sørge godt for medarbejderne og være opmærksom på resultaterne, for at det ikke bliver for teknokratisk.



Det kan være positivt at improvisere som i jazz. Det er samme musik, men forskellige versioner. Nogle gange er det sådan med arbejdet i udstillingerne. Det kommer an på, hvor opmærksomme vi er på at indrette os i forhold til brugerne. Det er relevant med en analyse af, om vi bruger kræfterne på at være fastlåste med den inert, der ligger i vores knowhow. Måske forpasser vi muligheden for at se os selv på en anden måde, og dermed ændre rutiner, der åbner for nye ukendte praksisser. Bæredygtighed drejer sig også om at lade være med at styre alt, om ikke at være så operativ.

I mange år troede jeg, at museumsoplevelser handlede om at fremme læring, der alene appeller til kognitive processer. Jeg lagde låg på mine personlige erfaringer og min indre protest, på mit kropssprog, når jeg underviste, på min måde at tale på, og hvordan jeg betonedede tingene, og også på andre former for performance eller gentagelse.<sup>8</sup> Det gjorde jeg, indtil jeg lærte, at det er muligt at skabe en konkret pædagogisk praksis, der bygger på, at viden ikke er noget givet fra formidlerens perspektiv, men at den derimod opererer fra andre udgangspunkter såsom performance – forstået som den konstante gentagelse af kulturelt baserede aktiviteter og afbrydelser heraf – følelser og omsorg.

For at undgå kun at forholde mig til det som umiddelbart er synligt, begyndte jeg, på baggrund af mine etnografiske observationer i forbindelse med undervisningen, at arbejde med de kontekstuelle omstændigheder. Vi udførte forskellige eksperimenter for at blive klar over, at der i en læringsaktivitet altid vil være en række elementer, som ikke er synlige. Samtidig arbejdede vi med undringsmomentet. I grupper af tre personer, og under forskellige sessioner, observerede vi de tilstedeværendes holdning i undervisningens forløb, latteren og tavsheden, hvilken sprogbrug der gør sig gældende, når man taler om personlige oplevelser, og når man taler om noget teoretisk, brugen af feminint og maskulint prægede udtryk. Vi tegnede, hvad der var sket, støjen og når nogen blandede sig, vi bemærkede de ord, der gik igen, og udarbejdede en ordliste. Sådan blev vi klar over, at der altid vil være ting, som ikke kommer i betragtning, men som fornemmes, undertrykkes, glemmes eller ikke anses for ordentlige eller værdige. Der er behov for et arkiv, der består af det uafdækkede i de pædagogiske relationer på museumsområdet, der kan være en vejledning til fagfolk og dermed åbne vinduerne og skabe luftforandring.

## DET PERFORMATIVE RUM OG PERFORMATIVITET

Under alle omstændigheder associerer performance altid til måder at gøre, handle, se og tro på, hvad enten det drejer sig om at opretholde tingenes tilstand, reagere på dem eller at ændre dem. På den anden side mener mange teoretikere, at perfor-

mance producerer, skaber eller udgør identiteten, det være sig fødselsdagsfester, picnicarrangementer, afgangseksamener, udflugter med virksomheden, politiske protester, fejringer, ritualer, osv.<sup>9</sup> Et andet begreb, som i halvfemserne blev defineret af Judith Butler, er performativitet. Det refererer til “den sociokulturelt betingede anvendelse af de specifikke normer og regler, der følger begge køn, og som til stadighed gentages for at repræsentere det ene eller andet køn ved hjælp af stiliseringen af kroppen.”<sup>10</sup> Det vil sige, at også de besøgende defineres ud fra et performativt og kritisk perspektiv:

”Afslutningsvis vil jeg gentage mit hovedsynspunkt. Der findes ikke sådan noget som *en* besøgende. Folk, der besøger museer, er så utroligt forskellige. Det er vores opgave at tale til dem ansigt til ansigt, via kort, hvor de kan afgive deres kommentarer, og over internettet. Og vi skal gøre plads for deres interesser på mange forskellige måder. Selvfølgelig lykkes dette bedre gennem nogle af vores eksperimenterende projekter end gennem andre. Set i det lys er museet et laboratorium for eksperimenter. Forespørgslerne, læringsopgaverne, de personlige fortællinger og de usikkerheder, som folk tilfører miljøet på Art Gallery of Ontario, er alle interessante for os, og vi forsøger at skabe et bredt spektrum af muligheder for at kunne høre og besvare spørgsmål fra vores forskellige besøgsgrupper. I modsætning til kuratorens opgave med at skabe en udstilling – en opgave der plages af megen udstillingskritik – er museumsformidlerens opgave at bygge bro mellem forespørgsel og autoritet, mellem ønske og tilfredsstillelse, mellem længde og koncentrationsevne og omfanget af potentiel information. I forhold til de måder hvorpå folk søger viden.”<sup>11</sup>

## AT SÆTTE SIG I HAVEN

I 2012 traf jeg en konservator fra Ancient Art National Museum i Lissabon i forbindelse med en doktorafhandling ved universitetet i Evora. På en tur rundt i hovedstaden fortalte hun mig, at arbejdet på museet om sommeren var et mareridt for alle. Museet har en karnap med den mest fantastiske og fortryllende udsigt til Tajo-floden. Det drejer sig om en have med marmorskulpturer. Konservatoren fortalte mig, at mange af hendes kolleger ønskede at arbejde i haven om sommeren. De ville sidde med deres computere, og de ville helt sikkert arbejde mere effektivt. Ledelsen var ikke med på idéen, for man mente, at det at arbejde med udsigt til floden og i fri luft var spild af tid. Om sommeren er der ulidelig varmt på museet, og man bliver mere og mere døsig. Der var ikke råd til aircondition i kontorerne. Catarina<sup>13</sup> følte sig usynlig. “Og sådan sad vi, stængt inde i et skab og ventede på, at den blev fem”, skrev jeg efterfølgende i en beretning, som jeg kaldte “El mirador del Tajo” (‘Udsigten til Tajo’).



”AT VIDE OG AT GØRE ER TO  
NÆRT FORBUNDNE TING, OG DET  
ER UMULIGT AT SKRIVE OM DEN  
ENE UDEN AT OVERVEJE DEN  
ANDEN.”<sup>12</sup>

Jeg formoder, at ledelsen mente, det ville være en skændsel, hvis museets brugere så, at personalet var i haven. Det ville være som at være i en zoo, hvor man blander arter, der ikke passer sammen. Historien fik mig til at tænke på rummets betydning og på, hvad der er de optimale arbejdsvilkår for at man kan koncentrere sig, for at man har det behageligt og for at have muligheden for at vågne op, som når man har brug for at gå på en café for at skrive en artikel eller spadsere en tur for at få følelsen tilbage i bagdelen. Jeg mener, at det ville være mere lønsomt for alle at tilbyde medarbejderne andre forhold at være i, konkret og mentalt. Hvis folk er glade for at skrive i haven... Hvis vi har brug for en spadseretur for at få tænkt færdig omkring den overskrift... Til tider kan det være meget bedre at frigøre sig fra endeløse sessioner med brainstorming, som efterlader os alle øre og kører i ring.

Et andet eksempel er renoveringen af Barcelonas Maritime Museum. I den forbindelse blev der afholdt en offentlig arkitektkonkurrence, hvor der skulle præsenteres forskellige forslag. Jeg blev inviteret til at deltage i et arrangement med nogle ‘top’-folk – hermed mener jeg reklamefolk, kreative sjæle, managere inden for musik og personer inden for marketing, fra hele Europa. Vi skulle gennemføre en brainstorming og skabe et nyt grundlag for forslaget til et nyt museum. De behandlede et museumsprojekt, som om det var en annonce for eller udvikling af et nyt produkt. Efter en masse tænkning i en glassal – som på mit sprog hedder et akvarium – kom man frem til at foreslå de samme temaer, som formidlingsafdelingen var kommet frem til, for hvilken jeg var konsulent nogle år forinden. Derfor kendte jeg deres linjer og politikker. Ingen havde taget udgangspunkt i dét. De kreative mennesker her tænkte aldrig, at nøglen til det hele ligger i den pædagogiske diskurs.

Jeg har været på konferencer, hvor vi aldrig nåede at gå en tur ned på stranden eller nåede at gå over torvet, fordi vi skulle være velstrukturerede og sidde og lytte eller ‘tænke’ og kun følge en logocentrisk arbejdsstil.

## KREATIVE FELTER

I den ikke-katolske skole, som jeg gik på, begyndte vi dagen med at læse litteratur. Bare i 30 minutter. Nogle begyndte dagen ude i det fri og uden at det var tilsigtet, gav det os et pusterum i forhold til de krav og den indsats, som det at lære er for alle. Endelig kan jeg genoptage den rutine, men nu som noget centralt i mit liv. I årevis var jeg ikke opmærksom på, at litteraturen hjalp mig med at slippe mine byrder og bekymringer, og den hjalp mig til at kunne arbejde på en mere naturlig måde. For andre kan det være et andet kreativt felt.

Som medarbejder på et museum, ville det glæde mig at have mulighed for i min arbejdstid at bevæge mig i en kreativ verden uden at tænke på, at det kunne være en usikker stilling. Jeg tror, at man ville vinde flere kræfter og mere fleksibilitet, mindre angst for ikke at være klar til tiden eller den surhed, det giver en altid at være under pres fra tallene eller for at skulle behage. Så meget, at man ville kunne dokumentere ændringerne i humøret, i engagementet og ordenen i museernes diskurs.

En anden mulighed kunne være at lære af den kreative tid, hvor man absorberer alt: fra sanserne, fra aktiviteterne, spørgsmålstegnene i slutningen af en sætning, subtiliteten i det ubekvemme eller det ubekymrede og alle de indtryk, som man møder uden rigtig at møde dem. Vi taler om dage, hvor du førhen følte et sviende pres fra kontrollen og kravet om perfektion. Et udstillingslokale der er klar til brugerne. Et formidlingsprogram der skal omsættes til en uendelig række formidlingsarrangementer, som kredser om det samme. Et formidlingsprogram, hvor du lytter til det dybsindige i det intuitive.

## GENNEM GLØDER GIVER DE ÆLDSTE OG STÆRKESTE TRÆER PLADS FOR DE MINDSTE OG SVAGESTE. SÅDAN REGENERERES SKOVEN.

På museerne har man ofte fornemmelsen af, at man ikke rigtig ved, hvad en læringsproces er, hvilke forbindelser der er mellem institutionen, omverdenen og nuet, eller hvordan man skal finde og udfylde sin plads i verden.<sup>14</sup> For bell hooks er den ‘radikale åbning’ en vej til nye lærings- og vidensperspektiver, der udforsker vores måde at tænke på. Med et citat af Judith Simmer-Brown fremfører bell hooks, at en måde at opponere mod en autoritær pædagogik – hvor læring forstås ud fra resultater og konstans – er at begynde at lære af usikkerheden og tvetydigheden og ikke tage nogen teorier eller begreber for holdbare. At lægge større vægt på undersøgelsen af processen og lade sig lede af det, man ikke ved, uden at forfalde til falsk ‘styring’ – undertiden udtalt – af funktionæren, kunstneren eller den tekst, der udstilles, eller orkestrering af opstillingen som det eneste formulerede.



At brænde det gamle for at positionere sig på ny og dermed give plads til idéer, strategier, metoder og ressourcer, som ikke påvirker stedets økologi. Hvis vi tænker, at "et publikum er en ren form for relationalitet med det ukendte"<sup>15</sup>, med hvilket man har visse kulturelle forventninger og et vist, manifest, syn på verden, til fælles, vil det være interessant med en analyse af, hvordan vi griber uenigheden an i museumssektoren. Læring kommer ikke af formidlingsstrukturalisme og heller ikke af kritisk konstruktivisme. I den forbindelse bidrager Warner med en interessant pointe:

"ET PUBLIKUM ER TILSYNELADENDE ÅBENT FOR DET UDEFINEREREDE OG UKENDTE AF ENHVER ART, MEN I VIRKELIGHEDEN SKER DER EN UDVÆLGELSESPROCES AF HVEM DER ER INKLUDEREDE Gennem UHÅNDGRIBELIGE UDVEKSLINGER AF FÆLLES KRITERIER FOR DET SOCIALE RUM, VANER, INTERESSER, EMNER OG GENERATIONSREFERENCER." <sup>16</sup>

Elizabeth Ellsworth mener, at der i enhver formidlingsaktivitet bør skabes noget nyt, for vi taler om møder med individer i bevægelse – individer som ikke slår sig til tåls med det, vi ved.<sup>17</sup> I bogen *Alas Críticas. Mediación Museística en España* fandt jeg nogle artikler af formidlingsmedarbejdere, der præsenterede temaer, som ikke ligefrem var konventionelle.<sup>18</sup> Hvis du ønsker at ændre den pædagogiske praksis, er det nødvendigt at begynde med at ændre dig selv, for det personlige er politisk. Du kan være bevidst om, at du selv, i din stilling som kulturproducent, har ansvaret for at se dig selv udefra, at frigøre dig og være i konstant flow uden at antage de konventionelle normer. Det er vigtigt at få øjnene op for, hvor partisk et syn du og derfor også de andre personer, som du er sammen med, eller som er på samme sted, har på tingene, for der er en politik for det personlige. Det er at bringe det, vi laver, ned på jorden. Det er at stille op i grænselandet. Det er at vænne sig til at lytte med det øre, som intet høre.

Det vil være interessant med et formidlingsarkiv, hvor man dokumenterer eksperternes praksisser, for at udpege forskellene og ikke lighederne, for at skabe en versionskultur. Det vil desuden være interessant at dokumentere relationen med brugerne ud fra, hvordan de tager del i og kender museets indre processer. Det vil sige, hvordan museerne involvere den viden, brugerne kommer med. Brugere har nogle særlige kompetencer, fx kan man udvikle improviserende samtaleaktiviteter, hvor man kan dele det, der foregår på museet. Det kan fx være at sammenligne en konserveringsproces med en madlavningsproces, sammenligne nogle af processerne omkring udgivelse af et katalog med at danse tango, sammenligne processen omkring dialogen med brugerne med det at danse osv. Det indebærer at invitere brugerne med til at udvikle nye kreative måder at eksperimentere med formaterne på.

### KARBAD MED HAVSALT ÆNDRER KROPPENS OSMOSE

Hvis vi ønsker en museumspraksis, som er kompatibel med et bæredygtigt menneskeliv, er det nødvendigt at arbejde med balancen mellem for meget og for lidt. Det gælder ikke bare på det personlige plan, men også på et strukturelt og systemisk niveau. Hvis vi ønsker, at erhvervet skal være i balance med vores omgivelser – det organisatoriske omkring udstillingerne, tilstrømningen af forskellige borgere med interesse i at deltage i vores programmer, målsætningerne på lang sigt – er umådeholdenhed den dårligste partner. Umådeholdenhed, eller overforbrug, genererer knaphed, knapheden genererer meningsløshed og meningsløsheden genererer angst for at miste noget og til afstandtagen, og følelsen af at være fortabt genererer turbulens. Turbulensen genererer svingende stemninger, og de svingende stemnin-



MUSEUMSDISKURSEN ER HØJTRAVENDE OG SELVHØJTIDELIG.  
UD MED GIFTSTOFFERNE.  
TEMPO HÆMMER TÆNKNINGEN.  
NEDTONE FORVENTNINGERNE.  
ARBEJDE MED SINE EGNE FEJL.  
ZEN OG TØMNING.

ger genererer manglende forbindelse til organismen, og til hvem vi er, og samtidig forcerer vi det hele. Man begynder at forcere deadlines, det daglige arbejde og den sociale mætning, følelserne, selvom det virker som om disse ikke er involveret, og at det vil kunne skabe afstand mellem den organisatoriske krop, den enkelte person og medarbejdergrupperne. Overforbruget genererer spild af energi – og også knaphed.

Bogen *Voices with Critical Wings. Museum Mediators in Spain*, som er udgivet i forbindelse med det europæiske projekt *Museum Mediators*<sup>19</sup>, opstod som forskning, der skulle undersøge konflikter og paradokser i museumsformidling:

“I løbet af de år, hvor vi har arbejdet som formidlere på forskellige museer, har vi kæmpet med at udtænke museumsformidling på en anden måde; at indføre langsigtede læringspolitikker på centrene; arbejdsdynamik baseret på samarbejde med lokalsamfund; kritiske tilgange til museologi; nye pædagogiske metoder osv. Vi har også kæmpet for at give jobbet værdighed og få det fagligt anerkendt som et intellektuelt job, der bør have den samme erhvervsmæssige stabilitet som andre arbejdsområder har inden for disse institutioner.”<sup>20</sup>

Når der er for meget arbejde, som man ikke kan nå, hverken inden for den daglige arbejdstid eller ved at udskyde det til de næste uger eller måneder, opstår der for megen vrede, uro, angst, fordi alt haster, og der ikke er tid. Hvis der ikke er tid til, at processerne og relationerne med brugerne bliver frugtbare, opstår der mismod, fordi du har følelsen af, at du ikke kan styre processen, at alt skal ske lige på stedet, og du tænker heller ikke, at det undertiden er bedre at så et frø i feltet og vente og håbe eller at tilpasse sig, for at der næste år kommer noget frem. Som oliventræer, der giver frugt hvert andet år.

“I løbet af mine mange år i dette fag har jeg bemærket, at alt, hvad der læres i det formelle uddannelsessystem, er noget, der er sikkert. Mine pædagogiske udfordringer omfatter altid legen med det usikre, frustration, skiftende forhold, det der falder uden for reglerne, kreativitet og fantasi. Og det koster dyrt. I formel uddannelse er der ikke plads til tvetydighed. Det er en del af mit daglige arbejde at nedbryde barrierer og anden dybt rodfæstet modstand. Jeg forsøger at give de nødvendige værktøjer til at opbygge betydninger frem for kunstneriske virkeligheder, for derved at skabe nye fortællende virkeligheder, der skaber afstand mellem os og det hegemoniske og universelle.

Jeg tror ikke på bekræftende diskurser eller neutrale hensigter. Dette er til trods for, at alt i vores samfund peger på, at der ikke findes noget, der er 'uproblematisk'. Desuden ser det ud til, at andre tænker for os, og dette er tydeligvis også tilfældet inden for uddannelse. Derfor mener jeg, at alt bør analyseres kritisk, så vi kan blive til tænkende, ansvarlige individer med vores egne idéer, som vi kan dele med andre. I mit tværfaglige arbejde gør jeg en overmenneskelig indsats, for at vores studerende kan blive til selvstændige borgere, der kan tænke kreativt og kritisk. Alt er vigtigt, alt er tilladeligt, alt, hvad der kan læres, kan aflæres, og man kan starte forfra."<sup>21</sup>

Hvis alle mener, de har for meget ansvar, eller der er nogen, som mener, det ikke er umagen værd, så mangler systemet balance, nogen giver for meget, og andre modtager for meget. Og så ved du tilmed ikke, hvem det er, for alle skjuler noget.

Det er klart, at ikke alt er, som jeg har beskrevet det her. Der er også kartofler, der har to øjne, eller sten fra floden, som har form af fugle. For at ændre kroppens osmose må man hellere tage karbad med havsalt. Hvis dine øjne gør ondt, fordi alt er for centreret, en hvid målskive med sort centrum, så har du brug for en chokbehandling og berøre ru teksturer eller bare dække væggene med dine fotografier. Ikke alle i professionen har samme tankegang eller er tilpasset én enkelt måde at arbejde på. Hvis du er visuel og den forbindende type, er du ved at dø i neutrale rum, hvis du er rumlig og volumetrisk bevidst, dør du på et sted, der altid er sterilt, hvis du er den stille og excentriske type, dør du på et sted med mange stimuli, og så fremdeles. Sommetider er det mere bekvemt ikke at tænke på det ergonomiske på arbejdet, ud over et godt industrielt design. Det samme gælder brugerne. Jeg mener, det er et spørgsmål om at manøvrere i situationen, om at udforske den.

FEMINISME ER EN GLÆDENS KULTUR

... YDMYGE OPLEVELSER ...

FEMINISME ... EN FÆLLES KRITISK

OG KREATIV INDSATS ... AT VÆRE I

OPPOSITION UDEN AT VÆRE NEGATIV.<sup>22</sup>

## HISTORIER KAN ALTID FORTÆLLES PÅ EN ANDEN MÅDE

For mig har begrebet: at være performer altid været en hjælp til at tænke over, hvordan aktiviteter kan produceres på en anden måde, på kritiske og refleksive måder. At identificere de tillærte diskurser, se sig selv udefra, kæmpe med den manglende historieforståelse, se det antagonistiske i køns- og racediskurserne og ikke altid at ville lukke historien på cirkulært plan samt tage højde for magtrelationer og for din egen magt. Performance er aldrig bare en enkelt ting, ej heller er det den samme ting to gange, den forandrer sig altid, for der kommer også en publikumskontekst eller elementer fra det sted, hvor aktiviteten foregår.

Måske er det relevant at undersøge, hvad det er at gøre tingene dårligt. Det vil sige at dele fejlene i det daglige arbejde i museumsorganisationen med andre fagfolk eller med andre lokale fællesskaber, for at også brugerne bemærker, at der ikke kun er én model. Eller man kan eksperimentere med hybrider, når der skal udvikles drejebøger for udstillinger eller programmer for museets brugere: Hvorfor ikke skrive en expo, som om det var et teaterstykke? Eller et besøg, som om det var en madopskrift?

Alt, selvfølgelig, i forskellige versioner. Så sker der måske noget mere.

HAN STRÆBER, SOM ALTID, EFTER DET  
PERFEKTE, OG FORDI HAN SPILLER OG  
LYTTER MED SÅ DYB KONCENTRATION,  
BEMÆRKER HAN IKKE KULDEN I  
KÆLDEREN, SOM HAN TROEDE, AT HAN  
VILLE, OG HANS FINGRE FØLES HURTIGE  
OG SMIDIGE.<sup>23</sup>



## VINGER OG INGEN FALSK FORLORENHED VINGER OG IKKE EN SMUK PARYK

Jeg er i gang med en transformationsproces på det personlige og faglige plan. Det er en positiv udvikling, der frigør mig fra mange stivnede opfattelser, der igennem lang tid har hobet sig op, og til at trække mig fra en mængde opgaver, hvor den ene har ført den anden med sig. Jeg brugte alt for meget energi på at finde balancen i det. Jeg er i gang med at transformere det, som ligger i det forlorne, det kunstige, maskeraden<sup>24</sup>, og i symmetrien mellem mine to kropsdele, mellem min krop og min hjerne. Jeg opdager, at der ikke er så langt til vingerne. Inden for Iyengaryoga anser man armhulerne for at være adgangen til sjælens vinduer. Så jeg gør også en fysisk indsats, der på samme tid er åndelig. Man åbner solar plexus og får følelsen tilbage i musklerne. De postfeministiske idéer hjalp mig med at vænne mig til min egen bæredygtighed – til at tage mig bedre af mig selv og have indføling, og lade mig rive med og give slip, selvom jeg ikke er sikker på, hvad den bedste retning er. Jeg tillader mig at ramme ved siden af – i den dobbelte betydning af at kunne begå fejltagelser og at flimre – at strejfe.



## BIBLIOGRAFI

Burns, Diana.; Walker, Melanie (2005) "Feminist Methodologies". I: Somekh, Bridget; Lewin, Cathy (eds.) (2005) *Research Methods in the Social Sciences*. Londres. Nueva Delhi: Thousand Oaks.

Ellsworth, Elizabeth (2005b) *Places of Learning. Media. Architecture. Pedagogy*. Londres y Nueva York: Routledge.

## NOTER

- 1 hooks, bell, 2001, *All about Love: New Visions*. New York. Harper Collins.
- 2 For mere information: se <http://www.museumsassociation.org/campaigns/sustainability/green-watch>, hentet 20. november 2014. Jeg betragter denne vision om bæredygtighed som økonomisk, social og miljømæssig som fremført af *The Museum Association* i England i 2008.
- 3 Conanglia, Mercè.; Soler, Jaume, 2003, *La ecología emocional*. Barcelona: Ed. Amat
- 4 Lispector, Clarice, 1987, *The Stream of Life*. Minneapolis: Minnesota Press.
- 5 Braidotti, Rosi, 2004, *Feminismo, Diferencia Sexual y Subjetividad Nómada*. Barcelona. Gedisa. Rosi Braidotti. *Nomadic Subjects: Embodiment and Sexual Difference in Contemporary Feminist Theory*. New York: Columbia University Press, 1994 og Ellsworth, Elizabeth, 2005, *Posiciones en la enseñanza. Diferencia, pedagogía y el poder de la direccionalidad*. Madrid: Akal. Ellsworth, Elizabeth, 1997, *Teaching Positions: Difference, pedagogy and the Power of Address*. New York: Teacher's College Press.
- 6 Suzuki, Shunryu, 2003, *No siempre será así. El camino de la transformación personal*. Barcelona: Oniro, p. 51.
- 7 Lispector, Clarice, 1987, *The Stream of Life*. Minneapolis: Minnesota Press.
- 8 Butler, Judith, 2004, *Undoing Gender*. New York: Routledge.
- 9 Elizabeth Bell, 2008, pp. 17f.
- 10 Angerer Marie Louise, 2009, "Performance y performatividad". I: Butin, Drawn; Hubertu (ed.) *Diccionario de conceptos de arte contemporáneo*. Madrid: Abada Editores, p. 181.
- 11 Det drejer sig om en tekst, der er udgivet før hans død. Mastai, Judith, 2007, "There is not such Thing as a Visitor". In: Pollock, Griselda; Zemans, Joyce (eds.) *Museums after Modernism. Strategies of Engagement*. Oxford, Inglaterra, Victoria: Australia: Blackwell Publishing, pp. 172-176.
- 12 Letherby, Gayle, 2003, *Feminist Research in Theory and Practice*. Buckingham, Philadelphia: Open University Press, p. 3.
- 13 Det er et opdigtet navn for at opretholde kvindens anonymitet.
- 14 hooks, bell, 2003, *Teaching Community. A Pedagogy of Hope*. Nueva York y Londres: Routledge.
- 15 Warner, 2008, p. 23.
- 16 Warner, 2007, p. 69.
- 17 Elizabeth Ellsworth, 2005 og Ellsworth, Elizabeth, 2011, "The Wicked Problem of Pedagogy, An Afterword." *Trans. Array Learning Through Digital Media- Experiments in Technology and Pedagogy*. R. Trebor Scholz. 2011. New York: The Institute for Distributed Creativity, 305-311. Print. <<http://learningthroughdigitalmedia.net/the-wicked-problemo-f-pedagogy-an-afterword>>.
- 18 Padró, Carla, 2014, *Critical Wings. Museum Mediation in Spain*, forskning udført takket være af European Project Museum Mediators, 2012-12014, [www.museummediators.eu](http://www.museummediators.eu)
- 19 Det europæiske projekt *Museum Mediators, Comenius- Grundvig. Program for livslang læring*, 2012-14, [www.museummediators.eu](http://www.museummediators.eu)
- 20 Amparo Moroño, "Inhabiting the Third Landscape". In: Padró, C. *Voices with Critical Wings Museum Mediation in Spain, 2014*.
- 21 Eva Alcaide, "Museum Educators. A Profession at Ground Level". In: Padró, C. *Voices with Critical Wings. Museum Mediation in Spain, 2014*.
- 22 "Rosi Braidotti met Pussy Riot in Oslo", May 2014, [www.rosibraidotti.com](http://www.rosibraidotti.com), retrieved November 18th, 2014.
- 23 Tremain, Rose, 2000, *Music & Silence*. Londres: Vintage Books.
- 24 Maskerade er et begreb defineret af psykoanalytikerens Joan Rivière i 1929 med en bog, der bærer titlen *Kvindelighed som maskerade*, hvor hun fremfører, at intellektuelle kvinder, som betragtedes som alt for maskuline af det patriarkalske system, ofte, og for at forsvare sig mod mulige repressalier, griber til at maskere deres adfærd bag nogle ekstremt feminine manerer. På den måde undgår de at virke truende og at blive straffet. Desuden anfører denne forfatter, at kønnet er noget man gør, og derfor har nogle postfeminister draget hende frem igen. For mere information: se Amigot, Patricia, 2007, "Joan Rivière, la mascarada y la disolución de la esencia femenina". *Athenea Digital*, 011, pp. 209-218.





# MUSEUMSFUSION OG BRUGERDRETVET TRANSFORMATION

INGEBORG SVENNEVIG

&

ESKIL VAGN OLSEN

De Kulturhistoriske Museer i Holstebro Kommune og Museum Vestsjælland er nyligt fusionerede museer. Hvor førstnævnte i dag er resultatet af tre museers anstrengelser, udgør sidstnævnte en fusion af ikke færre end fem museer i seks kommuner med i alt 11 besøgssteder. For begge museer gælder det, at det er en udfordring for dem at få indsamlet tilstrækkeligt besvarede spørgeskemaer til Brugerundersøgelsen. Samtidig supplerer de med kvalitative undersøgelser, som sammen med en række andre tiltag, giver museerne nyttig viden. Såvel i øst som i vest betyder den nye viden, at fundamentet er skabt til en mere offensiv og proaktiv anvendelse af brugerundersøgelser.

# MUSEUMSFUSION OG BRUGERDRETVET TRANSFORMATION

De Kulturhistoriske Museer i Holstebro Kommune<sup>1</sup> var tidligere selvstændige og meget forskellige museer i kommunen. Museum Vestsjælland<sup>2</sup> er på sin side en sammensmeltning af ikke færre end seks kommuners statsanerkendte kulturhistoriske museer. Til gengæld ligner disse museer mere hinanden. I de fleste henseender er de to museer ulige børn. Det afspejler sig i vurderingen af museernes strategiske satsninger og udviklingsperspektiver med udgangspunkt i de brugerundersøgelser, der er blevet gennemført. Det har stor betydning, hvordan vi anskuer brugerundersøgelser på vores museer. Brugerundersøgelser kan være gode nok, hvis tilstrækkeligt mange brugere vel at mærke gider være med.

## KRITISK MASSE I ØST OG VEST

Fusionerne, der begge har et par år på bagen, har rent organisatorisk været en krævende opgave i såvel Holstebro som Vestsjælland, men nu begynder vi på museerne at kunne høste gevinsterne. Med hensyn til Brugerundersøgelsen er problemet fortsat kritisk masse. Undersøgelserne er tilrettelagt som undersøgelser af de enkelte afdelinger, og det har fusionerne ikke ændret på, så derfor er det fortsat en udfordring at opnå et tilstrækkeligt antal besvarelser for de enkelte afdelinger til at opnå mere valide data. Men den store gevinst ved fusionen i forhold til Brugerundersøgelsen er slet ikke højere svarkvotienter, men muligheden for en mere vedvarende og strategisk handling på de resultater, Brugerundersøgelsen giver. Et langt stykke hen ad vejen er brugerundersøgelser og analyser ikke nogen "aha-oplevelse", for mange af tingene ved vi jo godt i forvejen. Alligevel har det stor betydning, at vi får sat lys på tingene. Vores fokus og opmærksomhed bliver anderledes skarp på den måde, fordi brugerundersøgelserne minder os om virkeligheden.

## FORSKELLE OG LIGHEDER I VESTSJÆLLAND

Museum Vestsjælland består af seks kulturhistoriske museer og et kunstmuseum med tilsammen 11 besøgssteder. Før fusionen var Odsherreds Kunstmuseum ikke et statsanerkendt museum og har derfor ikke deltaget i Brugerundersøgelsen. Der er kun gennemført undersøgelser på de større bemandede besøgssteder, der alle er kulturhistoriske museer. Derfor er der også mange ligheder mellem undersøgelsesresultaterne fra de enkelte museer, men der er også forskelle. Kalundborg Museum, Holbæk Museum, Sorø Museum og Ringsted Museum og Arkiv har med nogen variation samme profiler for den typiske museumsbruger som på ethvert kulturhistorisk museum – nemlig en dansk kvinde i slutningen 50'erne med en mellemlang eller lang videregående uddannelse. Derimod har brugerne på Slagelse Museum en større andel af mænd i forhold til gennemsnittet i Museum Vestsjælland. Det hænger givetvis sammen med udstillingerne, der i Slagelse primært omhandler handel, håndværk og industri, med fokus på værktøj og maskiner.

I Odsherred, der rummer landets største sommerhusområde, er andelen af brugere med bopæl udenfor kommunen ikke overraskende markant højere end Brugerundersøgelsens landsgennemsnit. Samtidig er det ubetinget også den afdeling i Museum Vestsjælland, der har besøg af flest udenlandske turister. Det hænger naturligvis også sammen med, at Odsherred er et sommerhusområde, men det er også tankevækkende, at Odsherreds Museum er den eneste afdeling i Museum Vestsjælland, der konsekvent har oversat alle tekster i den permanente udstilling til engelsk og tysk. Selvom der ikke er det samme turismegrundlag i de øvrige museumsafdelinger, ville andelen af udenlandske turister sandsynligvis kunne øges, hvis museerne begyndte at formidle udstillingerne på et sprog, de udenlandske brugere kan forstå.

## MOTIVATIONSFAKTOREN ER VIGTIG

Et af de elementer i Brugerundersøgelsen, der har stor interesse for os i Vestsjælland er den del af undersøgelsen, der fokuserer på brugernes motivation- og læringsadfærd. Her får vi et indblik i, hvad brugerne efterspørger. Nogle brugere kommer stort set altid med samme motivation, mens andre kommer med forskellige motiver fra gang til gang. Det er ikke mindst her, vi vurderer, at vi kan finde et nyt vækstlag de kommende år. Populært beskrevet kan man sige, at vi på baggrund af Brugerundersøgelsen forsøger at finde ud af, hvad brugerne vil have. Om folk kommer som for eksempel 'vært', 'vedhæng' eller 'videbegærlig' har betydning for, hvordan vi kan indrette både de fysiske rammer og indholdet.



## HVAD RAGER DET JER?

Mindre prangende er vores anvendelse af TNS Gallups kompassegmentering. Det har intet at gøre med, at det er et uinteressant værktøj – tværtimod. Problemet er blot, at vore brugere generelt ikke har lyst til at besvare spørgsmålene. Vore frontmedarbejdere meddeler samstemmende, at folk ikke rigtig kan forstå, hvad deres holdning til flygtninge har at gøre med deres museumsbesøg. De er også forbeholdne overfor flere af de andre spørgsmål og synes helt generelt, at det ikke rager andre, hvad de synes om mere eller mindre politiske og værdiladede spørgsmål. Samtidig kan vi ikke for alvor anvende resultaterne fra TNS Gallups kompassegmentering. Vi har ikke en størrelse eller en økonomi, der tillader en egentlig analyseafdeling, der, med udgangspunkt i data fra TNS Gallups kompassegmenter, kan målrette vores markedsføring efter de forskellige segmenter.

## TILFÆLDET THORSMINDE

I Holstebro Kommune forholder det sig ganske anderledes end i Vestsjælland, når det kommer til den aktive brug af Brugerundersøgelsen. Motivation- og læringsadfærdssiden har vi ikke rigtig glæde af, da de tre museer næsten er så forskellige, som de kan være. Til gengæld giver Brugerundersøgelsen os et værdifuldt indblik i, hvem vores brugere er, og hvor de kommer fra. Den fortæller os, hvordan de oplever vores udstillinger, og også hvor forskellige vores brugere er. Det er tydeligt, hvordan forskellige museer også tiltrækker et vidt forskelligt publikum. Hvor mønstret i Holstebro Museum er det klassiske med en overvægt af højtuddannede kvinder over 50 år, er Strandingsmuseet i Thorsminde karakteriseret ved, at der kommer lige så mange mænd som kvinder. Vi ved samtidig, at mændene er teknisk interesserede. Det er en sjælden gruppe på danske museer. Strandingsmuseum St. George er også karakteriseret ved, at der er en stor overvægt af brugere på ferie – og samtidig er cirka halvdelen af museets brugere udlændinge. Stik modsat forholder det sig med frilandsmuseet Hjerl Hede, hvor der ikke er mange udlændinge blandt brugerne. De kommer primært fra Danmark, og der er relativt få brugere på Hjerl Hede med en lang, videregående uddannelse. Alt i alt betyder forskellighederne, at det for os ikke giver mening at satse på en samlet, ensartet formidlings- og markedsføringsstrategi. Men det har givet os mulighed for at sammenligne brugere og formidlingsstrategier internt. Det giver et mere klart billede af, hvem man henvender sig til i sin formidling, når kollegaen på den anden adresse arbejder med en anden målgruppe. I Holstebro Kommune tror vi derfor på, at vi med årene vil blive skarpe og præcise, når vi henvender os til brugerne – på nettet, med markedsføringsmateriale og især i museumsrummet. Vi er der ikke endnu, men vi er på vej. En kollega, som er vant



til at henvende sig til en veluddannet, ældre bruger, kan blive mere bevidst om sin formidling, når han en dag skal have en ung mand med teknisk uddannelse i sine tanker, fordi han er med til at lave en udstilling på et andet museum med en anden kategori af brugere.

## VI VIL PRØVE DET SELV!

Brugerundersøgelsen har løbet i snart seks år. På de seks kulturhistoriske museer i Vestsjælland har det ofte været en kamp blot at opnå et antal besvarelser, der levede op til kravene for at kunne modtage de årlige rapporter. Museerne havde sjældent tid og kræfter til at handle målrettet på undersøgelsesresultaterne. Dog er der også før fusionen arbejdet konkret med Brugerundersøgelsens resultater.

Da den noget bedagede arkæologiske udstilling på Holbæk Museum stod til at skulle fornyes, tog museet for første gang for alvor fat i brugerne for at høre deres mening og ønsker, inden arbejdet med udstillingen blev planlagt. Museet havde, ligesom tendensen på landsplan, mange tilfredse ældre brugere og “scorede” som hovedparten af de kulturhistoriske museer lavt på spørgsmålet om ‘muligheden for aktiv deltagelse’. Derfor var ønsket en udstilling, der i langt højere grad henvendte sig til børn og unge og gerne indebar muligheden for en mere aktiv deltagelse end museets udstillinger generelt. Med udgangspunkt i resultaterne i Brugerundersøgelsen ansøgte og modtog museet i 2010 midler fra Kulturstyrelsen til en kvalitativ brugerundersøgelse. Undersøgelsen, der løb over et halvt år, blev gennemført i samarbejde med museets formidler og fagpersonale. Elever fra en 5. klasse, en gymnasieklasse samt udvalgte forældre og lærere deltog i undersøgelsen, som blev gennemført via interviews, museumsbesøg og workshops. Skønt der var forskellige holdninger til den konkrete udformning af udstillingen, var grundholdningen blandt deltagerne rimelig klar. De ville ikke se på økser og potteskår i glasmontrer. De ville høre mere om, hvordan arkæologerne arbejder. Det mest markante budskab lød: “Vi vil prøve det selv!”. Derudover kom der en række konkrete forslag fra brugerne, og museet fik gennem den kvalitative brugerundersøgelse en uvurderlig viden om ønsker og behov hos netop de målgrupper, man ønskede at henvende sig til med en ny arkæologisk udstilling. Resultatet blev “ArkæoLAB – arkæolog for en dag”, som museet efterfølgende fik rejst midler til at færdigudvikle og gennemføre. ArkæoLAB åbnede i februar 2013 og er ikke en egentlig udstilling, men et arkæologisk laboratorium, hvor brugerne kan snuse til arbejdet som arkæolog i felten og på kontoret. Udover visse begyndervanskeligheder med støvet fra de tre tons grus, der flittigt graves i, er ArkæoLAB blevet meget vel modtaget blandt brugerne.

## ER VI SÅ GODE NOK?

Generelt må vi sige, at brugerne ofte er meget høflige og positive i Brugerundersøgelsen. De er bestemt ikke nærige med otte- og ni-taller. Problemet er bare, at dét kan vi ikke bruge til ret meget. Derfor har vi på Museerne i Holstebro Kommune benyttet os af en række andre, supplerende tiltag omfattende såvel kvalitative brugerundersøgelser som kommercielle undersøgelser. Alexandra Institutet har gennemført en såkaldt attraktionsanalyse af Hjerl Hede. Analysen er finansieret af midler fra Kulturstyrelsens pulje til kvalitative brugerundersøgelser på museerne. Analysen afdækker på en kvalitativ måde brugernes oplevelser på museet – for eksempel, hvordan brugerne bevæger sig rundt på museet. Kan de overskue oplevelsen og finde frem til de ting, der interesserer dem? Vi fik desværre at vide, at brugerne har svært ved at finde rundt på museet. Analysen peger også på, at vi har et problem med museets huses små rum. Når medarbejderne eller en af de frivillige skal fortælle noget, er der ikke nok plads til alle brugerne, der måtte ønske at lytte med. Derfor arbejder vi med udvikling af levendegørelsen på frilandsmuseet, så flere aktiviteter flyttes uden for husene og i langt højere grad motiverer brugerne til at være med i aktiviteterne – og ikke kun bruge ørerne og øjnene.

## MAVEPUSTER

Attraktionsanalysen omfattede også nogle interviews med ikke-brugere. Det er jo altid en interessant kategori, især når man kan finde nogle, som falder indenfor museets målgruppe. En række mennesker på vej ud af Den Gamle By i Aarhus blev spurgt, om de havde tænkt sig at besøge Hjerl Hede fulgt op med et hvorfor/hvorfor ikke. Det gav os en lille mavepuster, fordi mange svarede, at der aldrig skete noget der. Her må vi så bare konkludere, at vi har et kommunikationsproblem, for der sker faktisk masser af nyt hvert eneste år.

På Strandingsmuseet har Alexandra Institutet gennemført en mindre attraktionsanalyse, som også gav lærerige oplysninger. Hvis vi betragter en familie med far, mor og børn, som besøger museet, er mønstret, at faren går rundt i museet, børnene går ind i legerummet, mens moren bliver i museets butik. De bevægelsesmønstre har givet stof til eftertanke, og da vi står foran at skulle ombygge museet, kan vi nu tage en bevidst beslutning, om vi synes, at det er helt fint med et adskilt børnerum eller, om vi skal gøre mere for at holde familien samlet ved for eksempel at placere legemulighederne spredt og i nærheden af, og med relevans til, udstillingens forskellige elementer.



## UNG MED DE UNGE

En følge af Brugerundersøgelsen er øget fokus på unge og deres manglende brug af museer. Den problemstilling er der også blevet arbejdet med på de fusionerede museer.

På Holstebro Museum har vi forsøgt at tiltrække unge med spil og ny teknologi. Vi har blandt andet udgivet et digitalt spil, “Jeg er arkæolog”<sup>3</sup>, som de unge kan spille i skolen som forberedelse til et museumsbesøg eller de kan spille spillet hos os på iPads. Til formålet har vi skabt et “slapperhjørne” med store sækkestole. Og det er tydeligt for os, at de unge føler sig hjemme med en iPad i en sækkestol!

Erfaringerne med den kvalitative brugerundersøgelse i Holbæk fik museet til at gå efter en gruppe unge, der var kraftigt underrepræsenterede blandt brugerne, nemlig unge

med en anden etnisk herkomst end dansk. Med en række relevante samarbejdspartnere udførte museet projektet "Holbæk Museum mere end nice", der med udgangspunkt i rap-workshops, breakdance og summercamp mundede ud i en udstilling om, med og af de unge, der efterfølgende blev ansat til selv at formidle udstillingen til brugerne.

Også i Odsherred blev der arbejdet med at gøre museet relevant for unge. Projektet "Landet – should I stay or should I go?" var et samarbejde mellem museum, teater og bibliotek. Ligesom i Holbæk blev "Landet" skabt med og af de unge, der fortalte deres egne historier. Projektet indeholdt både fokusgruppeinterviews, fotokonkurrence, videoptagelser, ungeambassadører i de enkelte lokalsamfund og en intensiv brug af sociale medier. Slutproduktet var en langt bedre viden om de unges liv, drømme og udfordringer, samt en udstilling med tilhørende forestilling, der tog fat på problemstillinger i de unges hverdag.

Projekterne i Holbæk og Odsherred viste, at når museerne virkelig prøver at møde de unge på deres egne præmisser og satser tid og ressourcer, er det også muligt at få dem i tale og vække deres interesse for at undersøge, hvad de kan bruge museerne til. Men problemet var begge steder at følge op på projekterne, holde fast i samarbejdet og fortsætte arbejdet. I en travl hverdag var det ikke muligt at fastholde kontakterne, så projekterne forblev punktnedslag. Men projekterne har ikke været forgæves. De har givet museerne en langt bedre viden om denne målgruppes ønsker og behov. Den viden kan komme i spil nu, hvor fusionen har givet museerne mulighed for fremover at arbejde mere målrettet med brugergrupper, herunder unge.

## ER DER RENT PÅ TOILETTET?

I den mere kommercielle retning har Frilandsmuseet Hjerl Hede i samarbejde med Danske Topattraktioner gennemført kvantitative brugerundersøgelser, der alene handler om tilfredsheden på et meget operationelt niveau. Brugere bliver ikke særligt overraskede over spørgsmålene, og de kan hurtigt gennemføre evalueringen elektronisk ved udgangen. Det betyder, at analysen har en langt højere svarprocent, end Brugerundersøgelsen – der er til gengæld ingen statistisk forsvarlig udvælgelse af svarpersonerne.

Undersøgelsen og metoden er udviklet af firmaet Shoptimizer, hvis formål fremgår af deres navn. Brugere bliver spurgt, om maden var god, toilettet var rent, og om de var glade undervejs på besøget. Alt sammen spørgsmål, som umiddelbart kan anvendes, når vi skal skabe en bedre oplevelse. Men også spørgsmål, som vanskeligt kan anvendes til langsigtet strategisk udvikling af et museum, hvis man ønsker at have brugerne med på råd, og det gør vi i både Vestsjælland og Vestjylland.

## EFTER FUSIONEN

Et af hovedargumenterne for museumsfusioner er at skabe mulighed for et bedre museum. Det skal ske i form af en fagligt stærk organisation, der kan leve op til de voksende myndighedskrav til museumsdrift, men i mindst lige så høj grad ved at skabe et bedre museum for brugerne. Begge museer har en ambition om at være museer for mange, og det kræver, at vi fastholder de mange tilfredse brugere, vi har i dag, samtidig med at vi får tiltrukket nye brugere og nye brugergrupper.

En af de ting vi har talt om på Museum Vestsjælland er, at vi vil lave udstillinger, som folk gider se. Tidligere har vi internt på museerne været gode til at bortforklare svigtende besøgstal til en bestemt aktivitet eller udstilling med udefrakommende faktorer, som for eksempel dårligt museumsvejr, manglende pressedækning eller sågar sammenfald med populære TV-programmer. Men en medvirkende årsag til manglende succes kunne jo også være, at vi i de konkrete tilfælde ikke har leveret det, brugerne efterspørger. Ofte har det været sådan, at når vi som museumsfolk producerede formidling, skete det ud fra vores egen formodning om, hvad brugerne efterspurgte. Hvis vi fremover vil lave mere og bedre museum for flere brugergrupper, kræver det også, at vi i langt højere grad får viden om, hvad de enkelte brugergrupper efterspørger. Her kan Brugerundersøgelsen være et vigtigt redskab, men den kan ikke stå alene.

## TYSKE BØRN I VIDEOBOKSEN

Vi har det meste af 2014 haft en videoboks på Holstebro Museum, hvor brugerne har kunnet indspille deres egne ønsker til fremtidens museum. Det har hidtil ikke været nogen succes, men det har alligevel været tankevækkende. Hovedparten af dem, der har leget med videoboksen, har været tyske ferie børn. De har indlysende ikke forstået meget af, hvad det handlede om, men de har været meget interesserede i at lege med videomediet. Det interessante er dels, at vi ikke – ifølge Brugerundersøgelsen – har mange tyske brugere, men hvis vi lavede statistik på videoboksen, så ville vi skulle indrette museet langt mere flersproget, end vi har det i dag. Og så kan vi også konkludere, at børn og unge fra alle egne drages af ny teknologi – også på et klassisk, kulturhistorisk museum.

Et forsøg med postkort, som brugerne kunne sende til os med gode ideer, har heller ikke været nogen stor succes. Vi lokkede med præmier, men fik reelt ikke noget seriøst, brugbart retur. Anderledes gik det med et borgermøde i Holstebro i september 2014, hvor vi fik en sund diskussion med en række borgere med et væld af ideer. Det svære er imidlertid, og det gælder også konsekvens-reaktioner på mange undersøgelser, at ønsker og ideer stritter i mange forskellige retninger. Her kunne man godt ønske sig en skarp analyseafdeling, som havde tid til at tolke på udsagnene. Når tiden

går efter et borgermøde eller en fokusgruppe, så står de pointer, som vi helst ville huske, tilbage – og så kan vi reagere i henhold til dem.

## BRUGERPANELER

Såvel i Vestjylland som Vestsjælland har vi den holdning, at der skal yderligere gang i den brugerdrevne udvikling. I Vestsjælland vil vi bygge videre på de gode erfaringer med kvalitative brugerundersøgelser, som vi også fremover vil benytte os af til afdækning af vores brugeres ønsker i forbindelse med specifikke indsatsområder. Udover det er vi lige nu i fuld gang med at nedsætte brugerpaneler, der skal hjælpe os med at skruer fremtidens udstillinger og aktiviteter sammen i takt og pagt med brugernes ønsker. Målet er naturligvis mange flere brugere, men vi er helt på det rene med, at det aldrig må udradere den faglighed og den autenticitet, der skal og må være grundstenen i det kulturhistoriske museum – også i fremtiden. Når vi tillægger brugerpanelerne så stor betydning for fremtiden, hænger det sammen med, at det forhåbentlig kan vise os vejen til alle dem, der ikke bruger os i dag. Selv den bedste brugerundersøgelse blandt museumsbrugere vil jo aldrig kunne afdække, hvorfor bestemte dele af befolkningen aldrig møder op på et museum. Samtidig må vi i vores iver efter at tiltrække nye brugergrupper ikke glemme alle de glade og tilfredse brugere, vi allerede har. Brugerpanelerne skal sammensættes med repræsentanter for både de traditionelle museumsbrugere og de grupper, vi gerne vil tiltrække flere af. Her kan TNS Gallup kompasssegmenter alligevel være nyttige, når vi skal udpege og finde frem til særligt de underrepræsenterede brugergrupper.

## FLYTTER BOKSEN

I Holstebro har vi heller ikke opgivet videoboksen som en kilde til brugerdrevne ideer til kvalitativ museumsudvikling. Til næste år forsøger vi at flytte boksen ud på ungdomsuddannelserne, fordi vi oplever, at de unge faktisk rigtigt godt kan se pointen i museerne. De kan være med til at give os den viden, vi skal bruge for at lave udstillinger, som også er til dem. Vi vil også forsøge os med videoboksen på biblioteket, hvor andre af de potentielle museumsbrugere kommer. Til sidst skal boksen til Bilka. Vores formål er at få input, som vi ikke selv kunne have fundet på at spørge efter.

Det er vores forventning, at vi ved hjælp af kvalitative brugerundersøgelser, brugerpaneler og samtaler får kvalificeret viden om brugernes behov og ønsker. Det giver mulighed for at skabe differentieret og målrettet formidling. Dermed kan vi skabe bedre og mere relevante museer for brugerne og øge vores besøgstal.



## NOTER

- 1 [www.kulmus.dk](http://www.kulmus.dk)
- 2 [www.vestmuseum.dk](http://www.vestmuseum.dk)
- 3 <http://www.historie-online.dk/nyt/holstebro-arkaeolog.htm>



# GENTÆNKNING AF FORTIDEN, NUTIDEN OG FREMTIDEN

- KUNST, STEDSANS  
OG SAMFUND

ALIA RAYYAN

**S**kal kunst forholde sig til socialt ansvar? Det er ikke et nyt spørgsmål, men er blevet adresseret af utallige ansete kunstnere og filosoffer. Jerusalem har aldrig været et nemt sted at leve, og efter den tiltagende uro og vold i 2014 er det nu værre end nogensinde før. Under disse omstændigheder er det at præsentere kunst underlagt visse regler og rammer - især når det drejer sig om en palæstinensisk organisation. For Al Hoash har det altid været vigtigt at forblive en del af samfundet i overensstemmelse med vores grundlæggende mål - at bevare og fremme kulturarv og kunst.

# GENTÆNKNING AF FORTIDEN, NUTIDEN OG FREMTIDEN - KUNST, STEDSANS OG SAMFUND

Siden den israelske adskillelsesmur blev bygget, har Jerusalem været isoleret fra sit eget naturlige bagland og frarøvet al økonomisk og kulturel udveksling med palæstinensere fra Vestbredden. De fleste af de palæstinensiske organisationer, der lå i Jerusalem, har flyttet deres kontorer til Ramallah for at sikre adgang for offentligheden.

Østjerusalem har været mål for politisk retorik, der fremhæver byens betydning for den palæstinensiske nationale sag, men virkeligheden ser helt anderledes ud. Det kulturelle og økonomiske liv er fortsat koncentreret i Ramallah, mens Jerusalem er blevet til en satellitby – ikke bare kulturelt, men også økonomisk og politisk, afskåret fra udvikling og omverdenen.

## AL HOASH

The Palestinian Art Court – Al Hoash blev etableret i 2004 i Jerusalem af en række kunstentusiaster og samlere. Deres mål var at skabe et fundament for et fremtidigt Palæstinensisk Kunstmuseum i Jerusalem, der skulle bevare og fremme palæstinensisk kunst og kulturarv. Det har ikke været en nem opgave at oprette et palæstinensisk kunstmuseum i Jerusalem, da det er helt afhængigt af eksterne kræfter og den politiske udvikling. Ikke desto mindre er det i årenes løb lykkedes Al Hoash at etablere sig som en vigtig kunstorganisation i Jerusalem, der organiserer mange kunstudstillinger med værker af palæstinensiske og internationale kunstnere. Al Hoash udgiver også en række værker om palæstinensisk kunst og palæstinensiske kunstnere, og tilbyder undervisningsforløb med workshops for unge, kvinder og børn.

Ti år senere er den politiske situation ikke blevet bedre, og palæstinenserne er stadig langt fra at opnå fuld anerkendelse, uafhængighed og lighed. I lyset af den fortsatte ødelæggelse af basale levevilkår og fragmenteringen af palæstinenserne liv inden for fastlagte besættelsesmønstre var det nødvendigt at tage Al Hoash's mål om bevaring

af kulturarv og kunst op til fornyet overvejelse. Hvad vil det sige at bevare kulturarv på et sted med så barsk en politisk virkelighed? Er det tilstrækkeligt at producere intellektuelt materiale og fremvise kunstværker i en hvid kasse i vores bestræbelser på at bevare viden og kulturarv for fremtidige generationer, så de kender deres identitet og oprindelse? Eller bør der foretages en bredere fortolkning af opgaven i lyset af den fortsatte forværring af forholdene? Hvilken opgave har en organisation i en sådan sammenhæng – omgivet af mennesker, der lider i håbløshed i et besat område?

## ET MUSEUM I ET KONFLIKTOMRÅDE

I betragtning af at Al Hoash ligger i Jerusalem, som meget tydeligt er et konfliktområde, kunne jeg ikke vælge at arbejde med et kunstsyn, hvor rammen er, at kunst eksisterer for kunstens skyld. Samtidig måtte jeg også anerkende en yngre generation af kunstnere og kunststuderendes behov for et organ, der repræsenterer deres interesser. Målet var at samle disse behov uden at miste Al Hoash's oprindelige fokus på bevaring af kunst og kulturarv.

Efter en del analyser og en vurdering af situationen besluttede vi i 2013 at indsnævre vores program og skærpe organisationens profil. I stedet for at forsøge at opfylde mange behov valgte vi at prioritere etableringen af forbindelser mellem de forskellige programmer.

## AT UDFORDRE FRYGT OG USIKKERHED I DET OFFENTLIGE RUM

En metode var at åbne stedet for større samspil og skabe et mødested for visuel kultur, kritisk tænkning og nyskabende formater. Vi ændrede vores udgangspunkt fra blot at være et servicecenter for kunstlere og bestræbte os på at blive et center, der kan inddrage offentligheden på en kreativ og medvirkende måde.

Blandt lokalbefolkningen og sociale foreninger i Jerusalem er der udbredt skepsis, frygt og modvillighed over for forandring og ethvert forsøg på at udfordre tingenes nuværende tilstand. Der er en tendens til, at folk begrænser sig til privatsfæren, der synes at være det eneste sted, hvor der er personlig frihed og sikkerhed. Der er en enorm frygt og usikkerhed på offentlige steder, og dette er naturligvis blevet værre i årenes løb på grund af besættelsen, men også på grund af øget konservatisme og religiøse diktater, der ser ud til at have svar på, hvordan man bevarer sin identitet og gør modstand mod tingenes tilstand. Der er behov for en gnist, der kan vække fællesskabet til live og styrke forsøg på at frigøre det palæstinensiske folk i Jerusalem fra deres passivitet.

En sammenligning mellem det palæstinensiske samfunds situation og kunstscenens afslører afstanden mellem dem. Den levende, internationalt forbundne kunstverden kan se tilbage på en udvikling i kvalitet, bl.a. i form af en kunstkanon. I dag har vi en række kunstorganisationer, fonde, museer og uddannelsesinstitutioner inden for billedkunst. Centrum for kulturel interaktion og udveksling er blevet flyttet til Ramallah.

Forbedringerne på kunstscenen har ikke haft nogen indvirkning på forholdet til samfundet; kunstens værdi anerkendes stadig ikke i samfundet. I stedet ser vi kunstnere, der typisk mister forbindelsen til deres lokalsamfund, og kunstcentre opfattes som eksklusive steder for de få udvalgte.

### AFSTAND MELLEML KUNSTNERE OG SAMFUND

Socialt engageret kunst har altid været en del af palæstinensiske kunstneres praksis, især fra slutningen af 1980'erne til slutningen af 1990'erne, en periode hvor solidariteten og de fælles interesser i den første Intifada samlede et samfund, der ikke længere var niveaudelt ud fra oprindelse eller faglig baggrund. Med Oslo-aftalen fra 1994 og den relativt øgede frihed i byer som Gaza og Ramallah var kunst ikke længere forbudt af besættelsesmagten, og den blev en del af en bevægelse, der skulle udvikle og etablere infrastruktur, uddannelse og borgerrettigheder.

Kunstorganisationer blev oprettet, og inspirerende kunstprojekter blev gennemført. Men siden da har samfundet oplevet mange skuffelser, bl.a. fra den palæstinensiske regering, fredsforhandlinger og den voksende dominans af nye kapitalstrukturer og regler. Problemstillingerne blev komplekse, og kunstnere følte, at deres mulighed for at skabe forandring blev taget fra dem. I stedet opdagede de en international scene for deres arbejde, hvor de kunne reflektere over problemerne derhjemme i håbet om at opnå anerkendelse og succes. Kunstnerne begyndte at fokusere på mikroniveauet, hvor deres personlige observationer, spørgsmål om individuelle rettigheder og en trang til større udtryksfrihed blev dominerende temaer. I dag er andelen af palæstinensiske kunstværker, der vises uden for landet, højere end nogensinde før, og færre og færre kunstnere kan eller ønsker at arbejde med lokalsamfundet.

I oktober 2014 indledte Al Hoash en diskussion blandt kunstnere, kuratorer og kunstorganisationer om den voksende afstand mellem kunstnere og samfund samt det gamle dilemma om en adskillelse mellem kunst for kunstens skyld og socialt engageret kunst. Selvfølgelig var der en frustration over, at socialt engageret kunst var ude af stand til at skabe forandring. Denne reaktion er forståelig, og den afspejler et udbredt fænomen i vores globaliserede verden, men den må ikke være den eneste reaktion.



## ALTERNATIVE FORMATER

Al Hoash har prioriteret at finde alternative formater for engageret kunst og involvering i offentlige rum med henblik på at støtte social forandring, der til gengæld tiltrækker både kunstnere og lokalsamfund. Det var vigtigt for os at opbygge et program, der fremmer kunst af høj kvalitet sammenholdt med et behov for at bringe nyt liv til lokalsamfundet og for at styrke identitet. Man kan finde kreative eksempler verden over. I 2013 blev vi præsenteret for alternative formater, der gik ud over de klassiske strukturer og vores forståelse af udadvendte projekter. 'The Cairo Lab for Urban Studies, Training and Environmental Research' (CLUSTER) samt erfaringerne fra det danske projekt 'Råderum', inspirerede os til at skabe en ny vision for vores arbejdsområde. Eksemplerne skal præsenteres for alle lokale deltagere, fællesskaber og kunstnere, hvis alle skal kunne forstå den positive langsigtede virkning for lokalsamfundet, identitet og følelsen af at høre til i en by.

I Jerusalem skal man have tilladelse til at samles eller afholde aktiviteter i offentlige rum. Kun den israelske kommune kan udstede sådanne tilladelser. En samling af mennesker kan nemt blive stemplet som en politisk aktivitet, og ansøgninger har kun en meget ringe chance for at blive godkendt. Manglen på en offentlig infrastruktur og offentlige rum i Østjerusalem – i sammenligning med byggerier i Vestjerusalem – begrænser mulighederne for at udvikle offentlig medvirken ud over de klassiske gadefester.

Når offentligheden, butiksejere og andre serviceleverandører blev spurgt, hvad de mente, man skulle prioritere for at bringe nyt liv til området, var de mest almindelige svar, at man skulle styrke økonomisk udvikling og velstand. Mens det er forståeligt, at økonomisk udvikling vil forbedre levestandarden, kan det ikke være en kunstorganisations opgave at opfylde dette ønske. Desuden tror jeg på, at positive tiltag til social forandring kun vil lykkes, hvis borgerne deltager. Kunst kan stimulere lokalsamfundet og skabe nye perspektiver og fornyelse samt udfordre det kendte miljø. Et vellykket program skal være designet som en balance mellem stimulering, udfordring og selvstændiggørelse.

## FORANDRING AF OFFENTLIGE RUM

I 2013 satte vi gang i vores indsats for at generobre en offentlig park for enden af vores vej, Zahra Street. Den lille park indeholder enkelte oliventræer, pletvise græsområder og en forsømt legeplads. Parken, der er omgivet af en gammel mur, har længe tiltrukket kriminelle og narkomaner efter mørkets frembrud, og den har fået så dårligt et ry, at lokalsamfundet helt er holdt op med at bruge den. Da der er mangel på offentlige rum i Østjerusalem, besluttede vi at generobre den eneste park, der findes i området. Vi valgte haven som et oplagt sted at introducere kvarteret for vores program om deltagelse i offentlige rum.

Vores første tiltag gik ud på at udfordre folks forståelse af haven og kunsten ved at involvere lokalsamfundet i fælles positive oplevelser. Ved siden af mindre lokalsamfundsaktiviteter var det afgørende for os, at vi kunne tiltrække familier og børn for at nedbryde den umiddelbare misforståelse. Derfor inviterede vi Den Palæstinensiske Cirkusskole til at besøge parken, hvor de organiserede workshops med kvarterets børn og selv optrådte. Denne begivenhed gjorde det triste område til en indbydende arena, fuld af kreativitet og glæde. Sideløbende arbejdede vi med sociale initiativer for at komme i kontakt med narkomanerne, da det aldrig var vores hensigt at jage dem væk, men snarere at få lokalsamfundet til at arbejde sammen med marginaliserede grupper og genintegrere dem i samfundet.

Det andet element var en række foredrag i parken, hvor der var plads til samfundsrelevante, sociokulturelle og politiske emner. Via disse foredrag berørte aktivister, fagfolk og akademikere emner, der var af offentlig interesse, hvilket var med til at fremme en forståelse af den konfliktfyldte situation i Jerusalem. Disse diskursive offentlige arenaer var det første skridt på vejen mod en generobring af det offentlige rum. De startede en debat om vigtigheden af at skabe et potentielt rum, hvor hver enkelt person i lokalsamfundet har ret til at involvere sig.

## KUNSTNERISKE TILTAG

Samtidig med disse lokale aktiviteter begyndte vi at involvere kunstnere i kunstneriske tiltag i parken. Den første begivenhed forvandlede parken til et eventyrland baseret på Kalila Wa Dimmna, en berømt samling af dyrefabler fra det 3. århundrede f.v.t., der fortrinsvis fandt sted i skoven. Denne dialog mellem kulturarv og folkeminder var en måde til at få naboerne til involvere sig og dele deres minder om haven, og historierne blev dokumenteret og anbragt i haven. Sideløbende blev en kunstbegivenhed gennemført, kurateret af forsker i urban planlægning og landskaber Yazid Anani, der bestod af videoer med vilde dyr, der blev sat sammen med optagelserne af lokalbefolkningens erindringer. Disse installationer blev udstillet og anbragt i parken blandt træer og grønne områder. Pludselig blev parken til et magisk sted, hvor besøgende blev indbudt til at slentre rundt og dvæle.

Siden blev flere kunsttiltag arrangeret, fx en offentlig picnic organiseret af kunstneren Jumana Aboud og en offentlig biografevent i haven organiseret af kunstneren Oraib Toukan. Via disse aktiviteter skabte vi et stærkt forhold til ungdomsklubber og foreninger i nabolaget og styrkede båndet mellem organisationen og lokalsamfundet. I løbet af denne proces lagde vi hele tiden vægt på, at forandring kun kunne opnås via synergier mellem alle de involverede parter. Folk har ofte tårnhøje forventninger, hvilket er i modstrid med det faktum, at forandring tager tid.





## ETABLERING AF PLATFORMEN

Samtidig med denne bevægelse fandt store forandringer sted hos Al Hoash. Al Hoash har til huse i en smuk gammel arabisk bygning med højt til lofterne, en veranda med smukt hvælvede vinduer ud mod gaden samt en mindre terrasse. Der er plads til, at huset kan anvendes for og af offentligheden på utallige måder.

Den tidligere veranda blev lavet om til det, der i dag kaldes Platformen, hvor vi kan holde møder og debatter midt i det offentlige kunstbibliotek og udstillingen af palæstinensisk design og produktion. En blanding af moderne og ældre indretning byder besøgende velkommen i et afslappet rum, hvor de kan opleve kunstgenstande af unge palæstinensiske kunstnere og designere, bladde i Al Hoash-publikationer og fordybe sig i vores kunstbibliotek. Man kan også købe plakater af palæstinensiske kunstværker, der tidligere har været udstillet. Rundt om det lange, smalle bord er det nemt at tale sammen, og forskere får plads til at studere eller afholde workshops. Vi har oplevet en omgående effekt: flere unge kunstnere finder vej til Al Hoash; medlemmer af lokal-samfundet mødes, og kunstnere kontakter os for at få deres arbejde udstillet. Dette er især vigtigt for unge palæstinensiske kunststuderene fra 1948-territorierne, der ikke har adgang til palæstinensiske ressourcer og mangler forbindelse til den palæstinensiske kunstscene på Vestbredden og i Gaza.

For at støtte lokalt kunsthåndværk tog vi tanken til os om at arbejde inden for det kreative erhverv, hvor vi forsøger at føre kunstnere sammen, der arbejder med traditionelt kunsthåndværk. Derved bliver den palæstinensiske produktion af kunstgenstande knyttet sammen med samtidskunst og -design og gør det muligt for kunstnerne at deltage i en bevægelse, der er blevet gennemført andre steder.

## SAMLERNES RUM

Drømmen om at etablere et palæstinensisk kunstmuseum er ikke blevet glemt. Al Hoash har undersøgt forskellige muligheder over en årrække og har skabt en vigtig debat omkring emnet museumskunst. Det har dog ikke været muligt at komme tættere på at gøre denne drøm til virkelighed. Der er utvivlsomt brug for at have et sted, hvor palæstinensisk kunsthistorie visuelt hukommelse kan præsenteres for samfundet. Klassiske eller mere konservative fortolkninger af kunstmuseers natur er lige så vigtige som de mere eksperimenterende og deltagerbaserede formater. Jeg tror på, at et samfund kun kan udvikle sine egne nye alternativer til konservative fortolkninger i lyset af oprindelige formater.



Med udgangspunkt i Al Hoashs begrænsninger og kapacitet fandt vi på at omdanne et rum til et 'kunstmuseum', hvor banebrydende palæstinensiske kunstnere og deres værker udstilles i en atmosfære, der genskaber stilen fra det klassiske kunstmuseum. Dette rum indeholder nu en permanent udstilling af palæstinensiske kunstværker udlånt af palæstinensiske kunstsamlere. Samlernes Rum åbner private samleres omfattende samlinger for offentligheden og bygger bro mellem grupper med forskellige baggrunde og interesser til gavn for både lokalsamfundet og kunsten.

## **VISUEL HUKOMMELSE**

Lidt mere end to rum er dermed til rådighed for skiftende udstillinger inden for emnerne visuel hukommelse, identitetsdannelse og historie. Dette ses aktuelt i en udstilling af palæstinensiske kunstnere fra Gaza, der trækker på visuel hukommelse og en gen-tænkning af fortiden, nutiden og fremtiden i kølvandet på den frygtelige krig i Gaza i sommeren 2014. Temaet vil blive videreført i den kommende fotoudstilling af den unge kunstner Nidaa Badwan fra Gaza, der holdt sig hjemme i mere end 100 dage som en slags protest mod den fortsatte vold, tabet af ytringsfrihed og håbløsheden. Resultatet er farverige selvportrætter af den unge kvinde, der var spærret inde bag sine private mure.

## **DEN ALTERNATIVE BY**

Set i et positivt lys har Al Hoash etableret sig i samfundet, men vi skulle først acceptere, at større synlighed og offentlighedens anerkendelse var tvingende nødvendigt. I vores jagt på en samarbejdspartner i Jerusalem, der kunne støtte vores behov, fandt vi frem til The Jerusalem Tourism Cluster, der tilbyder palæstinensiske initiativer for at fremme turismen i Jerusalem, og hvis mål stemmer overens med vores. Sammen formulerede vi et program for en alternativ by, der skulle forbinde Jerusalems Gamle Bydel med Zahra Street og dens omgivelser gennem kunstneriske og kulturelle events. Selvom vi ikke kan påtage os det enorme ansvar for at udvikle vores kvarters velstand, kan vi ikke blot se stiltiende til og ignorere den svære økonomiske situation, hvor folk kæmper for at tjene til livets ophold. Denne synergi stimulerer lokal støtte og filantropi, der er vigtige faktorer, der kan mindske afhængigheden af udenlandsk velgørenhed og bistand. Partnerskabet med turismesektoren og kulturen kan gavne begge parter. Det vil utvivlsomt øge antallet af besøgende i området og knytte forskellige kvarterer sammen. Derved skabes alternative turistoplevelser, der fremmer og beskytter borgernes interesser, også de marginaliserede grupper og dårligt stillede unge.

Vores Alternativ By-program inddrager andre landes oplevelser og tilpasser dem til vores egne omstændigheder. Social forandring kan kun opnås gennem langsigtede projekter, der udvikles gradvist og øger lokalsamfundets og kunstneres deltagelse. Dette omfatter erhvervsrettede tiltag og specialuddannelse af kunstnere. Der skal også skabes et centrum for lokale og internationale besøgende.

I denne sammenhæng inkluderer vi et kunstnerophold, og vi vil byde en kunstner fra henholdsvis Storbritannien og Danmark velkommen i 2015, der over en længere periode vil samarbejde med unge og lokalsamfundet samt med deres palæstinensiske kollegaer. Sammen vil de skabe kunststationer mellem Zahra Street og Den Gamle Bydel for at fremhæve glemte områder, engagere ungdommen i opdagelsen af det kreative erhverv og invitere lokale og internationale besøgende til at slentre mellem de to kvarterer.

## **KREATIVT OG OPFINDSOMT SAMSPIL**

Halvandet år senere kan vi se tilbage og føle os sikre på, at vi valgte den rigtige retning som svar på spørgsmålene i begyndelsen af denne artikel. Bevarelse af kulturarv og identitetsstyrkelse kræver en bredere fortolkning i konfliktramte områder. Kunsten kan ikke mindske virkningen af konflikter eller skabe en komfortzone, men den kan ikke desto mindre være en tilskyndelse til, at man gør plads til kreativt og opfindsomt samspil, der rækker ud over aktuelle begrænsninger og undertrykkelse. At sikre respekt for menneskers behov og at samarbejde med professionelle er vigtige værktøjer, der gør det muligt for projekter at vokse. Beslutningen om at begynde i nabolaget og at lade projektet udvikle sig gradvist – i trit med at folk involverer sig mere og mere i det offentlige rum og kunst – har vist sig at være den rigtige. Vi har taget det første kæmpestore skridt, og vi glæder os til at fortsætte den rejse, vi har påbegyndt, til trods for den konstante tilstand af politisk skuffelse.

# STEDSANS OG METAMORFOSER

4



# NATURHISTORISKE MUSEER VED ET VENDEPUNKT

HANNE STRAGER

**N**aturhistoriske museer befinder sig på et "tipping point". Hvis de ikke formår at forandre sig, risikerer de at blive overflødige og de naturhistoriske museers rolle og relevans er derfor til debat. En forudsætning for at museerne kan bidrage til samfundsudviklingen, og dermed være relevante for både børn og voksne borgere, er at de definerer og udvikler deres værdigrundlag.



# NATURHISTORISKE MUSEER VED ET VENDEPUNKT

I hundredvis af år har de naturhistoriske museer været højborg for udforskning af naturen og for indsamling og spredning af viden om livets opståen og udvikling, jordens biodiversitet og biologiske og geologiske ressourcer i verden. Det er emner, der i dag har en ny relevans; det handler ikke længere alene om at forstå og forklare verden. Det handler om at bidrage til at bevare Jorden, så vi og en række andre organismer kan fortsætte med at leve her.

Her kan naturhistoriske museer spille en helt unik rolle. Ikke alene findes der på alverdens museer den ekspertise, der skal til for at belyse og forstå komplicerede fænomener som global opvarmning og klimatisk betingede forandringer i miljøet, biodiversitetskriser, ressource- og fødevarerangel og truslen mod en række sårbare økosystemer som regnskove, koralrev og arktis. Samtidig råder de naturhistoriske museer også over ekspertisen til at formidle denne viden til et bredt publikum. Viden om og interesse for disse emner er forudsætningen for at borgerne i et samfund kan deltage i den politiske diskussion og dialog om fx klimaforandringer og biodiversitet. Det er forudsætningen for at skabe de forandringer, der er nødvendige for bæredygtig udvikling. Men konklusionen fra en konference om naturhistoriske museers rolle i 2013 på The Smithsonian var, at de naturhistoriske museer forspilder denne chance.<sup>1</sup>

## STEDER FOR BØRN

Når naturhistoriske museer ikke udfylder denne vigtige rolle i samfundet, hænger det sammen med det image, naturhistoriske museer har i offentligheden. Et stigende antal forskere og andre observatører af naturhistoriske museer påpeger, at naturhistoriske museer, og i mange tilfælde også de beslægtede institutioner som akvarier, science centre mm., mister relevansen for en stor del af borgerne, fordi de for ensidigt vælger at henvende sig til børn.

Således konkluderer John H. Falk m.fl. i en analyse af den uformelle læringssektor indenfor naturvidenskab i England.<sup>2</sup> Der er generelt få tilbud til voksne,

men hele sektorens image som et "sted for børn" truer de naturvidenskabelige institutioners levedygtighed og deres mulighed for at engagere voksne i naturvidenskabelige emner og problemstillinger. Den samme bekymring udtrykkes også i rapporten "Learning Science in Informal Environments".<sup>3</sup> Rapportens forfattere ser naturhistoriske museer og andre uformelle læringsinstitutioners image som steder for børn, som en afgørende forudsætning for, hvordan de bliver opfattet og brugt af voksne.

Flere studier fremhæver, at når voksne kommer på naturhistoriske museer er de ifølge med børn. Voksne kommer ikke fordi de selv søger viden.<sup>4</sup> Det er bl.a. også Charles F. Gunther konklusion i hans artikel "Museum-goers: Life Styles and Learning Characteristics". Her beskriver han, hvordan voksnes primære rolle på et naturhistorisk museum er at støtte børns besøg.<sup>5</sup>

## GENTÆNKNING AF DET NATURHISTORISKE MUSEUM

Et dansk studie viser, at bekymringen er velbegrundet. Det er ikke alene forskere og museumsansatte, der har øje for problematikken. Et stort flertal af de adspurgte i en undersøgelse mener at naturhistoriske museer – i skarp kontrast til kunstmuseer – hovedsageligt henvender sig til børn.<sup>6</sup> 80% af de interviewede i undersøgelsen mener, at naturhistoriske museer skal være steder, hvor man kan lære noget.

Men museernes image er ikke det eneste problem. Museernes aktiviteter og forskning er også ifølge mange observatører for lidt orienteret mod at håndtere miljømæssige udfordringer, som for eksempel uddøen af arter, klimaforandringer og menneskelige aktiviteter trussel mod biotoper og økosystemer. Direktøren for det naturhistoriske museum på universitetet i Kansas, Leonard Krishtalka, og hans kollega Philip Humphrey argumenterer for, at naturhistoriske museer hænger fast i det 19. århundredes tankegang, og at det kræver en fuldstændig omlægning af hele deres virke at blive i stand at være til nytte for samfundet.<sup>7</sup>

Flere har foreslået, at museernes viden om arter og arters levevis og distribution kan integreres med avancerede analyser af store databaser og store datasæt, og bruges til at lave bedre forudsigelser til brug for beslutningstagere.<sup>8</sup> Det handler ikke alene om arter og deres fordeling, men om at forstå hvordan store systemer fungerer sammen og påvirkes af andre faktorer, og det kræver en anden og mere tværfaglig tilgang til den viden, som på mange måder allerede er til stede i museerne.

## HVEM BRUGER DE NATURHISTORISKE MUSEER I DANMARK?

Naturhistoriske museer er meget forskellige. De stille sale med mineraler i gamle montrer og gulddrammede billeder af berømte danske geologer på Geologisk Museum, som er en afdeling under Statens Naturhistoriske Museum, står i skarp kontrast til det mylder af glade børn, der overværer et "show" på Naturama. Det er meget forskellige rammer, forskellige udstillings- og formidlingsformer og forskellige typer af brugere. Alligevel er der tilstrækkeligt, der binder disse museer sammen, til at de skiller sig ud.

Brugerundersøgelsen på de danske museer har givet ny viden om, hvem brugerne på danske naturhistoriske museer er, og den giver indsigt i, hvorfor de kommer. Brugere på naturhistoriske museer adskiller sig på flere områder fra brugere på andre museer. De er yngre, de kommer oftere i grupper og der er flere mænd end på andre museer. Den største gruppe af brugere befinder sig i alderskategorien 30 til 49 år. I Brugerundersøgelsen fra 2013 udgør denne gruppe 48%. Det er mere end dobbelt så meget som gruppen udgør på kunstmuseer, hvor den kun er på 21%.<sup>9</sup> Brugere kommer på et naturhistorisk museum sammen med andre. I Brugerundersøgelsen fra 2011 angav 77% af respondenterne på et naturhistorisk museum, at de kom i en gruppe, mod kun 48% af respondenterne på kunstmuseerne.<sup>10</sup> Mænd synes at foretrække de naturhistoriske museer frem for andre typer museer. De udgør 41%, hvilke er en større andel end på landets kunstmuseer, hvor mænd udgør 35% af brugerne.<sup>11</sup>

Det er også værd at hæfte sig ved, at mere end en tredjedel af brugerne kommer på museet for andres skyld. Enten for at være 'vært' for andre, typisk en rundviser, en forælder, en lærer, eller fordi de er 'vedhæng'. Det vil sige, at de besøger museet med en anden, som har valgt at gå på museum.<sup>12</sup> Brugerundersøgelsen i Danmark bekræfter med andre ord de observationer og tendenser som er udtrykt ovenfor.

Brugerundersøgelsen giver et overblik over, hvem der kommer på museerne. Men ikke alle brugergrupper er med i undersøgelsen. Respondenterne er brugere over 14 år. Børn, herunder skolegrupper, er dermed ikke omfattet af undersøgelsen. På Zoologisk Museum, som er Statens naturhistoriske Museums største afdeling, udgør skolegrupper omkring 30% af alle brugere. Derfor er det heller ikke underligt, at Zoologisk Museum og andre naturhistoriske museer bliver betragtet, som museer der primært er for børn.

## AT VÆRE RELEVANT FOR UNGE OG VOKSNE

Det er naturligvis et privilegium at tilhøre en museumskategori, som børn er glade for og hvor sale og gange hele tiden er fyldt med interesserede og glade børn. Samtidigt er det væsentligt at være opmærksom på de mulige konsekvenser et "børne-image" kan have for naturhistoriske museers muligheder for at deltage i og bidrage til den offentlige debat om store og væsentlige natur- og miljøspørgsmål. På Statens Naturhistoriske Museum er vi opmærksomme på problematikken om naturhistoriske museers image som "et sted der er godt for børn – men ikke så interessant for voksne". Det er årsagen til, at vi for omkring 10 år siden begyndte at realisere en strategi om også at være relevante og interessante for unge og voksne. I første omgang medførte strategien, at vi begyndte at ændre på form og indhold i vores udstillinger og den måde vi kommunikerede på. Et eksempel på det er udstillingen "Bionik", der åbnede i 2004. Udstillingen omhandler den måde som ingeniører, opfindere, arkitekter og designere finder inspiration og løsninger i naturen til udvikling af nye materialer, konstruktioner og design. Udstillingen medførte, at vi fik et øget besøg af voksne og studerende fra uddannelsessteder, fx design- og arkitektuddannelser, Danmarks Tekniske Universitet og tekniske skoler. Det er umiddelbart en succes, men vi lærte også at forandringer kommer langsomt. Da udstillingen lukkede forsvandt de nye brugere igen.

Vendepunktet kom i 2009, da vi i 200-året for Darwins fødsel åbnede en stor permanent udstilling om Darwin og evolutionsteorien. Samtidigt med åbningen af udstillingen lancerede vi en serie nye undervisningstilbud til gymnasieskolen, et web-site om evolution, i samarbejde med Institut for Tværkulturelle Studier ved Århus Universitet, vi udgav en populærvidenskabelig bog om Darwin og evolutionsteorien og en nyoversættelse af Darwins "On the Origin of Species". Den store satsning medførte 30% flere brugere end året før og forholdet voksne/børn ændrede sig fra 1.24 til 1.48.<sup>13</sup>

Museer kan og bør deltage i den offentlige debat og at bidrage med ny viden og information. Derfor kan undersøgelser af museers tilstedeværelse i offentlige medier også være et mål for museers relevans. En undersøgelse af danske mediers behandling af emnet evolution og Darwin i 2009 viser, at Statens Naturhistoriske Museum er medvirkende til at sætte evolution på dagsordenen i Darwin-året. Af de 180 artikler om Darwin og evolution i danske aviser i Darwin-året 2009 omtaler 44% museet. I Sverige, hvor det nationale naturhistoriske museum ikke havde lignende aktiviteter, blev 200-året markeret med et symposium for forskere. Til





sammenligning var antallet af avisartikler om evolution kun 68, hvoraf kun 6 af disse nævnte det svenske nationale naturhistoriske museum.<sup>14</sup>

Ulvens tilbagevenden i den danske natur er et andet eksempel på, at naturhistoriske museer kan spille en central rolle i samfundsdebatten. Naturhistorisk Museum i Århus er en central aktør, der både bidrager med information om nye iagttagelser og med skarpe indlæg om ulvens berettigelse i en i øvrigt forarmet dansk natur. Men det er stadig sjældent, at naturhistoriske museer er med til at skubbe til en debat eller bidrager til den offentlige debat om natur og miljø.

### AT BLIVE RELEVANT FOR ET HELT NYT PUBLIKUM

For at sætte museets viden i spil og formidle bedre om museets forskning og forskningsområder lancerede Statens Naturhistoriske Museum i 2009 "Vin og Videnskab", der er en ny type af arrangementer målrettet voksne brugere. Det klassiske naturvidenskabelige foredrag er erstattet af flere kortere indlæg, der belyser et emne fra forskellige vinkler. En aften indeholder tre til fem foredrag med talere fra forskellige fagområder. Det tværfaglige perspektiv på et emne er vigtigt, både fordi det skaber variation og dynamik, men også fordi det giver dybde og indsigt, når emnerne bliver belyst af forskellige fagligheder. Med vin og levende lys i smukke historiske rammer er stemningen ved arrangementerne festlig.

Foreløbige undersøgelser tyder på, at gæsterne til arrangementerne kommer sammen med andre og at det i høj grad er en social begivenhed. Nogle kommer med en ægtefælle, nogle med naboer, andre med en gruppe af venner. Alle kommer for at få viden, høre om aktuel forskning og aktuelle begivenheder, for at tale med eksperter og gå i dialog med dem. Arrangementerne er populære og selvom billetprisen er relativt høj, 110 kr. pr. person, er de fleste arrangementer udsolgt lang tid i forvejen. To af arrangementerne er tilbagevendende og meget populære. Det er den årlige Videnskabsgalla, hvor museets vigtigste opdagelser gennem året præsenteres og Nobelgallaen, hvor årets nobelpriser præsenteres af danske eksperter og kollegaer. Der kommer omkring 5.000 gæster om året til vores Vin og Videnskabsaftener. Foredragsholderne til arrangementerne er overvejende museets egne medarbejdere, men også fx eksperter fra universiteterne, journalister, debattører, naturfotografer, miljøforkæmpere, kunstnere og forfattere.

Museet har indenfor de seneste 10 år tiltrukket 4 grundforskningscentre, hvis forskning har medført nye muligheder for formidling af relevante og interessante problemstillinger for museets brugere. Grundforskningscentrene arbejder tvær-

fagligt og skaber helt nye forskningsfelter på museet. For eksempel anvender DNA-forsker Eske Willerslev museets samlinger til at besvare nye spørgsmål om menneskets vandringer på jorden, om uddøde dyrearter og om sammenhæng mellem klimaændringer og uddøen af arter.

### EN INDGANG FOR GYMNASIEELEVERNE TIL NATURVIDENSKAB OG FORSKNING

For 6 år siden deltog årligt omkring 200 gymnasieelever i undervisning på Statens Naturhistoriske Museum. Siden da er undervisningen blevet omlagt og en del af museets undervisningsprogram er blevet målrettet gymnasieskolen. Evolutionsudstillingen i 2009 omfattede undervisningstilbud til gymnasieskolen. Undervisningen blev gennemført af forskere og ph.d.-studerende, der fungerede som "brobyggere" til universitetsverdenen og forskningen. Undervisningstilbudene var meget efterspurgt og betød at museet pludselig blev anerkendt som en relevant og spændende samarbejdspartner for gymnasieskolen.

Museet udvikler løbende nye tilbud og arrangementer, der lægger vægt på aktuelle og relevante emner. Tilbuddene udvikles ofte sammen med gymnasiere, gymnasielærere og andre partnere og tager ofte afsæt i museets forskning. Således kan gymnasieelever i dag arbejde med "environmental DNA" i et DNA laboratorium på museet i tæt samarbejde med de forskere på museet, der for få år siden fandt ud af, at det var muligt at finde DNA fra vandlevende dyr i vandprøver fra både ferskvand og saltvand. På lignende vis er museets nyeste undervisningsprojekt "Ice Frontiers" knyttet til et forskningsprojekt på museet, der følger udviklingen af gletcheris på Grønland ved at studere og sammenligne nye og gamle flyfotos fra Østgrønland.

I 2014 underviste museet omkring 15.000 gymnasieelever i hele landet, eller omtrent en fjerdedel af alle danske gymnasieelever om året. Museet er således på ganske få år blevet en af de største "leverandører" af undervisning til gymnasieskolen i Danmark.

### KAN NATURHISTORISKE MUSEER BLIVE MERE RELEVANTE?

Diskussionen på konferencen på The Smithsonian i 2013 som denne artikel indledtes med foregår også blandt kollegaer på de naturhistoriske museer i Europa. De fleste er enige om at naturhistoriske museer ikke alene kan blive mere relevante, men også at det er tvingende nødvendigt, at de bliver det. I dag bor mere end halvdelen af alle mennesker i verden i byer – i Danmark er



det over 80% – og at skabe en større forbindelse mellem mennesker og natur er måske en af de vigtigste opgaver, som museerne kan bidrage til.

Der er en stigende bevidsthed blandt naturhistoriske museer om nødvendigheden af at være mere relevante både i forhold til de faglige og forskningsmæssige aktiviteter på museerne, og i forhold til hvordan museernes aktiviteter formidles til brugerne. En forudsætning for det er at naturhistoriske museer definerer og udvikler de værdier, der gør dem til væsentlige kulturinstitutioner i samfundet.



## NOTER

- 1 Det er konklusionen på en konference, som blev afholdt i 2013 på The Smithsonian i Washington DC med deltagelse fra de største naturhistoriske museer i verden. Steiner, Mary Ann, and Kevin Crowley. 2013. "The Natural History Museum: Taking on a Learning Agenda." *Curator: The Museum Journal* 56 (2):267-272. doi: 10.1111/cura.12024.
- 2 Falk, John, Jonathan Osborne, Lynn Dierking, Emily Dawson, Matthew Wenger, Billy Wong. 2012. *Analysing the UK Science Education Community, The contribution of informal providers*. London: The Wellcome Trust.
- 3 Bell, Philip, Bruce Lewenstein, Andrew W Shouse, and Michael A Feder. 2009. *Learning science in informal environments: People, places, and pursuits*: National Academies Press.
- 4 Ash, Doris. 2004. "Reflective scientific sense-making dialogue in two languages: The science in the dialogue and the dialogue in the science." *Science Education* 88 (6):855-884. doi: 10.1002/sce.20002; Sanford, Camellia, Karen Knutson, and Kevin Crowley. 2007. "'We Always Spend Time Together on Sundays': How Grandparents and Their Grandchildren Think About and Use Informal Learning Spaces." *Visitor Studies* 10 (2):136-151. doi: 10.1080/10645570701585129 og Munley, Mary Ellen, and Smithsonian Early Enrichment Center, eds. 2012. *Early Learning in Museums*.
- 5 Hooper-Greenhill, E. 1999. *The Educational Role of the Museum*: Routledge.
- 6 Strager, Hanne, and Jens Astrup. 2014. "A Place for Kids? The Public Image of Natural History Museums." *Curator* (in press).
- 7 Krishtalka, Leonard, and Philip S. Humphrey. 2000. "Can Natural History Museums Capture the Future?" *BioScience* 50 (7):611-617. doi: 10.1641/0006-3568(2000)050[0611:cnhmct]2.0.co;2.
- 8 Graham, Catherine H., Simon Ferrier, Falk Huettman, Craig Moritz, and A. Townsend Peterson. 2004. "New developments in museum-based informatics and applications in biodiversity analysis." *Trends in Ecology & Evolution* 19 (9):497-503. doi: http://dx.doi.org/10.1016/j.tree.2004.07.006.
- 9 Lundgaard, Ida Brændholt, and Jacob Thorek Jensen, eds. 2014. *Museer - Viden, demokrati og transformation*: Kulturstyrelsen.
- 10 Moos, Thyge, and Ida Brændholt Lundgaard. 2009. National brugerundersøgelse på de statslige og statsanerkendte museer i Danmark - 2009. Copenhagen: Kulturarvsstyrelsen
- 11 Lundgaard og Jensen, 2014.
- 12 Ibid.
- 13 Strager, Hanne and Peter C. Kjærgaard. Is Darwin dangerous? Museum, media, and public understanding of evolution. *Journal Nordic Museology / Nordisk Museologi*;2013, Issue 2, p98
- 14 Ibid.



# HVORDAN KAN MUSEER BIDRAGE TIL SOCIAL OG KULTUREL FORANDRING?

LORENA SANCHO QUEROL  
&  
EMANUEL SANCHO

**B**eklædningsmuseet i São Brás de Alportel er et lokalt museum, som ligger midt i Algarve-regionen i det sydlige Portugal. Museet bygger på en bevidsthed om kulturens strukturerende rolle i integreret udvikling. Derfor er museet igangsætter for en række praksisser inspireret af principperne for social museologi med det formål at bidrage til opbygningen af en bæredygtig samtid for lokalsamfundet. Museets ledelsesmodel er baseret på at definere 'lag af kulturel deltagelse' ud fra et ønske om at opnå bæredygtighed via handlingsfrihed og deling som resultat af en anerkendelse og definition af nye måder at anvende lokale erfaringer på. Principperne i social museologi har evolutionær karakter, og tager højde for lokalbefolkningens behov, mål og ønsker. Dermed er det muligt at give denne museologi og dette museum en ny position i kølvandet på opbygningen af en alternativ globalisering.

# HVORDAN KAN MUSEER BIDRAGE TIL SOCIAL OG KULTUREL FORANDRING?

I den 'globale landsby'-sammenhæng, som teknologien har kastet os ud i de seneste årtier, er værdien af identitet og lokale synergier blevet særligt relevant. Spørgsmålet er derfor, hvordan vi kan udnytte fordelene ved denne globale proces og på samme tid minimere dens negative virkninger som fx kulturel homogenisering og kommercialisering. Hvordan kan man bevare hvert steds karakteristiske identitet, der er så vigtig for opbygningen af integreret udvikling? Er det muligt, at små lokalsamfund har relevante svar på hånden? Og, vigtigst af alt, hvilken rolle spiller museer i denne proces?<sup>1</sup>

Svaret indeholder flere afgørende ingredienser, der blandes i ulige mængder alt efter den specifikke sag, de involveredes erfaring og den primære problemstilling. Målet er at bidrage til opbygningen af alternative udviklingsmodeller, der som udgangspunkt søger at skabe et forhold med respekt og komplementaritet mellem den globale dimension og det sted, hvor processen finder sted, samt at opbygge ny balance.

Den grundlæggende blanding er utvivlsomt sammensat af et rummeligt, flerdimensionelt og udviklende kulturbegreb, som bygger på en dybt kollektiv natur, samt rollen som katalysator for sociale, miljømæssige og økonomiske bæredygtighedsaspekter. I dette perspektiv får den lokale skala en central rolle, ikke bare som det sted, hvor produktion, forandring og udvikling af vores kulturer finder sted, men også som en væsentlig kilde til vores planets kulturelle mangfoldighed.

Konsekvensen heraf er, at tanken om det 'lokale' er blevet påvirket på forskellige måder i de seneste år. Hvis dette derfor på den ene side har tjent som støtte for politisk diskurs, med en vis grad af kollektivt og demokratisk engagement, har det på den anden side været underlagt bredere anvendelse og flere betydninger, hvilket afspejler et behov for at arbejde med samfundet ud fra en mere menneskelig skala.<sup>2</sup>

Med fokus på dette scenarie træder museet derfor i karakter som en samlet proces for opbygning og læring af værdier og betydninger. Det er her, lokalbefolkningen tager museet til sig og gør det til et rum for repræsentation, bekræftelse og kulturel kreativitet.

Det er inden for disse rammer, at social museologi, eller sociomuseologi, finder sin berettigelse ved at gøre museer i stand til at imødekomme brugeres ønsker om og behov for en deltagerkultur.<sup>3</sup>

På denne baggrund har vi valgt et casestudie af Beklædningsmuseet i São Brás de Alportel for at diskutere museologiens hemmeligheder og udfordringer i et lokalt perspektiv, der til daglig har en kollektiv kerne, eller med Nina Simons ord, en museologi baseret på begrebet 'fælles kreativt projekt'.<sup>4</sup>

I lyset af dette har Beklædningsmuseets ledelsesmodel, der består af forskellige niveauer af deltagelse, bidraget til opgaven med at strukturere et kulturelt medborgerskab, der gør os i stand til at placere museet i samfundet og samtidig placere samfundet i hjertet af museet. 'Netværk', 'kompetenceudvikling' og 'modstandskraft' lader til at være nøgleord for arternes succes.

## ET BLIK PÅ SOCIAL MUSEOLOGI

Vi vil gerne dele nogle af de tanker, der ligger bag udviklingen af vores projekt. Vi starter med nogle grundlæggende spørgsmål.

Hvad er social museologi? Hvor kommer det fra, og hvad er formålet? Hvordan skaber social museologi en direkte forbindelse mellem samfund og museum? Hvilke metoder og mål ligger til grund for denne stærke symbiose i en omformuleringsfase som den, vi gennemgår netop nu?

Efter vores mening er social museologi en samfundsvidenskab, der er resultatet af en ny museologi, der er blevet voksen<sup>5</sup>. Det vil sige et videnskabeligt felt med undervisning, forskning og praksis, der understreger italesættelsen af museologi især inden for de vidensområder, der dækkes af samfundskundskab, udviklingsstudier og servicevidenskab samt by- og landplanlægning.<sup>6</sup>

Denne videnskab opstod i 1990'erne med det mål at bidrage til udviklingen af en alternativ museologi som svar på de udfordringer, der fulgte med den tiltagende globalisering, nye teknologier og den udvikling af kulturelle hybridiseringsprocesser, der karakteriserer et samfund i udvikling. Derfor er sociomuseologiens handlemåde fokuseret på en museologi med lokal perspektiv, der målrettes en styrkelse af de kollektive processer, der er forbundet med en defineret af identiteter, selverkendelse og kritisk tænkning, men også med opbygningen af kollektive ikke-hegemoniske emner.<sup>7</sup>

Det er derfor, vi forstår museet som en politisk, poetisk og pædagogisk proces under konstant opbygning, der udvikles fra et dybt og bredt deltagelsesbegreb, der kan bidrage til opbygningen af en bedre samtid.<sup>8</sup>

Blandt de aktuelle mål kan vi nævne en ny placering af museet inden for den lokale udvikling gennem lokalbefolkningens deltagelse i defineringen, ledelsen og socialiseringen af begreberne 'kulturarv' og 'naturarv' og deres lokale anvendelse. Det betyder anerkendelse af kultur – i dens forskellige former og betydninger – som nøglen til opbygningen af nye sociale balancer ved hjælp af en værdisættelse af mangfoldighed, men også gennem udviklingen af deltagerbaserede ledelsesmodeller, der har deres oprindelse i den nye museologi fra 1970'erne.

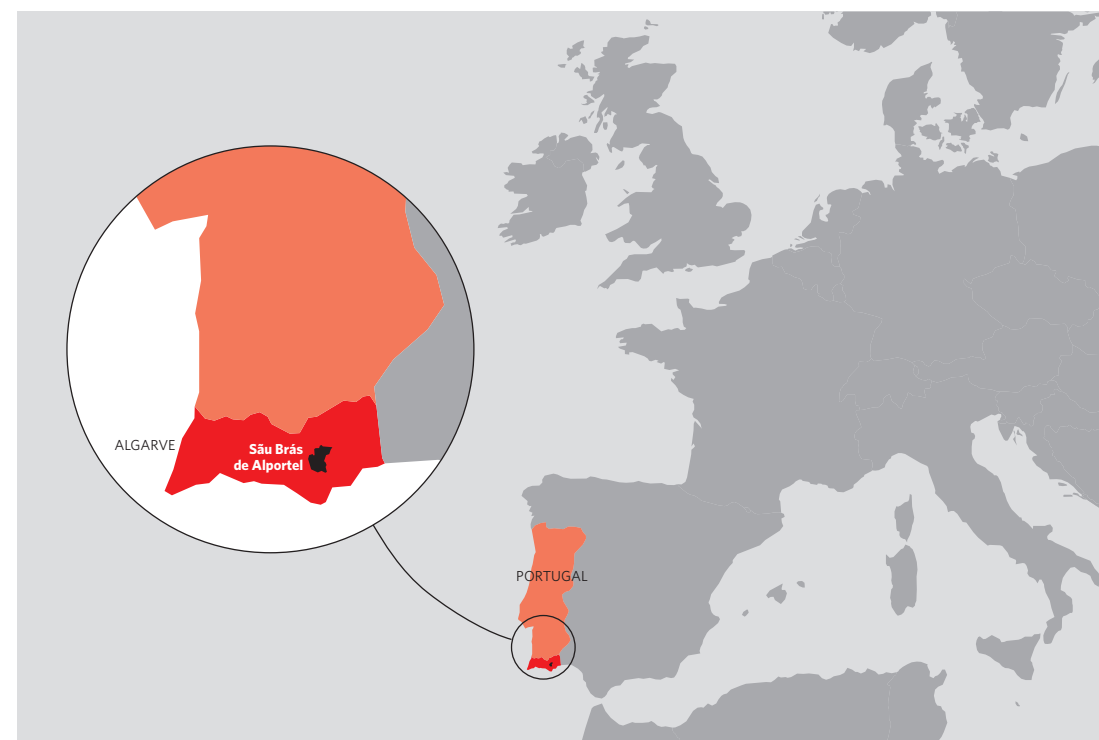
På museer som det i São Brás er disse mål fra et praktisk perspektiv blevet udmøntet i følgende daglige arbejdsmetoder:

- Anerkendelse af brugen af lokal erfaring som potentiel viden om området (dets brug og ressourcer), om befolkningen (dens værdier, traditioner og viden) og mikrohistorien, der er resultatet af en undersøgelse af den levende fælles erindring.
- Inklusiv og horisontal ledelse baseret på det daglige samspil mellem medarbejdere og lokale repræsentanter/indbyggere på lige fod, men også i den fælles opbygning af projekter, processer og initiativer, der får liv gennem museet.
- Gradvist økonomisk selvstyre via udarbejdelse af bæredygtige formler baseret på miljømæssige værdier, social retfærdighed og værdisættelse af kultur fra et lokalt perspektiv med henblik på at give begrebet 'det frie museum' mening i betydningen handlefrihed og ytringsfrihed.
- Tilpasning af nye museologiske rytmer i overensstemmelse med særpræg og behov blandt dem, der bor i området sammen med museet. Det betyder en prioritering af beboeres og lokale fællesskabers idéer og mål, i modsætning til en politisk synlig museologis målsætninger og strategier, forbundet med kulturel kosmetik.

## BEKLÆSNINGSMUSEET I SÃO BRÁS DE ALPORTEL: ET LABORATORIUM FOR SOCIOMUSEOLOGISK PRAKSIS

São Brás de Alportel er en af 16 kommuner i Algarve-regionen i det sydlige Portugal. Den dækker et areal på 150 km<sup>2</sup> og har ca. 40 landsbyer spredt i området med i alt 10.662 indbyggere, hvoraf halvdelen bor i hovedbyen af samme navn.

Der er her tale om et landligt område, der gennem det 19. og 20. århundrede udvikledes omkring produktionen af kork og tørret frugt. Der er også en meget aktiv landkultur, der udmønter sig i en god livskvalitet baseret på landbrug i mindre skala, der dyrkes af en stor del af befolkningen. Befolkningen er sammensat af lokale familier med stor indsigt i de forandringer, der har fundet sted siden starten af det 20. århundrede, samt tilflyttere fra andre dele af verden, der har gjort São Brás og dens omgivelser til deres hjem og arbejdssted.



I denne kontekst er vi vidner til to interessante fænomener:

1. Områdets beliggenhed i det indre Algarve, der hvor to af regionens vigtigste færdselsårer krydser hinanden, tilstrækkeligt fjernt fra de områder, som turismen har ødelagt, men tæt nok på til at nogle af fordelene kan udnyttes. Disse forhold gør det muligt for São Brás at opretholde et stabilt socialt niveau, hvor foreninger, klubber og lokale eliter fungerer godt, og hvor traditioner, ritualer og festligheder bevarer deres karakteristiske livskraft. Ligeledes har livsstilen, den lokale arkitektur, det landlige landskab og bjergene bevaret deres egenart på en afbalanceret måde.
2. Et lokalsamfund der nyder godt af, at ca. 15% af befolkningen stammer fra Nord-europa, hvoraf de fleste er pensionister. Denne interkulturelle sammenblanding har gradvist påvirket den lokale befolkning, der har arrangeret kulturelle og kunstneriske aktiviteter, som fx teater, sang, jazz, gennem museet. Men den har også haft indflydelse på indførelsen af gode praksisser inden for institutionens mere traditionelle aktiviteter. Det er fx temaudstillinger, organisation og vedligeholdelse af teknik. Disse processer har medført en langsom, men gradvis ændring af socialkulturelle vaner i landsbyen, hvis oprindelige befolkning er modtagelig for den udefrakommende indflydelse og uden besvær integrerer disse fremmede, men tydeligvis berigende praksisser fra et socialkulturet synspunkt.

Disse ingredienser i kombination med den geografiske beliggenhed, områdets levestandard, hvor meget af landlivets natur og rytme er bevaret, samt den nemme adgang til Algarve-kysten og Algarve-bjergene resulterede i, at regionen blev optaget i det verdensomspændende netværk Cittaslow<sup>9</sup> i starten af det 21. århundrede. En række af landsbyens behov, der direkte berører beboernes levestandard, er blevet anerkendt. Blandt disse er det værd at nævne evnen til:

- at opfordre til mangfoldighed på bekostning af standardisering,
- at støtte og fremme lokal kultur og lokale traditioner,
- at udvikle et miljø af højere kvalitet,
- at støtte og nære en sund livsstil, især blandt børn, unge og ældre.

São Brás de Alportel og tre andre byer i Algarve-regionen, Lagos, Silves og Tavira, er derfor siden 2008 blevet tildelt bevis på, at de er stiftende medlemmer af det 'Portugisiske Cittaslow Netværk'.

## ET MUSEUM DER GÅR HÅND I HÅND MED LANDET OG DETS FOLK

I denne sammenhæng, og som en integreret del af en social velfærdsinstitution siden 1983, begyndte processen med at skabe det nuværende museum<sup>10</sup> med det mål at dokumentere de traditioner og livsformer, der var ved at forsvinde, samt den specifikke lokale kultur.

Tanken var, at processen skulle udvikles omkring to centrale, nært forbundne søjler: den fælles opbygning af processer vedrørende museets liv, der skulle matche livet omkring museet; en definition af et centralt undersøgelsestema, der tog hensyn til regionens historiske, geografiske, sociale og kulturelle kontekst, samt stedets identitet forklaret gennem det væsentligste museologiske værktøj: beklædningsarven.

Faktisk var det ikke muligt at anvende mere konventionelle modeller på grund af det grundlag, som projektet hvilede på – en mangel på uddannede medarbejdere, ejerforhold, selvstyremodellen, et lille budget og den 'fælles natur' af museets oprindelse og samling. Med områdets særlige natur blev båndet til lokalbefolkningen uundværligt på grund af et gensidigt ønske om at øge de museologiske aktiver og samtidig udvide det tekniske team baseret på den alsidige viden og lokale erfaring samt projektets iboende bæredygtighed.

Erfaringen viser en direkte forbindelse mellem museets økonomiske behov og lokalsamfundets deltagelsesniveau, der går langt ud over det gratis arbejde, som frivillige udfører. Desuden er den lokale deltagelse proportional med den almindelige borgers anvendelse af museet. At bo på den samme jord og 'indånde den samme luft' er et grundlæggende koncept.

I de seneste årtier er museet og dets team vokset på grundlag af disse principper med fokus på læringsprocessen, gensidig viden samt en vision om at opbygge og uddybe et værdifuldt forhold.<sup>11</sup>

Vi tror hermed på – og dette er i overensstemmelse med den tankegang, der ligger til grund for den nye museologi – at både museets oprindelse og dets udvikling skal kunne regne med lokalbefolkningens vedvarende og brede deltagelse, hvis det da ikke ligefrem opstår på baggrund heraf, snarere end at være resultatet af politiske og kulturelle nicher. Derfor undgår vi på Beklædningsmuseet ofte de begrænsninger og kompromiser, der er typiske for etablerede modeller. Vi er interesserede i at udforme vores egen ledelsesmodel, hvor museologen også er antropolog, landmand og sagfører med lokale interesser og sager at arbejde for.

## LEDELSE INSPIRERET AF NATUREN

Produktionen af kork<sup>12</sup> er nært knyttet til São Brás de Alportels historie og identitet. I de sidste 150 år har regionen været udsat for korkindustriens økonomiske svingninger, og den har draget fordel af den rigdom, der er blevet genereret i opsvingstider, og ledt efter rentable alternativer i krisetider. Konsekvensen er, at den velfærd, dette har bragt mange familier i årenes løb, har mærket området på forskellige måder. I dag har vi derfor imponerende bygninger, der vidner om den lokale industris indflydelse, familier der har været i stand til at give deres børn en uddannelse, de aldrig selv fik, og som har banet vejen for generationer af mennesker, der har efterladt deres aftryk på hele Algarve-regionen inden for politik, kunst, litteratur og videnskab. Det handler om en dialog



mellem naturressourcer, jorden, geografien og klimaet, og kulturressourcer, knowhow og viden, der stammer fra erfaringen med at dyrke jorden på en bæredygtig måde.

På et mere videnskabeligt niveau er korkegen et træ af arten *Quercus suber*, der har vokset i Algarve-regionen i evigheder. Den er bemærkelsesværdig på grund af sin langsomme vækst, og fordi den med tiden producerer kork som en værdifuld ressource. Faktisk går der 40 år med at passe og pleje træet, inden det har produceret det første lag kork af kommerciel værdi. Dette er det yderste lag bark på de store stammer. Derefter følger der mere kork for hvert niende år.

Vi kan derfor sige, at *Quercus subers* natur forbinder os med en 'langsigtet handling', hvor landmanden er nødt til at arbejde til gavn for kommende generationer, og hvor hver dag repræsenterer et skridt på en lang rejse som led i en vækstproces.

I lyset af dette, og fordi sociomuseologien også arbejder med langsigtede handlinger, der defineres gennem processer, der løbende opbygges, har vi valgt at kæde disse to verdener sammen for at tale om den museologi, der praktiseres på Beklædningsmuseet.

Denne tankegang hænger sammen med samfundskundskaben, der lige fra starten har været forbundet med jorden, folket, deres kultur og arv, men også med processen med opbygning og vækst af Beklædningsmuseet i lag af kulturel deltagelse, der inddrager lokal-samfundet i al dets mangfoldighed gennem langsigtet handling. Hvad enten det er i deres rytmer eller i deres udformning, ser det ud til, at korkegens lag og de forskellige niveauer af deltagelse, der sætter liv i Beklædningsmuseets ledelsesmodel, deler en særlig livskraft.

Faktisk følger Beklædningsmuseets museologi sine egne rytmer, skabt af mange stemmer og i harmoni med jorden, idet den bidrager til den sociale og kulturelle sammenhængskraft. Med en ledelse, der inddrager alle, skaber museet merværdi for landsbyen og indbyggerne, og indbyggernes samspil med museet skaber liv i forskellige projekter.

Lige som korkegen har Beklædningsmuseets museologi også op- og nedture, selv om den er modstandsdygtig. Det kræver menneskelig handling at dyrke og fremstille kork. Klimaet kan påvirke produktionen, lige som alverdens forurening og kommercielle manøvrer, der sigter på at nedbryde den naturlige produktionsrytme eller barkens farve til fordel for højere produktionsniveauer eller synlighed. Samtidig trives korkegen bedst i sin egen jord og kan aldrig omplantes til et andet sted.

I årenes løb har deltagerbaseret ledelse på forskellige niveauer bidraget til at konsolidere det museologiske projekt og derved gjort museet mere produktivt i den lokale udvikling som nævnt i begyndelsen af vores indlæg.





8



6



4

BEKLÆDNINGSMUSEETS  
INTERNE NETVÆRK

- 1. Fast team (a) forrest; Teknisk team (b) bagerst
- 2. Museets Venner (c)
- 3. Aperitiva Teatergruppe (c)
- 4. Alegria do Museo Fritidsaktivitetsgruppe (d)
- 5. Museumscaféen (d)
- 6. Veredas da Memória - Portugisisk Folkemusikforening (d)
- 7. Jasmin - Traditionel Ukrainsk Musikgruppe (d)
- 8. Skolen på Museum (e)
- 9. Fotografering, Minde- og Identitetsgruppe (e)



1



7



3



2



5



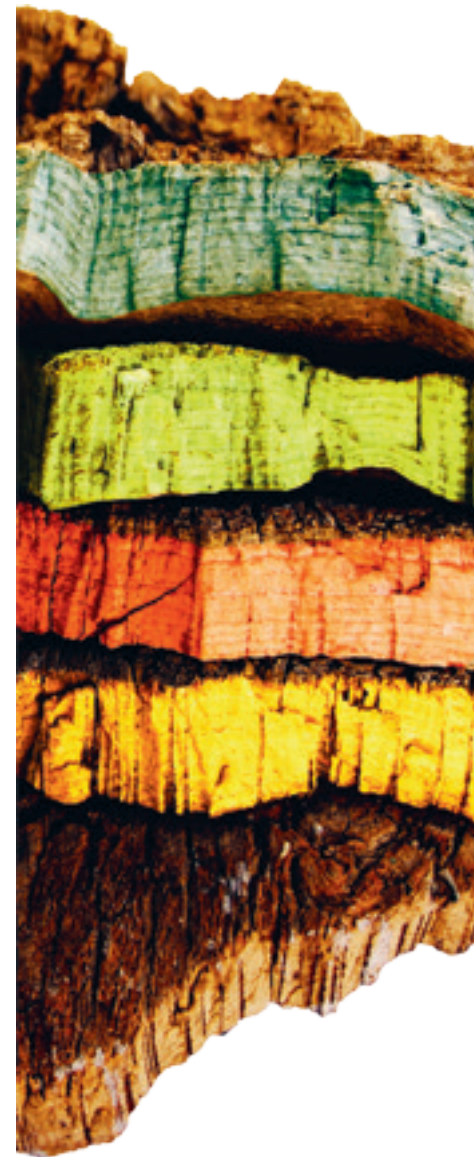
9

## INTERNT NETVÆRK KEREN I DET DAGLIGE ARBEJDE

Som en videreførelse af denne tankegang er Beklædningsmuseets arbejde baseret på internt netværkssamarbejde med tværgående kommunikation mellem forskellige teams, samarbejdsgrupper og lokale fællesskaber. Med inspiration fra Manuel Castells<sup>13</sup> har dette netværk ansvaret for produktionen af et varieret og udviklende museologisk projekt, der er defineret af en horisontal ledelse, hvor bestyrelsen diskret deltager i processen. Derved bidrager netværket til at bygge broer mellem verdener, idéer og strategier, hvilket gør det muligt at gennemføre projekter og styrke de grupper og organisationer, der udgør den interne struktur.

Netværket tager udgangspunkt i en bred gruppe af enkeltpersoner og grupper med forskellige færdigheder:

- a) **Et fast team** på 3 personer, der sørger for, at museet fungerer til daglig og tager sig af vedligeholdelse af museets rum;
- b) **To grupper af teknikere**, i alt 4 personer, der er afhængige af økonomisk støtte fra lokale sociale og territoriale ledelsesinstanser<sup>14</sup>, der supplerer det faste team og giver både kort- og langsigtede svar vedrørende grafisk design og sociokulturel dynamik;
- c) **Den sociokulturelle administration af gruppen 'Museets Venner'** med ca. 800 medlemmer, der har en fuldtidsmedarbejder samt et lille team på 3 frivillige, der udfører forskellige opgaver. I dette tilfælde har *Vennerne*, pga. deres kulturelle indflydelse, indsats og betydning for museet, ansvaret for: museets dagsorden for kultur og fritidsaktiviteter, der omfatter forskellige uafhængige grupper inden for teater, havearbejde, sang, fotografering, idræt, historie og kniplingearbejde; flere frivillige tiltag til gavn for det traditionelle museumsarbejde, fx registrering i magasinerne og kulturarvsundervisning; ansøgning om økonomisk støtte af forskellig art.
- d) **Mindre, uafhængige grupper eller iværksætterinitiativer**, der holder til på museet på baggrund af simple aftaler. Det drejer sig fx om *Veredas da Memória - Portugisisk Folkemusikforening* og *Jasmin - Traditionel Ukrainsk Musikgruppe* samt *Museumscaféen*, *Museumsbutikken* og museumsfirmaet *Museu à Medida*. Desuden er der mikrovirksomheder inden for antikvitetsrestaurering, design og kommunikation, digitalisering og konvertering af gamle videokilder etc.
- e) **Museumsinitiativer og forskellige frivillige projekter** med deres egne udfordringer, målsætninger og udviklingsprocesser, der alle er knyttet til museets netværk og bidrager til at opbygge Beklædningsmuseets sociokulturelle dynamik og bæredygtighed.



## MUSEUMSLEDELSE LAG AF KULTUREL DELTAGELSE

### DET SYNLIGE MUSEUM TRADITIONELLE MUSEUMSFUNKTIONER

- UDSTILLING
- VEDLIGEHOLDELSE AF BYGNINGER OG GRØNNE OMRÅDER
- FORSKNING OG UDGIVELSER
- UNDERVISNINGSRUM
- TEKNIK, REGISTRERING OG KONSERVING
- MUSEUMSBUTIK

### DET DAGLIGE MUSEUM SOCIAKULTURELLE DYNAMIKKER

- VENNEFORENING
- JAZZKLUB
- VENNEFORENINGENS KOR
- FADO OG KLASSISK MUSIKGRUPPER
- FOTOKLUB
- KUNSTKLUB
- ALEGRIA DO MUSEU
- FRITIDSAKTIVITETSGRUPPE
- APERITIVO DRAMAGRUPPE

### DET INTEGRERENDE MUSEUM SAMARBEJDSPROJEKTER

- DESIGNATELIER GRAFISK DESIGNVIRKSOMHED
- MUSEU À MEDIDA MUSEOLOGI - FREELANCEVIRKSOMHED
- VEREDAS DA MEMÓRIA PORTUGISISK FOLKEMUSIKFORENING
- MUSEUMSCAFÉ BARLEDELSE - FREELANCEVIRKSOMHED
- SÃO BRÁS UNDER FORANDRING UAFHÆNGIG GRUPPE FOR FORANDRINGSPROCESSER

### DET LANGSIGTEDE MUSEUM VÆRDIER, MÅL OG ETIK

- GRØNT MUSEUMSPROJEKT ANSVARLIG ADFÆRD FOR ET BÆREDYGTIGT MILJØ
- FOTO-, ERINDRINGS- OG IDENTITETSPROJEKT FÆLLES LEDELSE AF VISUELLE ERINDRINGER
- PROJEKT: SKOLEN PÅ MUSEET KULTURARVSUNDERVISNING
- PROJEKT: 100 ÅR EFTER DELTAGERBASERET USTILLINGER
- ALPORTEL LOKALMUSEUM SOCIAL MUSEOLOGI
- PROJEKT: TILGÆNGELIG INFORMATION DATASTYRING VHA. LINUX STYRESYSTEM

Ud over den nuværende plan for udstillinger og forskningsprojekter har Beklædningsmuseet et kultur- og fritidsprogram, som 'Museets Venner' er ansvarlige for. Programmet er af stor betydning i den overordnede struktur på grund af dets kulturelle dynamik, indsats og dets vigtige samspil med institutionen. Venerne har også ansvaret for et omfattende socialkulturelt program, forskellige selvstændige grupper inden for teater, havedyrkning, sang, fotografering, idræt, historie og kniplingearbejde samt de mange frivillige initiativer, der nærer nogle af de traditionelle museologiske opgaver, så som registrering og kulturarvsundervisning.

Inden for denne form for struktur, hvor et relativt niveau af manglende stabilitet kan repræsentere et element af positiv dynamik, drager de forskellige organisationer, samarbejdspartnere, fællesskaber og brugere, der deler museumsrummene, nytte af muligheden for selvstyre, hvad angår det frie initiativ og individuelt ansvar. De ser Beklædningsmuseet som et fælles rum, der bygger på udviklingen af socialkulturel kreativitet og påskønner den naturlige menneskelige mangfoldighed, der definerer netværket.

Netværket bygger ikke blot på en deling af magt og erfaring, men også på den konstruktive ledelse af meget forskellige verdener, der kommer til udtryk i holdninger og tanker omkring kultur og museum, hvad angår oprindelse, livserfaring og daglige muligheder. I den forstand har medarbejderne på Beklædningsmuseet, der opfatter sig selv som en eksperimenterende del af en alternativ model for museumsledelse, erfaret, at opbygningen og plejen af netværket involverer: intens og regelmæssig træning i at lytte, en gavmild dosis forståelse for den anden og hans/hendes verden, og en konstant indsats for at forbedre kommunikationen mellem de forskellige grupper.

## EN MODEL FOR "ET MUSEUM I LAG"

Af de ovennævnte årsager er Beklædningsmuseet blevet et interessant casestudie fra et sociomuseologisk synspunkt, men også set i perspektivet af nye modeller for social og kulturel udvikling, der er struktureret nedefra og op.

For bedre at kunne forstå ikke alene hvordan Beklædningsmuseets samarbejdende netværk fungerer, men også, hvad der er endnu vigtigere, museets sociomuseologiske karakter, har vi lavet et skema, der med udgangspunkt i den eksisterende parallel mellem korkegens og museets rytmer og vækst gør det muligt for os at se på hvert lag, der indgår i museet i dag. Vi har fundet frem til 4 niveauer af deltagelse i forhold til typen af socialt, kulturelt og territorielt arbejde, men også i forhold til målsætninger, bidragende grupper og museets brugere.

I skemaet tager laget 'Det synlige museum' udgangspunkt i de museologiske praksisser, der i dag er globalt anerkendt som værende del af et museum.<sup>15</sup> Der finder vi den dynamik, der er relateret til udstillinger og kataloger, forskning og udgivelser, samlinger og aktiviteter vedrørende kulturarvsundervisning. Dette lag er især rettet mod de besøgende, der søger information om lokal kultur og virkelighed, og det kan bruges i forbindelse med forskellige formål i forhold til brugerprofilen eller i forhold til den gruppe, der kommer for at udvikle en aktivitet på museet.

Hvis vi bevæger os nedad, bliver lagene mindre synlige, mens de samtidig bliver mere nyttige i forhold til værdien af lokal mangfoldighed og forbedringen af befolkningens levestandard i landsbyen og dens omgivelser. Samtidig bliver grupperne, fællesskaberne og projekterne i højere grad involveret i lokaludviklingen, og dermed øges deres evne til at bidrage til opbygningen af iboende sociomuseologiske værdier.

Det næste deltagerniveau, der er mindre synligt for brugeren, sætter liv i 'Det daglige museum'. Lige som i en klub er det i dette lag, at *Museets Venner* kan tilbyde kulturelle aktiviteter, information og socialt samvær takket være det selvstyre, ledelsen tillader, samt det meningsfyldte forhold til lokalbefolkningen. Opbygningen af 'Det daglige museum' kræver nærvær, opmærksomhed og konstant lydhørhed over for behov og forventninger blandt dem, der deler området med museet. Det kræver, at man 'lever med' folket. Det vil sige, at man identificerer synergier, der kan ledsage rytmer og få mest muligt ud af viden, tid og sted for at gøre museet brugbart i hverdagen. Denne proces har udmøntet sig i en voksende indflydelse fra offentligheden og brugerne via en varieret daglig brug af rum, og det er derfor blevet muligt at skabe den nævnte stilling som administrator for vennernes forening via den øgede indtægt, der er resultatet af organisationens stabile arbejde.

Det skal imidlertid understreges, at på grund af karakteren af de aktiviteter, der udvikles, og i overensstemmelse med deltagerniveauet, skelner Beklædningsmuseet mellem to typer brugere. Det betyder på den ene side de brugere, der anvender eller ikke anvender museets område og benytter det på en sporadisk og distanceret måde og på den anden side de brugere, der besøger museet jævnligt, og med hvem Beklædningsmuseet etablerer et varigt socialt og kulturelt samspil til gavn for begge parter.<sup>16</sup>

Fra et dybere lag, der kombinerer mindre synlighed udadtil med et voksende niveau af lokal brugbarhed, dukker et andet museum op: et der inden for sine rum integrerer langsigtede projekter, ydelser, nye virksomheder, idéer, drømme og lokale foreninger og påtager sig rollen som 'Det integrerende museum'.

Inden for disse rammer udfylder Beklædningsmuseet endnu en social funktion, nemlig som støtte for personer og organisationer, der forfølger individuelle og fælles mål,

hvorved der gennem nærhed og medvirken opbygges et fællesskab af individuelle interesser, der supplerer hinanden og dagligt krydser hinanden. Dette samspil muliggør en konsolidering af et socialkulturelt aspekt af et museologisk projekt gennem nyt samarbejde, mange forskellige oplevelser, kulturer og færdigheder, dannelse af innovative kompetencer, kort sagt: den sociale fornyelse baseret på kernen i lokal udvikling.

Endelig har vi det nederste lag, som er næsten usynligt, men som stadig er det mest bærende lag i opbygningen af en langsigtet sociomuseologi. Laget har styrke som vores korkeg, enten på grund af dens etiske virkning – i dens økonomiske, miljømæssige, sociale og kulturarvsrelaterede perspektiv – eller på grund af dens evne til at gøre det museologiske projekt bæredygtigt og bidrage til anerkendelsen af museets rolle inden for rammerne af den lokale udvikling. Det drejer sig her om 'Det langsigtede museum', et lag på Beklædningsmuseet hvor der er initiativer og projekter, der på langt sigt bl.a. gør det muligt:

- at udvide det indre Algarves DNA-arv med deltagelse fra forskellige lokale fællesskaber, hvis oplevelser og viden gør det muligt for os at identificere andre former for lokal kulturarvskapital.<sup>17</sup> Projektet *Fotografering, Minder og Identitet (FMId)*<sup>18</sup> kan ses som et spændende eksempel på fælles forskning i og udbredelse af den lokale DNA-arv.
- at bidrage til en anerkendelse af social erfaring og lokal kultur, og at gå videre herfra til opbygningen af en solidarisk og inkluderende viden, der er i stand til at besvare det moderne samfunds udfordringer.<sup>19</sup> Her kan vi henvise til rækken af deltagerbaserede udstillinger, som fx den kommende udstilling '100 år senere', samt en genoplivning af fællesskabernes kulturelle identiteter, der er med i det lag, vi kalder 'Det integrerende museum': *Veredas da Memória* – Portugisisk Folkemusikforening, *Jasmin* – Traditionel Ukrainsk Musikgruppe.<sup>20</sup>
- at formidle aktive og strukturerede beskyttelsesmekanismer, via kulturarvsundervisning, ved fra aktionsforskningsprocesser at tage den privilegerede anderledeshed, den multikulturelle dialog på tværs af generationer, med udgangspunkt i skole/museumskernen. Et godt eksempel på kulturarvsundervisning er projektet *Skolen på Museum (EMU)*.
- at etablere principper og gode praksisser for en bæredygtig museologi ud fra miljømæssige, økonomiske, sociale og kulturelle perspektiver. Derved giver Beklædningsmuseet plads til den bedst mulige udnyttelse af lokale ressourcer samt genbrug af aktiver, der skabes i samarbejde med museet. Her kan vi nævne de *Grønne Museumsprojekter (MuVe)* samt projektet *Tilgængelig Information*.

Med andre ord er alle de grupper i netværket på en eller anden måde involveret i de forskellige lag og dermed i museets daglige virke. Faktisk er tanken om deltagelse, der ligger bag Beklædningsmuseets interne netværk, baseret på det daglige samarbejde i og mellem alle disse forskellige lokale grupper. Under denne struktur finder vi fundamentet for en bygning, der er resultatet af en fortsat indsats for at skabe langsigtet stabilitet med henblik på at opnå anerkendelse som et rum for selvbestemmelse og frihed, men også for alle former for bæredygtighed.

## AFSLUTTENDE OVERVEJELSER

Beklædningsmuseet ser sig selv som et eksperiment i anvendelse af en alternativ ledelsesmodel for lokale museer. Motiveret af ønsket om økonomisk uafhængighed og fuld bæredygtighed for at opnå komplet handlefrihed er museet desuden et eksempel på kulturelt medborgerskab. Derfor satser Beklædningsmuseet på en høj grad af deltagelse og engagement fra lokalbefolkningen.

I denne sammenhæng ser museumsteamet, samarbejdspartnerne, de frivillige, fællesskaberne, organisationerne og brugerne museet som et rum, der er til deling, baseret på udviklingen af socialkulturel kreativitet og værdien af en ny anvendelse af den naturlige og kulturelle mangfoldighed, der præger regionen.

Beklædningsmuseet anerkendes som vogter af den fælles fortid og nutidens erindring og som skaber af flerstemmige dialoger, der stræber efter at sikre mangfoldigheden. Museet eksisterer for at være nyttigt for befolkningen, både i deres hverdag og i deres forhold til lokalområdet.

Som svar på spørgsmålet i indlæggets titel, 'Hvordan kan et museum bidrage til social og kulturel forandring?', er vi nu i stand til at svare:

- ved at opbygge et kulturelt stærkt samfund.
- ved at etablere et forhold af gensidig kulturel udvikling mellem samfund og museum. Et forhold, der placerer museet i menneskers og steders hverdag med deres problemer, livsbaner og ønsker. Et forhold, der hviler på viden om historier, kulturarv og identiteter, og som kan bidrage til opbygningen af en bedre nutid og fremtid, hvor meninger, deltagelse og engagement er en integreret del af den menneskelige tilstand.

I sidste ende er spørgsmålet: Hvad er social museologi, hvis ikke det samlede museologiske udtryk for en deltagerkultur, der er engageret i den lokale udvikling?

## NOTER

- 1 Denne artikel er en forberedt version af kapitlet 'MuT: Connecting people, ideas and worlds to build a useful Museology', Sancho Querol, Lorena; Sancho, Emanuel [udgives i 2015]: 'MuT: Connecting people, ideas and worlds to build a useful Museology', i Pinto, H.; Porter, J. (red.), *Resilient territories: innovation and creativity for new modes of regional development*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing (denne version kan ses via følgende link: [http://www.ces.uc.pt/myces/UserFiles/livros/1097\\_Cambridge-MuT.%20Final..pdf](http://www.ces.uc.pt/myces/UserFiles/livros/1097_Cambridge-MuT.%20Final..pdf)). Den er også et forskningsresultat fra førstnævnte forfatters postdoc-projekt 'Society in the Museum: study on cultural participation in European local museums (SoMUS)', der er finansieret af Den Europæiske Socialfond via det operationelle program *Operational Programme for the Enhancement of Human Potential* og af nationale fonde via den portugisiske fond *Foundation for Science and Technology (FCT)* i forbindelse med postdoc-bevilling nr. SFRH/BPD/95214/2013.
- 2 Horlings, Lugmmina G. (udgives i 2015): 'The worldview and symbolic dimension in territorialisation: how human values play a role in a Dutch neighbourhood. In Dessein, J., Battaglini, E. og Horlings, L.G. *Cultural Sustainability and Regional Development: Theories and practices of territorialisation*. Routledge (serie om kulturel bæredygtighed).
- 3 Meijer-van Mensch, Léontine; Tietmeyer, Elisabeth: *Participative Strategies in Collecting the Present*. 2013, Berlin: Berliner Blätter.
- 4 Simon, Nina: *The participatory museum*. 2010, Santa Cruz: Museum 2.0, p. 187.
- 5 Læs mere om den kreative proces og udviklingen af ny museologi-bølgen i det kapitel, der refereres til i note 1.
- 6 Moutinho, Mário: 'Evolving Definition of Sociomuseology: Proposal for reflection', i Assunção dos Santos, Paula e Primo, Judite (org.), *Sociomuseology 4. To think Sociomuseologically, Especial edition 22<sup>o</sup> ICOM General Conference, Shanghai (7-12. november 2010)*, 2010, *Cadernos de Sociomuseologia*, nº 38, 27-31, p. 27. Hjemmeside, sidst tilgået 10.10.2014: <http://revistas.ulusofoa.pt/index.php/cadernosociomuseologia/article/view/1642/1307>
- 7 Morales Lersch, Teresa; Camarena Ocampo, Cuahtémoc: 'El museo comunitario: un espacio para el ejercicio del poder comunal', i Arrieta Uritzberea, Iñaki (red.), *Activaciones patrimoniales e iniciativas museísticas: ¿por quién? ¿para qué?*, 2009, Spanien: Universidad del País Vasco, 115-128., p. 117-120.
- 8 MINOM: *MINOM Declaration Rio 2013*, MINOM XV International Conference, Rio de Janeiro, 8.-10.08. 2013. Hjemmeside, sidst tilgået 10.11.2014: <http://www.minom-icom.net/reference-documents>
- 9 Læs mere om Cittaslow-bevægelsen her: <http://www.cittaslow.org>
- 10 Historien om museet og udviklingen af projektet baseret på socialmuseologien er beskrevet i det kapitel, der refereres til i note 1.
- 11 Sancho Querol, Lorena; Sancho, Emanuel: '*Imagens que valem mil palavras: A experiência do Arquivo de Memórias do Museu de São Brás*', *Cadernos de Sociomuseologia*, Nova Série, 4:2014, pp. 7-34, pp. 12-23. Den engelske version kan læses her: <http://www.museu-sbras.com/docs.html>
- 12 Yderligere information om korkkulturen kan findes under et at Tøjmuiseets projekter her: [www.rotadacortica.pt](http://www.rotadacortica.pt)
- 13 Castells, Manuel: *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. A Sociedade em Rede*. Volume I, 3.<sup>o</sup> edição. 2007, Lissabon: Fundação Calouste Gulbenkian, Serviço de Educação e Bolsas.

- 14 *São Brás de Alportels byråd (CMSBA) samt det lokale Jobcenter og Center for Uddannelse og Professionel Udvikling (IEFP)*.
- 15 Se ICOM's museumsdefinition her: <http://icom.museum/the-vision/code-of-ethics/glossary/#sommairecontent>
- 16 Victor, Isabel: 'Do conceito de públicos ao de cidadãos-clientes', i Isabel Victor, 'Os Museus e a Qualidade. Distinguir entre museus com 'qualidades' e a qualidade em museus', *Cadernos de Sociomuseologia*, 23:2005, pp. 163-220. Hjemmeside, sidst tilgået 05.11.2014: <http://revistas.ulusofoa.pt/index.php/cadernosociomuseologia/article/view/403/310>
- 17 Varine, Hugues de: 'O conhecimento do património', i Hugues de Varine, *As raízes do futuro. O património ao serviço do desenvolvimento local*. 2012, Porto Alegre: Medianiz, pp. 43-82, pp. 45-46.
- 18 Struktur, metoder og målsætninger for projekter vedr. FMId, EMU og MuVe er beskrevet i det kapitel, der henvises til i Note 1.  
I forbindelse med SOMUS forskningsprojektet har vi også skrevet en artikel, der fokuserer på processen med at oprette og udvikle FMId, og især hvordan lokalbefolkningen skaber og organiserer deres eget Mindearkiv for at lære deres egen baggrund bedre at kende, så de bedre kan medvirke til samfundsændringer (se Sancho Querol & Sancho, 2014).
- 19 Santos, Boaventura Sousa: 'Para além do pensamento abissal: das linhas globais a uma economia de saberes', i Boaventura de Sousa Santos & Maria Paula Menezes (Orgs.), *Epistemologias do Sul*. 2009, Coimbra: Almedina-CES, pp. 23-71.
- 20 En kort beskrivelse af projekterne *Veredas da Memória*, *Alegria do Museu*, *Jasmim*, *Aperitivo* or *São Bras* in Transition kan ses på Tøjmuiseets hjemmeside: <http://www.museu-sbras.com/>



GENTÆNKNING

AF

ØKOMUSEET

KIM CLAUSEN

& PETER CARSTENSEN

& IBEN GRANUM MØLLER

**R**ingkøbing-Skjern Museum bliver drevet som et økomuseum, der binder bygninger, kulturmiljøer og det omkringliggende landskab sammen. Efter 25 år er det tid til at gentænke økomuseet i en nutidig kontekst. Første skridt er et tilbageblik over de erfaringer - succeser og udfordringer - som museet har opnået. Artiklen præsenterer en række anbefalinger til gentænkning af økomuseumskonceptet.



# GENTÆNKNING AF ØKOMUSEET

Vestjyllands Økomuseum blev officielt i 1990 med udfærdigelsen af rapporten "Vestjyllands Økomuseum – landskab, kultur og turisme". Med inspiration fra økomuseer i Frankrig, Norge og Sverige beskrev rapporten, hvorledes et dansk økomuseum kunne udvikles i Vestjylland omkring den sydlige del af Ringkøbing Fjord.

Et økomuseum ser bygninger som genstande, der fortæller en fælles historie omkring de funktioner bygningerne rummer, om de mennesker der boede i og omkring dem, og ikke mindst det landskab, som omgiver dem. Derfor giver det ikke mening for et økomuseum at komme bygninger i glas og ramme, eller for den sags skyld flytte dem sammen til et frilandsmuseum.

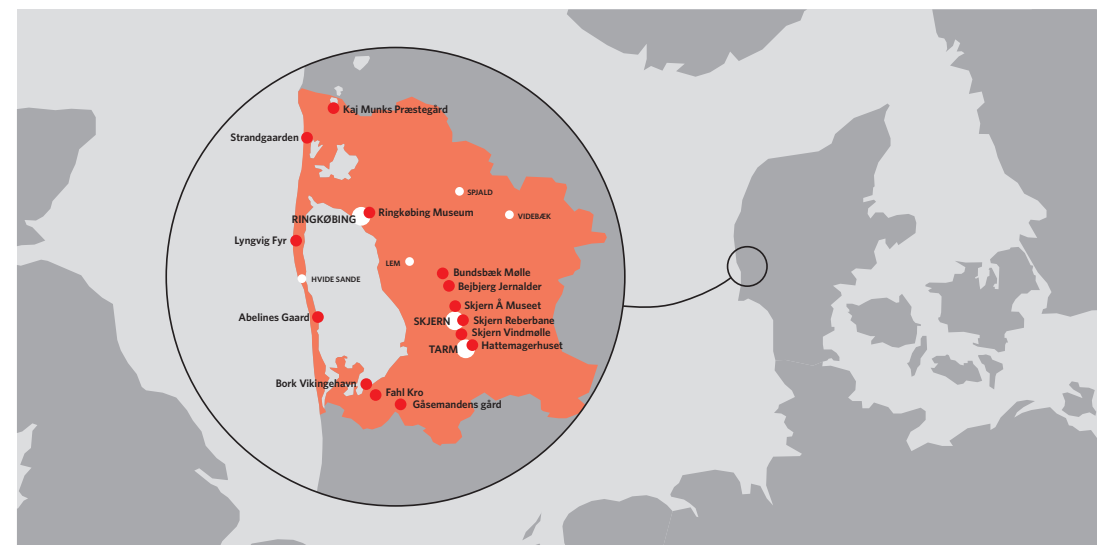
Museets 14 bygninger er altså meget mere end de mursten, de er bygget af. Igennem disse bygninger og de mange historier, de repræsenterer, kan museet opretholde en fælles vestjysk hukommelse. De udgør med andre ord vores kulturarv – en knage-række, som vi i Vestjylland kan hænge vores identitet op på.

## ØKOMUSEETS FORMÅL OG HISTORIE

Økomuseets formål blev i 1990 defineret som følgende:

- at fortælle om kulturlandskabets udvikling omkring Ringkøbing Fjord
- at være en spændende museums- og friluftoplevelse for børn og voksne
- at være både kulturinstitution for lokale borgere og en attraktion for områdets mange turister

Allerede i slutningen af 1980'erne var der en dialog mellem det daværende Skjern-Egvad Museum, som havde taget initiativ til økomuseet, og det daværende Ringkøbing Museum om at gå sammen og etablere en formidlingsmæssig overbygning i form af et økomuseum omkring Ringkøbing Fjord.



I 1990 rådede Skjern-Egvad Museum over Bundsbæk Mølle tæt ved Bjørnemosen og Dejbjerg Hede samt Fahl Kro tæt ved Værnengene og Tipperne i den sydlige del af Ringkøbing Fjord. I Skjern havde museet Skjern Vindmølle, Skjern Reberbane og et stationsbymuseum i nogle tidligere lokomotivførerboliger. I Tarm havde museet byens ældste hus, Hattemagerhuset – et arbejderhus fra ca. 1830.

I Ringkøbing havde museet til huse i den gamle museumsbygning med fine samlinger om områdets forhistorie og fra købstadens historie. Endvidere drev Ringkøbing Museum også den gamle strandfogedgård, Strandgården, nord for Søndervig.

Imidlertid kom der ikke mere ud af samarbejdet mellem de to museer end en fælles turistfolder, der blev udgivet et par år. Begge museer blev optaget af egne udviklingsprojekter. Skjern-Egvad Museum fik et stort tilskud fra Arbejdsmarkedets Feriefond til at udvikle økomuseumsideen i Skjern og Egvad kommuner, mens Ringkøbing Museum fik støtte fra forskellige fonde til at etablere et Strandingsmuseum i Thorsminde baseret på de omfattende fund fra to engelske linjeskibe, Sct. George og Defence, der strandede ud for Thorsminde i 1811.

I perioden 1995 og frem til 2006 voksede Skjern-Egvad Museums besøgstal betydeligt til omkring 110.000 besøgende om året. Her var det især den nyetablerede Bork Vikingehavn, der var det store lokomotiv med næsten 50.000 besøgende. Ligeledes oplevede Ringkøbing Museum en betydelig vækst i besøgstallet som følge af Strandingsmuseet i Thorsminde.





Da man i forbindelse med kommunalreformen i 2007 blev enige om at fusionere Skjern-Egved Museum og Ringkøbing Museum, der nu lå i samme kommune, var det for Skjern-Egved Museums vedkommende vigtigt, at økomuseet blev skrevet ind i det nye Ringkøbing-Skjern Museums vedtægter. Udover de to statsanerkendte museer kom det fondsejede museum Abelines Gaard også med i fusionen. Til gengæld blev Strandingsmuseet overdraget til Holstebro Museum. De 15 år gamle tanker, om at skabe et økomuseum rundt om Ringkøbing Fjord blev nu en realitet.

Efter 2007 er der kommet flere besøgssteder ind i økomuseet. I 2010 indgik Ringkøbing-Skjern Museum en aftale med Fonden for Kaj Munks Præstegård i Vedersø om at drive præstegården som besøgssted. Året efter indgik museet en partnerskabsaftale med Ringkøbing-Skjern Kommune og Naturstyrelsen Vestjylland om udvikling og drift af Lyngvig Fyr. Det nye Ringkøbing-Skjern Museum er således blevet ét stort økomuseum med 14 besøgssteder. I 2012 nåede museet sit hidtil højeste besøgstal med 182.000 gæster.

## ØKOMUSEET FORDRER DEN LEVENDE HISTORIE

I økomuseet spiller de autentiske bygninger i sig selv en vigtig rolle. De er ofte fredede eller bevaringsværdige og fungerer som bindeled mellem det omkringliggende landskab, de indendørs udstillinger og de mennesker der levede i dem. De gennemførte brugerundersøgelser viser med tydelighed, at museets brugere er glade for at kunne besøge disse autentiske steder. Når denne oplevelse forstærkes gennem rundvisninger og levendegørelse – eller kædes sammen med guidede ture i det omkringliggende landskab er brugerne i særdeleshed tilfredse. Dette har bevirket, at museet de senere år har markedsført sig under brandet “Levende historie”.

Et eksempel er den fredede strandfogedgård Abelines Gaard syd for Hvide Sande. Den er i sig selv en tidslomme for strandfogedens liv og Abeline, der boede på gården. Men den er samtidig en del af den større fortælling om livsvilkårene på Holmsland Klit for 125 år siden. Det bliver tydeliggjort ved, at den stadig er omgivet af autentiske kulturmiljøer – tæt på ligger både redningsstation, raketstation, et missionshus og Houvig Kirke. Her kombineres rundvisninger, levendegørelse, aktiviteter for børn samt guidede ture i landskabet. Når der ikke er levendegørelse eller anden form for personlig formidling, er det vigtigt at de besøgende selv kan gå på oplevelse i bygningerne og på den måde komme tæt på bygningens historie og de mennesker, der levede i dem.

Et andet eksempel er sammenkædningen af den bunkerudstilling, som har været vist på Ringkøbing Museum de senere år og guidede ture til Houvig-Fæstningen. I

2008 fandt man en bunker, der ikke havde været åbnet siden den blev forladt i 1945. Samtidig fik museet kontakt til en mand, der som ung havde boet i selv samme bunker. Der har været massiv interesse for denne historie, og gæsterne har givet udtryk for, at de har fået en meget intens museumsoplevelse ved både at få lov til at gå rundt i de autentiske, men forladte og tomme, bunkere og høre historien for derefter at træde ind i den rekonstruerede bunker, der meget livagtigt giver gæsten en oplevelse af livet i bunkerne, da de var i brug.

## ØKOMUSEETS MODULER RUMMER MULIGHED FOR FLEKSIBEL FORMIDLING

Økomuseet kan deles op i moduler, som kan kombineres på forskellig vis, så de tilpasses den enkelte bygnings eller landskabs historie, de forskellige typer brugeres oplevelse osv. Dertil kan tilføjes nogle udefrakommende og dynamiske parametre, som trends, der er oppe i tiden, fx kulinariske oplevelser.

De statiske moduler er fx bygninger og kulturlandskabet. De dynamiske parametre er formidlingsformerne, fx udstillinger, levendegørelse, guidede ture mv. De udefrakommende trends, som fx kulinariske oplevelser, tilgængelighed for handicappede mv. er over tid også med til at forme museets tilbud til brugerne.

Gennem de 25 år økomuseet har eksisteret, er brugernes interesse for kulinariske oplevelser steget. Økomuseet har stort set gennem hele sin levetid afholdt æggekageaftener, hvor brugerne sidder i de autentiske krostuer, og spiser en ret der er karakteristisk for kroens historie. Oplevelsen bliver forstærket ved spillemandsmusik og fortællinger om kroens historie. I den senere tid har den stigende kulinariske trend bevirket, at museet med succes har afholdt lignende arrangementer, hvor gæsterne nyder egnskarakteristisk mad i de autentiske bygninger, fx “Til højboards i vikingehallen” og “Jagtmiddag i Provstgaardens Hus”.

## BRUGERNE ER MOTIVEREDE OG VIDEDEGÆRLIGE

Økomuseets besøgstal viser, at bestræbelserne på at levendegøre og rekonstruere fortiden under betegnelsen “Levende Historie” i høj grad appellerer til både den lokale befolkning og områdets mange turister.

Brugerundersøgelsen viser, at museets brugere generelt er meget tilfredse med museets formidling.<sup>1</sup> Den samlede vurdering fra brugerne er på 8,7 på en skala fra et til ti. Det er lidt højere end gennemsnittet for andre kulturhistoriske museer, hvor gennemsnittet ligger på 8,5.

Brugerundersøgelsen viser, at halvdelen af økomuseets brugere er meget interesserede i at få nogle oplevelser med indhold, de karakteriserer sig selv som 'fagligt interesserede' og 'videbegærlige'. Det er vores vurdering, at 'oplevelsesjægerne', der udgør en femtedel af museets brugere, bliver motiveret af den høje grad af levendegørelse på museet, og ville ikke være kommet hvis der kun var mere traditionelle udstillinger.

Brugernes motivations- og læringsadfærd

- 12% er fagligt interesserede
- 40% er videbegærlige
- 20% er oplevelsesjægere
- 12% er opladere
- 4% er vedhæng
- 2% er værter

Det fremgår ligeledes af brugerundersøgelsen, at økomuseets rekonstruerede vikingemiljø, Bork Vikingehavn, topper listen over danske museer med fleste udenlandske brugere.<sup>2</sup> Med hele 81% formår Bork Vikingehavn at tiltale de mange tyske turister, der er langs vestkysten. Andelen af brugere, som angiver at de er videbegærlige, hænger sammen med de mange brugere fra Tyskland, da de i højere grad end danske brugere karakteriserer sig selv som videbegærlige.

## BRUGERNE BESØGER FLERE AFDELINGER

Det er tydeligt i museets besøgsstatistik, at de steder, hvor museet er i stand til præsentere en spændende levendegørelse, er de steder, hvor der kommer flest besøgende. En af de ting, det kunne være interessant at vide mere om, er i hvor høj en grad museets brugere kommer på flere af økomuseets afdelinger. Vores bedste indikator på genbesøg, er salget af ugekort og årskort, hvor brugerne for en reduceret pris kan besøge alle økomuseets besøgssteder i den gældende periode. Salget af uge- og årskort har siden indførelsen i 2010 været konstant stigende og er tredoblet. Vi overvejer alternative initiativer, der skal få brugerne til at besøge flere af vores museer.

## BRUGERNE VÆRDSÆTTER DEN LEVENDE FORMIDLING

I en nytænkning af økomuseet overvejer vi, hvorledes vi kan udvikle den personlige formidling på museets besøgssteder samtidig med, at vi udnytter de formidlingsmuligheder den digitale teknologi giver. En af de ting, som vores brugere sætter pris på i forbindelse med digital formidling, er muligheden for at vise billedshows i udstillingerne. Vi tænker også de digitale muligheder ind i forbindelse med nye måder at skilte på ude i landskabet.

Brugerundersøgelsen fra Bork Vikingehavn i 2013 viser imidlertid, at brugerne ikke efterlyser mere digital formidling. Måske skal man i forbindelse med Bork Vikingehavn snarere se de digitale muligheder i forbindelse med at forberede vores brugere bedre til museumsbesøget, eller som en sekundær formidlingsform, da interessen for økomuseets levendegørelse er så markant.

## FRIVILLIGE ER EN VIGTIG DEL AF ØKOMUSEET

Oprindeligt var økomuseumsideen tænkt som en formidlings- og bevaringsstrategi med henblik på den lokale befolkning, hvor turister udefra var en tillægsgevinst. Inddragelse af frivillige har således været tænkt ind fra starten som en af de måder, hvorpå man kan inddrage og engagere lokalbefolkningen.

Denne indgangsvinkel har været en succes. Ikke blot som tidligere vist for brugerne, men også for de frivillige selv. Der er i dag omkring 300 frivillige tilknyttet Ringkøbing-Skjern Museum, der bidrager med alt fra levendegørelse, madlavning, distribution, parkeringsvagter og meget mere. De bidrager i høj grad til, i samarbejde med museets medarbejdere, at økomuseet kan tilbyde den store grad af levendegørelse, som brugerne efterspørger. For at kvalificere de frivillige til at varetage en endnu bedre levendegørelse, har Ringkøbing-Skjern Museum som et af de første museer udarbejdet en frivilligpolitik og været drivkraften bag etableringen af "Frivilligheds Akademiet", som har vist sig at være en succes. Dette kan få stor betydning for økomuseets levende formidling i fremtiden.

I takt med at museets besøgstal er steget er andelen af de udenlandske gæster også steget. Dette ses også indenfor frivilligområdet. I flere år har der været tyske familier, som er frivillige i Dejbjerg Jernalder og Bork Vikingehavn.

Som situationen er i dag burde det være muligt at fastholde økomuseets lokale perspektiv og engagement sideløbende med, at museets oplevelsesøkonomiske betydning vokser internationalt. At disse to ting godt kan udvikles sideløbende, blev vi bekræftet i ved et besøg på det engelske økomuseum Ironbridge.<sup>3</sup> Her er man i stand til at opretholde en fin balance mellem museets rolle som lokal kulturinstitution og som en stor turistattraktion.

## ØKOMUSEETS BYGNINGER UDFORDRER ØKONOMIEN

En mere problematisk side af økomuseet er, at vedligeholdelsen af de mange bygninger lægger beslag på mange ressourcer. Denne problemstilling er især blevet fremtrædende efter dannelsen af det nye Ringkøbing-Skjern Museum i 2007, hvor

museet ekspanderede kraftigt på en meget kort periode. De gamle bygninger kræver konstant vedligehold for ikke at forfalde, og der er ofte særlige krav til håndværkernes faglighed, da bygningerne helst skal restaureres nænsomt efter traditionelle metoder.

Museet har selv forsøgt at kompensere for faldende offentlige tilskud gennem en forøget egenindtjening på entre og andre indtjeningsområder. Siden 2008 har museet øget sin egenindtjening fra at dække en tredjedel af den samlede omsætning til i 2014 at dække halvdelen. Desværre har museet ikke været i stand til at frembringe et tilstrækkeligt stort overskud til at kunne overføre yderligere ressourcer til bygningsvedligeholdelse. Dette er en problemstilling, som museet arbejder kontinuerligt på at løse, men det bør være en vigtig faktor at forholde sig til i gentænkningen.

Udover at søge fonds- og sponsormidler forsøger museet også at involvere flere frivillige i vedligeholdelsen af bygningerne. I fremtiden kan dette måske være en mulighed, sådan som man ser det på mange engelske og amerikanske museer.

## ØKOMUSEETS INFRASTRUKTUR HAR AFGØRENDE BETYDNING

Oprindeligt skulle økomuseet kædes sammen ved hjælp af den historiske cykelrute “Drivvejen”, som forbinder Fahl Kro og Bundsbæk Mølle. Etableringen af Drivvejen viste sig at have store udfordringer. Flere steder måtte de daværende Skjern og Egvad kommuner bruge mange kræfter på at få lodsejere til at acceptere stien og adgang for besøgende turister. Til trods for den store indsats, der blev lagt i at få Drivvejen gennemført, var der stadig en række udfordringer, som forhindrede at Drivvejen kom helt i spil. Flere steder måtte cykelturisterne køre på landevejen uden cykelsti, hvilket især mange børnefamilier beklagede sig over. Ligeledes skulle man køre en stor omvej for at kunne passere Skjern Å.

Disse ting er ændret i dag. Der er nu etableret gode cykelstier næsten hele vejen rundt om Ringkøbing Fjord, ligesom der i forbindelse med naturgenopretningen af Skjern Å er etableret nogle meget populære trækfærger ved åens delta. Hele infrastrukturen for cykelturisme rundt om Ringkøbing Fjord er i disse år langt bedre, end da økomuseet startede for 25 år siden. Ringkøbing-Skjern Museum forsøger at have et tæt samarbejde med Ringkøbing-Skjern Kommune i udarbejdelsen af informationen omkring det univers af natur-, kultur- og historiske oplevelser, som økomuseet kan byde på langs den nyetablerede cykelsti.

En anden mulighed er at lancere Lyngvig Fyr som indfaldsport til økomuseet omkring fjorden. Fra toppen af Lyngvig Fyr kan man se rundt om hele Ringkøbing Fjord.

Dette vil også blive overvejet i gentænkningen af økomuseet. Lyngvig Fyr er et af de besøgssteder, der har flest besøgende med 45.000 i 2014, og det vil derfor være en oplagt måde at udnytte denne store kontaktflade med brugerne.

## ØKOMUSEETS TEMAER HAR AFSÆT I FORSKNING OG FORMIDLING

Ved økomuseets start blev der oprindeligt formuleret otte temaer, som skulle danne ramme omkring museets forskning, formidling og bevaring.

Disse temaer er følgende:

- Landbrug – historien om forvandlingen af det vestjyske landskab
- Fra boplads til stationsby – de lange linjer i bebyggelseshistorien
- Det daglige brød – brødet historie og historien om sultegrænsen
- Jagt og fiskeri – fjordfiskeri og lystfiskeri
- Fugle
- Vand og Vindmøller – før og nu
- Rakkerne – en minoritet i Vestjylland
- Tro og overtro

Temaerne skulle tilsammen give et sammenhængende billede af Skjern-Tarm egnens natur- og kulturhistorie, og give den besøgende lyst til at gå på opdagelse i museets udstillinger, deltage i naturskole og naturvejledning eller tage på tur på egen hånd.

Temaerne var formuleret på baggrund af Skjern-Egved Museums forskning inden for arkæologi og nyere tid og skulle inddrage natur- og kultursammenhænge – fortid, nutid og fremtid – det internationale perspektiv og være inddragende.

Det har imidlertid vist sig, at det har været vanskeligt at få alle temaer i spil på samme tidspunkt. Endvidere er der kommet nye temaer på dagsordenen. I de senere år har Ringkøbing-Skjern Museum indledt et strategisk samarbejde med Varde Museum. Samarbejdet omfatter en fælles formulering af fire overordnede forsknings- og formidlingstemaer, som begge museer gerne vil arbejde med. Vi har kaldt disse temaer for “de vestjyske supertemaer”.

De fire vestjyske supertemaer er:

- Jernalder og vikingetid i Vestjylland
- 2. verdenskrig i Vestjylland
- Vestkystturismens historie
- Landskab og identitet i Vestjylland

Supertemaerne er emner, hvor begge museer har store forsknings- og formidlingsmæssige potentialer, som sammenlagt giver mulighed for at oparbejde både stor viden og oplevelsesøkonomiske tilbud. De to museer har aftalt, at de vil vidensdele og støtte hinanden i formidlingen af disse temaer. Endvidere samarbejder museerne om arkæologi i den fælles arkæologiske enhed ArkVest og den fælles årbog "Opdatering". Desuden er vi i gang med at undersøge, hvorledes vi kan lave en fælles skoletjeneste.

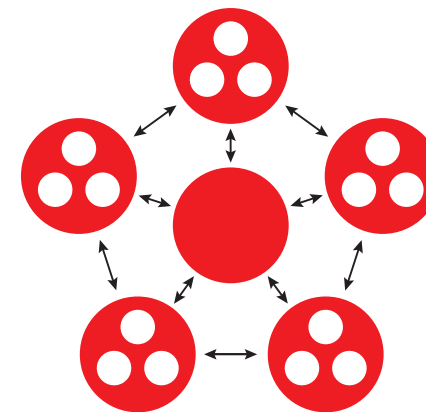
Det ser ud til, at der stadig er behov for en revidering af de temaer, som økomuseet isoleret set skal arbejde med, og som tilgodeser alle bygninger og historier, som museet skal dække. En gentænkning af økomuseet kan med fordel udarbejde en ny tematisering og kategorisering af både bygninger og museets faglighed, for at kunne tilgodese nutidige behov og vilkår.

## FRA BESØGSSTEDER TIL MUSEUMSKLYNGER

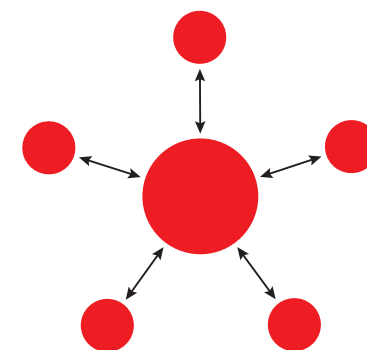
Den fysiske og historiske forbindelse, der var mellem de oprindelige bygninger i det gamle Skjern-Egvad Museum, er ikke umiddelbart til stede i de bygninger, som museet ejer og driver i dag. Det er derfor væsentligt at overveje, hvilken sammenhæng der er, og hvilken måde der er mest hensigtsmæssig at anskue Ringkøbing-Skjern Museum på i 2015.

Som økomuseet fungerer i dag, ligner det måske mere det man i England og USA kalder for et "Hub Museum". Det vil sige et museum, hvor der er et fælles nav (hub), ud fra hvilket der udspringer en række besøgssteder. I 'Hub-museet' behøver der ikke at være en tematisk sammenhæng mellem de forskellige besøgssteder. Det kan være oplagt at anskue museet på denne måde, da der kan være "tematisk langt" fra en autentisk reberbane, over en rekonstrueret vikingehavn til den præstegård, som Kaj Munk boede i.

Men da det er ønsket at udvikle visionen om økomuseet, kunne det måske være en fordel at tænke temaer og besøgssteder sammen på en ny måde. Museet har i 2008 i samarbejde med Mollerup Designlab A/S udarbejdet et forslag til at profilere museet i klynger med tilhørende overordnet identitet uden derved at kvæle de enkelte besøgssteders særpræg.<sup>4</sup>



ØKO-MUSEUM med bygningerne samlet i klynger og dokumentationscentret i midten. Bygningerne indgår i en sammenhæng både i de enkelte klynger og klyngerne imellem.



HUB-MUSEUM hvor bygningerne kun indgår i en sammenhæng med dokumentationscentret.

Flere former for klynger er mulige:

- **Geografiske klynger.** Samtænkning af besøgssteder der ligger tæt ved hinanden selv om de formidler forskellige temaer. Fx at markedsføre den autentiske vandmølle Bundsbæk Mølle, den rekonstruerede jernalderlandsby Dejbjerg Jernalder, rakkerhuset og Bundsbæk Naturpark under fælles betegnelsen "Bundsbæk Historieland".
- **Tematiske klynger.** Samtænkning af besøgssteder ud fra deres temaer. Ud fra en tematisk tankegang kan besøgssteder, der er placeret geografisk lang fra hinanden godt komme ind i den samme tematiske klynge. I forbindelse med de tematiske klynger bliver klyngen til et mere abstrakt begreb.

En opdeling af besøgsstederne i klynger – uanset type – kan have flere fordele. Internt kan klyngerne være afsæt til at definere nye og mere hensigtsmæssige organisatoriske opdelinger. Her tænkes på øget sammenhæng i indsamlingspolitik, formidling, administration og drift. Eksternt kan klyngerne også medføre nye muligheder for at markedsføre økomuseets kernehistorier og bygninger mere målrettet og tydeligt. Det gælder både i markedsføringen, der skal generere besøg samt den markedsføring, der skal være på de enkelte steder for bidrage til en større forståelse af historien hos brugerne, og forhåbentlig flere genbesøg.

Formuleringen af tematiske klynger giver også mulighed for at økomuseet kan indgå i tematiske sammenhænge med fx Varde Museum om de vestjyske supertemaer, Museum Midtjylland omkring Skjern Å eller alle museerne langs den jyske vestkyst.

De geografiske temaer har den fordel, at det er nemt for brugerne at færdes imellem de besøgssteder, som er i samme klynge. Det sker i nogen grad mellem besøgsstederne i dag ved at lave fællesbilletter mellem to besøgssteder, som ligger side om side uden dog at dele tema.

Det kunne imidlertid være interessant at arbejde videre med muligheden for at opdele de mange besøgssteder i tematiske klynger. Et forslag kunne være, at der til hver klynge defineres et antal relevante afdelinger, en liste med spor i landskabet, historiske temaer, der passer til, og centrale genstande eller genstandstyper, der relaterer sig til temaet. Som følge af erfaringen med levendegørelsen og fascinationsfaktoren, som brugerne oplever på steder som Abelines Gaard og i Gerhard Saalfelts bunker, så kunne det også være interessant at personificere hvert tema. Det kunne være faktuelle personer, i det omfang det er muligt. Og ellers i arketyper, fx stormanden, husfruen, trællen mv.

I og med at økomuseet fokuserer på sammenhængen mellem landskab, bygninger og mennesker kunne det måske være givtigt at fokusere på liv, der er levet i de forskellige naturtyper som ligger indenfor museets dækningsområde. Man kunne forestille sig klynger, der potentielt kunne rumme alle økomuseets 14 besøgssteder. Denne konkretisering af mulige klynger, kunne måske medføre en større bevidsthed både internt og eksternt om hvilke primære historier, som økomuseet fortæller i 2015.

## OPSUMMERING

Erfaringerne med økomuseet gennem 25 år har overvejende været positive og hensigtsmæssige for både brugere og det museumsfaglige arbejde. Driften af økomuseet i praksis har vist sig at være gjort af en række statiske og dynamiske parametre. De statiske er bygningerne og spor i landskabet. De dynamiske parametre er formidlingen, som primært har fokuseret på den levende historie og understøttet af mere traditionelle udstillinger, der er præget af tidens tendenser.

Økomuseumstanken betyder, at vi har stort fokus på frivillige, og derfor på mange måder er et foregangsmuseum på dette område. Nye udfordringer med få midler til restaurering af de mange bygninger, kan måske medføre en udvidelse af de frivilliges indsats til også at omfatte vedligehold.



Brugerundersøgelserne viser, at brugerne er meget tilfredse og glade for at opleve de autentiske bygninger, koblingen til landskabet og “mødet” med dem som levede der.

Infrastrukturen rundt omkring Ringkøbing Fjord er i dag meget mere ideel til et økomuseum, men der kan med fordel sættes på en tydeligere sammenkædning af afdelingerne gennem en udvikling af infrastruktur. Det konstant stigende salg af ugekort/årskort viser imidlertid, at brugerne allerede oplever et samlet museum.

## ANBEFALING TIL GENTÆNKNING

Økomuseet har gennem tiden arbejdet med forskellige temaer. Men det er måske tid til at genoverveje temaerne og sætte dem i relation til en ny definering af besøgsstederne i nogle tematiske eller geografiske klynger. De mange erfaringer danner grundlag for at foreslå at den kommende gentænkning af økomuseet, som er begyndt med denne artikel, bør tage udgangspunkt i følgende udsagn:

- **Fastholdelse af de autentiske bygninger og tilhørende kulturmiljøer.** Brug processen med defineringen af klyngerne til at vurdere om der eventuelt er nogle af bygningerne, som ikke længere ligger indenfor økomuseets “område”.
- **Fastholdelse af den store tradition for levendegørelse.** Overvej om den digitale formidling kan understøtte formidlingen i de tilfælde, hvor det af forskellige grunde ikke er muligt at lave den primære levende formidling.
- **Videreudvikling af den fysiske, tematiske og digitale infrastruktur.** Overvej om det er muligt at anvende Lyngvig Fyr til et formidlingscentrum, der binder alle trådene sammen.



## NOTER

- 1 Den nationale Brugerundersøgelse, 2014, Ringkøbing-Skjerns Museums afdelingsrapporter.
- 2 Lundgaard, Ida Brændholt and Jacob Thorek Jensen (eds.), 2014: *Museer - Viden, demokrati og transformation*: Kulturstyrelsen, p. 215.
- 3 [www.ironbridge.org.uk](http://www.ironbridge.org.uk)
- 4 Per Møllerup: *Ringkøbing-Skjern Museum. Markedsføring som klynge*. 2008. Upubliceret rapport.

# KULTURARVVSLEDELSE OG SOCIAL FORANDRING



# MUSEERNE SAMFUNDSMÆSSIGE ROLLE

CHRISTINE BUHL ANDERSEN

& NILS M. JENSEN



Organisationen Danske Museer (ODM) er museernes interesseorganisation og repræsenterer ca. 170 museer og konserveringscentre. ODM er et nationalt museumsfagligt netværk for museumspolitiske anliggender og kompetenceudvikling. Organisationen ser det som en vigtig opgave at arbejde for at kvalificere museumsverdenen og dens ansatte til nye tider og omverdenens store krav til museerne.



# MUSEERNES SAMFUNDSMÆSSIGE ROLLE

*Udredningen om Museernes Formidling*<sup>1</sup> fra 2006 slår fast, at der er brug for dækkende og valid museumsstatistik. Kendskabet til museernes brugere viste sig at være funderet i enkelte museers egne undersøgelser og fornemmelser samt i den årlige rigide indrapportering af besøgstal til Danmarks Statistik. Der var behov for viden om brugerne, deres tilfredshed med besøget og om deres særlige ønsker til indhold og inddragelse. Dette var et forhold som gjorde sig gældende både for de flittige brugere af landets museer, som udgjorde op mod halvdelen af danskerne, men også de borgere, som ikke brugte landets museer.

## BRUGERUNDERSØGELSER OG MUSEUMSSTATISTIK

ODM støtter op om enhver meningsfuld kvalitetsudvikling, der måtte have fokus på at sikre optimal opgaveløsning. I det perspektiv er vedkommende og reflekteret dataindsamling af stor betydning for at opnå viden om museernes brugere og ikke-brugere. Dataindsamling gør det muligt at forbedre og udvikle de tilbud som museerne rummer i rigeligt mål. Rene besøgstal gør det ikke alene, og derfor har ODM i de forgangne år medvirket aktivt i at udvikle Brugerundersøgelsen.

Det skal ikke være nogen hemmelighed, at designet af Brugerundersøgelsen har givet anledning til kritik fra museernes side. Kritikken har ikke handlet om brugerundersøgelser som sådan. De danske museer er selvklart meget optagede af at forstå og undersøge, hvad deres primære interessenter, brugerne, tænker og oplever omkring museumsbesøget, hvor de kommer fra geografisk, social og aldersmæssig status og ikke mindst hvad der kan gøres anderledes for at gøre museumsbesøget endnu bedre. Anken har primært drejet sig om de dele af Brugerundersøgelsen, der omfatter TNS Gallups kompassegmentering.<sup>2</sup> Mange brugere har klaget over at skulle tage stilling til reelt politiske spørgsmål, helt irrelevant for museumsbesøget, når de egentlig var ude for at hygge sig, opleve kunst og kultur, og flere har fundet spørgsmålene decideret grænseoverskridende. Brugerundersøgelsens validitet har andre kritiseret i forhold til systematikken i frekvens og hvor mange der har udfyldt spørgeskemaerne ude på museerne.

Museernes ledelser har således under pålæg fra Kulturstyrelsen tvunget deres organisationer til at gennemføre undersøgelsen, men også viderebragt klagerne i håb om, at undersøgelsen fremover kan redesignes.

ODM bakker i høj grad op om vigtigheden af at sikre gode statistiske data. Til trods for de nævnte problemer med dele af Brugerundersøgelsens spørgeramme, er der i det store og hele grund til at glæde sig over, at vi med de seneste års dataindsamling på museerne, nu har et større landsdækkende materiale. Det betyder, at museernes brugere såvel som ikke-brugere "har fået en stemme". I ODM ved vi også, at der fra lande omkring os ses misundeligt til, at der i Danmark indsamles en centralt styret museumsstatistik. Denne statistik er, ligesom anden dokumentation, bidrag til, at museerne kan argumentere mere relevant og fyldestgørende for deres betydning og samfundsmæssige roller. Den er central i vores stræben efter at have indhold og oplevelser klar til brugerne samt alle borgere i landet.

## ALLE BORGERE

Det er en stor og grundlæggende næsten uløselig opgave museerne er på, hvad angår arbejdet med at nå borgerne! Museumslovens tilsiger følgende:

"GENNEM DE INDBYRDES FORBUNDNE OPGAVER INDSAMLING, REGISTRERING, BEVARING, FORSKNING OG FORMIDLING SKAL MUSEERNE I ET LOKALT, NATIONALT OG GLOBALT PERSPEKTIV:

AKTUALISERE VIDEN OM KULTUR- OG NATURARV OG GØRE DENNE TILGÆNGELIG OG VEDKOMMENDE, UDVIKLE ANVENDELSE OG BETYDNING AF KULTUR- OG NATURARV FOR BORGERE OG SAMFUND OG SIKRE KULTUR- OG NATURARV FOR FREMTIDENS ANVENDELSE."<sup>3</sup>

Det er altså intet mindre end alle borgere og samfundet, herunder de gæster, der besøger Danmark, der er målgruppen.

Der arbejdes på sagen og museerne har taget opgaven med at arbejde ud fra et brugerperspektiv for at udvikle museerne alvorligt. Det ses af den markante stigning i museernes besøgstal. En succes der gør, at museerne i Danmark nu er blandt de museer i verden, der har flest brugere pr. indbygger.<sup>4</sup> Ugebladet *Søndag Aften* kunne således under overskriften "Museer i vild vækst" i maj 2014 bekendtgøre, at siden 1984 er publikumstallet på danske museer steget med 56%, og at alene siden 2009 er tilstrømningen øget med 22%. I 2013 blev

de danske museer således besøgt af 13,8 mio. mennesker.<sup>5</sup> Samtidig viser Brugerundersøgelsen, at museernes gæster generelt er rigtigt godt tilfredse med indhold og udbytte af besøget, og at brugernes vurdering af information og betjening i museernes billetsalg og information vurderes som overordentlig god. Denne kerneydelse får en gennemsnitlig en score på 8,93 ud af en mulig score på 10. Dette står i skarp kontrast til de dårlige målinger på området, der er foretaget i den merkantile del af serviceindustrien, bl.a. hoteller og restaurationer.

Det er således i iveren efter at tolke statistiske tal og tendenser vigtigt at notere sig den overordnede konklusion, at museerne i Danmark bestemt ikke er et kriseramt område. Det afspejles foruden af de massivt stigende besøgstal også af de markante økonomiske investeringer, som både landets kommuner, ikke mindst efter kommunalreformen i 2007, men også landets almennyttige fonde har foretaget i udvikling af museumsområdet. Det kan vi være både taknemmelige for og stolte af. Der er nemlig tiltro til, at de danske museer udfylder de mange roller i samfundets tjeneste både seriøst og med samfundsrelevans.

### MUSEERNE ER VÆSENTLIGE SAMFUNDSAKTØRER

I de senere år har hele tankegangen om, hvilke borgere, der skal nås, hvordan det skal ske, men også hvorfor det skal ske, ændret sig. ODM har gennem de sidste år arbejdet målrettet for at aflæse internationale tendenser på museumsområdet og det springer i øjnene, at der i høj grad i disse år sættes fokus på at museerne skal medvirke til at give borgerne større mulighed for aktivt medborgerskab. Denne tendens giver museerne et større reelt samfundsmæssigt ansvar, i relationen mellem museet og brugerne – og tilfører museerne en social dimension i opgavevaretagelsen i øvrigt. ODM har med udgangspunkt i den mangfoldige danske museumsverden defineret, at museer skal se sig selv som væsentlige samfundsaktører, der medvirker aktivt til samfundets udvikling – og som skal udvise socialt ansvar. Vi slår endvidere fast, at museer kan medvirke til at styrke medborgerskab og aktivt medvirke til at skabe social og geografisk lighed. Museer skal endvidere medvirke til at motivere borgerne til at reflektere over samfundets udfordringer samt give lige adgang og muligheder for alle borgere og alle samfundsgrupper.

I det lys er der spændende resultater og tendenser at hente for museerne i det statiske materiale i brugerundersøgelsen. Hvor godt lykkes museerne med at skabe dette medborgerskab?





## INTERNATIONALE TENDENSER

I arbejdet med at afdække internationale tendenser er der specielt to lande, hvor danske museer kan finde udsagnskraft og holdninger til udviklingen af fremtidens danske museer. ODM er således inspireret af såvel det hollandske initiativ "More Than Worth It – the Social Significance of Museums"<sup>6</sup> og af det engelske udviklingsperspektiv "Museums Change Lives"<sup>7</sup>. Tilsammen danner disse to fremtidsscener rammen om en udvikling, der også har perspektiv for de danske museer.

Et citat fra "Museums Change Lives" sætter museernes rolle i perspektiv:

"MUSEER ÆNDRER MENNESKERS LIV. DE BERIGER ENKELTPERSONERS LIV, BIDRAGER TIL STÆRKE OG ROBUSTE FÆLLESSKABER OG ER MED TIL AT SKABE ET FAIR OG RETFÆRDIGT SAMFUND. MUSEER BLIVER TIL GENGÆLD BERIGET UMÅDELIGT AF DERES BESØGENDES FÆRDIGHEDER OG KREATIVITET."<sup>8</sup>

Med det som afsæt sættes kursen mod en udvikling, hvor museerne i England i 2020 kan medvirke til at skabe inddragelse og større social forandring, uanset hvordan museerne er finansierede, og uanset hvilken type museum der er tale om.

I den hollandske publikation om fremtidens museer beskrives fem sociale værdier, som museerne tilfører samfundet.<sup>9</sup> I det hollandske perspektiv genererer alle museer, pr. definition, social værdi. Den grundlæggende værdi har fået betegnelsen 'Collection value', da alle museer indsamler, bevarer og udstiller genstande fra samfundets fælles kulturarv, hvilket ses som nøglen til samfundets kollektive erindring, identitet og selvforståelse.

Ud over denne helt grundlæggende værdi, er der ifølge hollænderne fire andre centrale sociale værdier, som museerne har mulighed for at bringe stærkere i spil for at øge deres samfundsmæssige ansvar. Den første af disse kaldes for 'Connection Value', og peger på museerne som mødesteder, der som 'sociale hubs' fungerer som platform og tryk ramme for demokratisk udveksling af synspunkter og debatter. Ligesom museer er mødesteder, der etablerer forbindelser på tværs af generationer, kulturer, religioner, videnskaber og synspunkter. Museerne arbejder således i mangfoldige netværk af mennesker, fra det lokale nærmiljø til det videnskabelige miljø og både nationalt og internationalt.

Samtidig arbejder museerne med andre dele af samfundslivet, fx biblioteker, uddannelsesinstitutioner, græsrodsorganisationer, virksomheder og kommuner. På den måde faciliterer museerne en form for aktivt medborgerskab, som er af stor social værdi. Ikke mindst inddragelsen af frivillige i museumsarbejdet giver mange medborgere mulighed for at bidrage aktivt til samfundet, også efter at de fx har forladt arbejdsmarkedet.

## LÆRINGSVÆRDI

En af de vigtigste sociale værdier, som museerne tilbyder, vedrører læring og uddannelse, 'Educational Value'. I samspil med skolesystemet kan museerne fungere som alternative læringsrum, som tilbyder børn og unge unik indsigt i deres egen kultur og historie. Museerne kan også udgøre alternative læringsrum med fokus på samarbejde, uformel læring og kreativ praksis, der ikke kan lade sig gøre i klasseværelset. På den måde kan museerne supplere det formelle uddannelsessystem og skabe rammer for større mangfoldighed af læringsformer og inklusion af forskellige børn og unge, uanset hvor deres styrker og svagheder er. Gennem arbejdet med museernes samlinger, og de historier, der knytter sig til dem, skabes en større interkulturel forståelse imellem eleverne. For voksne og ældre borgere udgør museerne et tilbud om livslang læring, som ofte fremhæves i undersøgelser af, hvorfor mennesker opsøger museerne. Her opfyldes et behov for at indhente information og læring om sig selv og verden.

## OPLEVELSESVÆRDI

Med overskriften 'Experience Value' betegnes de muligheder for eventyr, oplevelse og sjov, som museerne også tilbyder. Fra inspiration, afslapning, nydelse og forundring til intellektuel udfordring. En værdi, som stimulerer menneskers fantasi, frihedsfølelse og dermed et rum for kritisk, fri refleksion, der potentielt kan flytte menneskers syn på verden i en travl hverdag, hvor der ikke er mange åndehuller eller rum til fredelig refleksion. 'Experience Value' hænger tæt sammen med 'Economic Value'. De knytter sig begge til turistindustrien. Der genereres konkrete indtægter, både til museerne og deres omgivelser, når besøgende tiltrækkes af museernes oplevelsestilbud. Dertil kommer, at museerne kan medvirke til at give en egn, et land eller en region et brand og en identitet.

## MUSEER FORANDRER LIV

Den engelske museumsorganisations nyere programerklæring "Museums Change Lives" går endnu længere og forventer, at museerne går ud og ligefrem bidrager til at løse nogle af de sociale problemer, samfundet står med. Her taler man om social retfærdighed som et centralt resultat af det museerne gør for samfundet. Museer skal sikre menneskers livskvalitet og velbefindende, uanset deres sociale baggrund. Det vil sige uanset om de er arbejdsløse, hjemløse eller tilhører privilegerede eller forsømte grupper. En anden udfordring er den stigende andel af ældre borgere. Museerne bør gøre mere for at gøre de ældres liv bedre. Det står klart i den engelske kontekst, at museerne ikke kan løse problemerne alene, men gennem partnerskaber med sociale organisationer kan museerne supplere deres egne organisationer med de kompetencer, de mangler.

Museerne opfordres også til at efteruddanne de ansatte for at ruste museerne til at løfte sociale opgaver. Museerne skal, med andre ord, gøre verden bedre ved at skabe forståelse mellem forskellige befolkningsgrupper og kulturer og ved at tage aktiv del i det lokale samfund, de er placeret i. Effektive museer sikrer aktiv deltagelse, ligesom co-creation er et nøgleord, uanset om man er et kunstmuseum, et kulturhistorisk eller et naturhistorisk museum. Opgaven er at inspirere mennesker, skabe mening, eftertanke og rum for kritisk tænkning. Museerne skal forholde sig til samfundets aktuelle problemer og opmuntre borgerne til at reflektere over dem:

"DE BEDSTE MUSEER UDNYTTER DERES BETROEDE STILLING TIL AT OPMUNTRE FOLK TIL AT REFLEKTERE OVER SAMFUNDETS AKTUELLE UDFORDRINGER. DE ARBEJDER FOR SOCIAL RETFÆRDIGHED OG MENNESKERETTIGHEDER. SÆTTER SPØRGSMÅLSTEGN VED FORDOMME OG FORSVARER RETFÆRDIGHED OG LIGHED."

Der kan forekomme langt fra spørgeskemaer og afledte regneark i billetsalget på et dansk museum til disse museumstrends fra henholdsvis Holland og England. Men vil museerne fremover sikre sig politisk legitimitet, yderligere kvalitet i tilbuddene og glæden ved at kunne nå nye brugergrupper og borgerne i arbejdet på at spille en mere aktiv og relevant rolle i samfundet, så er indsamlingen af statistisk data og dokumentation om de borgere og brugere, det hele handler om helt central.



## NOTER

- 1 Kulturministeriet: Udredning om Museernes Formidling, 2006, Kulturministeriet.
- 2 Se mere om Gallup kompas i artiklen "Museernes brugere og brugernes museer" i denne publikation.
- 3 Museumsloven. [www.retsinformation.dk](http://www.retsinformation.dk)
- 4 Data fra Danmarks Statistik.
- 5 [www.sondagften.dk](http://www.sondagften.dk)
- 6 [www.museumvereniging.nl](http://www.museumvereniging.nl)
- 7 [www.museumsassociation.org/museums-change-lives](http://www.museumsassociation.org/museums-change-lives)
- 8 "Museums Change Lives", Museums Association, London, 2013.
- 9 "More Than Worth It. The Social Significance of Museums". 2011.







BIG DATA,  
PRAKSIS OG  
POLITIK

PAUL MOORE

De fleste kulturinstitutioner udnytter ikke datapotentialet fuldt ud til at styrke både deres rolle som et vigtigt lokalsamfundsaktiv og, hvad der er endnu vigtigere, deres betydning som skabere af både økonomisk og social kapital. Den følgende analyse har til hensigt at vise, hvordan undersøgelse og anvendelse af museumsbaserede besøgsdata kan bruges til at træffe vigtige politik- og strategibeslutninger baseret på 'datadrevet beslutningstagning'.





# BIG DATA, PRAKSIS OG POLITIK

Dette indlæg bygger på et tidligere oplæg til en ændring af politik skrevet af Paul Moore og Anthony Lilley og finansieret af National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA), under titlen Counting What Counts.<sup>1</sup> De fleste organisationer, der arbejder i den kulturelle sektor, kan placeres et eller andet sted inden for det, som *Counting What Counts* kalder *the Data Maturity Spectrum* (datamodenhedspektret). Spektret gør det muligt for institutioner at placere dem selv i forhold til brug af data i planlægning. Dette handler dog ikke udelukkende om målinger og ansvarlighed over for bidragsydere, selv om det naturligvis vil forbedre disse og styrke diskussioner om kvalitet og rækkevidde. Datamodenhedspektret kan bruges som et værktøj til at vurdere, hvor en given organisation ligger, hvad angår datamodenhed. Modellen har tre stadier, der ikke gensidigt udelukker hinanden:

## Data 1.0

Der foreligger data om kerneydelser (fx billetsalg), men disse bruges fortrinsvist i forbindelse med markedsføring og salg, ofte på ret simpel vis.

Datadrevet beslutningstagning er meget begrænset.

## Data 2.0

Data, der er specifikt relateret til det digitale domæne er taget med. Integration med Data 1.0 er meget begrænset. Mange organisationer kæmper med mængden og betydningen af data og med datakvalitet. Inkonsekvente indgangsvinkler inden for og mellem organisationer er almindeligt forekommende.

'Digitale' data (fx internettrafik) bruges oftest til at se på 'digitale' problemer, der ofte behandles særskilt fra resten af driften.

Datadrevet beslutningstagning er begrænset.

## Data 3.0

Karakteriseret ved en integreret brugerfokuseret tilgang til alle data fra såvel fysiske som digitale domæner. Med tiden begynder effektmål at supplere og endda erstatte aktivitets- og resultatmål (såsom hits ved søgning). Datadrevet beslutningstagning er et centralt værktøj for beslutningstagning på ledelses- og bestyrelsesniveau.

## ET SKRIDT VIDERE END ANSVARLIGHED

Det centrale i denne model er, at den gør det muligt for organisationer at bevæge sig væk fra måle- og dataindsamlingsystemer, der domineres af teknologiske bestemmelser og statistiske analyser, og frem mod en analysefære, der drives af brugere og deltagere, der har kunst-/besøgsoplevelser.

Sådan et skift kræver også en ny skrivemåde og en ny model til forklaring af indsamlet information, for at man kan opnå den maksimale virkning og anvendelighed i forbindelse med planlægning af politik og reel praksis. Der er to strategier til rådighed for dette. Den første er en repræsentation af rådata som billedbaseret infografik eller datavisualisering. Som Heller og Landers har vist, så handler det ikke bare om at anvende kraftigere computere til større mængder data.<sup>2</sup> Infografik er i sig selv en kunstnerisk aktivitet baseret på en dybdegående forståelse af kulturel sammenhæng og derfor perfekt egnet til repræsentation af kunstbaserede data.

Det er vigtigt at bemærke, at museumssektoren i Danmark allerede er begyndt at tage virkningsfuld designerdrevet infografik i brug i sin rapportering, som det kan ses i en række visualiseringer i publikationen *Museer – Viden, Demokrati, Transformation*.<sup>4</sup> Den infografiske praksis' karakter, som beskrevet af Heller og Lander, gør den selvfølgelig perfekt til kunstbaserede institutioner.

Den anden strategi, der supplerer disse tilgængelige billedlige repræsentationer, er udviklingen af en måde at italesætte de data, der gør det muligt at formidle organisationernes 'fortællinger' i stedet for blot at rapportere deres statistiske grundlag. Senest har forfatterne bag *Counting What Counts* været i gang med at udvikle nye strategier vedrørende begrebet 'thick data' (data med kontekst) for at muliggøre denne italesættelse.

"VISUALISERING AF DATA SKAL IKKE SES SOM EN MULIGHED FOR AT UDTRYKKE SIG, MEN DE BEDSTE DESIGNERE ER I STAND TIL AT SKABE EN KUNSTNERISK KOMMENTAR. MENS DE PRÆSENTERER DATA KLART OG EFFEKTIVT." <sup>3</sup>

Begrebet 'fortællingen' er afgørende for 'thick data'. Hvis data skal have en etnografisk og kvalitativ dimension, der kan gøre dem nyttige for et kunstpublikum, er det altafgørende, at brugerne er i stand til at konstruere de nødvendige fortællinger baseret på disse data. Heldigvis er dette en proces, der anerkendes og accepteres af dem, der arbejder med data som videnskab. Fx fastslår Schonberger og Cukier:

"VI MENER DOG, AT HVOR FOLK HAR BETRAGTET BIG DATA SOM ET TEKNOLOGISK SPØRGSMÅL, FOKUSERET PÅ HARDWARE ELLER SOFTWARE, ER DET NØDVENDIGT AT FLYTTE VÆGTEN OVER PÅ, HVAD DER SKER, NÅR DATA TALER".<sup>5</sup>

Clifford Geertz er utvivlsomt den mest betydningsfulde kommentator, hvad angår denne idé om at formidle kulturens fortælling. Geertz fremførte i sin skelsættende tekst *Thick Description – Toward an Interpretative Theory of Culture*, at enhver kulturel kommentar bør illustreres, ved at den mindste detalje gøres åbenlys via en dybdegående analyse af det etnografiske interviews semiotik samt en kontekstuel forståelse af de kulturelle forhold, som disse koder fungerer i.<sup>6</sup> Geertz mener derfor, at alle etnografiske resultater skal være en detaljeret blanding af fortælling og analyse.

Med fremkomsten af netværksteknologier skifter denne vægtning dog, og der skabes interessefællesskaber og virtuelle kulturer, der ikke nødvendigvis er underlagt de samme konventioner; erstatningen af kulturel sammenhæng med data under visse omstændigheder er et eksempel på dette.

Ved at tage fat på dette problem har 'digitale' etnografer udviklet begrebet 'thick data'. Denne term fremføres på fornemste vis af Tricia Wang i en blogartikel under titlen *Big Data Needs Thick Data*. I denne artikel påpeger Wang, at koncentrationen af kvantitative data kan få organisationer til at stille de forkerte spørgsmål på den forkerte måde, en proces der fremmedgør deres samarbejdspartnere og medarbejdere.

Det skal bemærkes, at når termen 'fortælling' benyttes i forbindelse med data, er det ikke tilfældigt. Der er forskel på en anekdote, der er flygtig, og en forskningsfortælling, der bevidst er indsamlet og systematisk afprøvet, delt og analyseret med henblik på at vække ny viden. Som Wang påpeger i sit blogindlæg, er "dyb indsigt en inspiration til design, strategi og innovation".

"NÅR ORGANISATIONER ØNSKER AT SKABE STÆRKERE BÅND TIL DERES INTERESSETER, HAR DE BRUG FOR FORTÆLLINGER. FORTÆLLINGER INDEHOLDER FØLELSER, NOGET SOM INTET RENSSET OG NORMALISERET DATASÆT NOGENSINDE KAN LEVERE. TAL ALENE GIVER IKKE SVAR PÅ HVERDAGENS FØLELSER: TILLID, SÅRBARHED, FRYGT, GRÅDIGHED, BEGÆR, SIKKERHED, KÆRLIGHED OG INTIMITET. DET ER SVÆRT AT REPRÆSENTERE EN ENKELTPERSONS YDELSES-/PRODUKTILHØRSFORHOLD, OG HVORDAN DETTE TILHØRSFORHOLD ÆNDRER SIG MED TIDEN, ALENE VED HJÆLP AF ALGORITMER. TILGANGEN MED BRUG AF THICK DATA RÆKKER DYBT IND I FOLKS HJERTER. I SIDSTE ENDE ER FORHOLDET MELLEM EN INTERESSENT OG EN ORGANISATION/ET BRAND FØLELSESBETINGET, IKKE RATIONELT."<sup>7</sup>

### DATA: MENNESKELIG LÆRING, IKKE MASKINLÆRING

Hvilke handlingsrettede indsigter kan dataanalyse så tilbyde, som statistisk analyse ikke kan? Den centrale forskel i vægtningen handler om at lede efter klare menneskelige forbindelser i mønstrene og at udtrykke disse som forklarende fortællinger, ud fra hvilke handling kan udvikles, i stedet for at se dem som historiske adfærdsårsager i en organisation.

Helt grundlæggende er der tre nye muligheder for kulturinstitutioners brug af data: muligheden for at analysere på både mikro- og makroniveau; muligheden for ikke blot at måle, men at kuratere, hvilket er altafgørende for dem, der er involveret i museumsarbejde; og muligheden for at bevæge sig fra kausalitet og frem mod en mere nuanceret identificering af mønster og korrelation.

De data, der dukker op fra den danske museumsverden, peger på, at der allerede er en anerkendelse af, at statistisk analyse af målinger ikke i sig selv er nok til at give indsigt, der kan danne grundlag for udformning af politikker. Derfor er museumsbrugere allerede grupperet efter 'typer'. Denne typologiske gruppering er det første skridt mod en 'thick' beskrivelse af brugeroplevelsen, da den starter med at introducere personlighedsaspekter i de numeriske diskussioner, det som undersøgelsens designere kalder 'motivation og læringsadfærd'. Skabelsen af grupper så som 'oplader', 'vært', 'videbegærlig' etc. anerkender, at de, der kuratere kulturarv, er nødt til at vide, hvilke brugere der træffer beslutning om at besøge et bestemt kulturelt rum.<sup>9</sup> Disse betegnelser bygger på en mønsteranalyse af rådata. Ud fra denne mønsteranalyse kan vi omgående se, at for brugere, der er bosat i Danmark, er 'den videbegærlige' og 'oplevelsesjægeren' på tværs af alle museumstyper langt den vigtigste kategori, idet de udgør 51% af brugerne, og af disse udgør 'de videbegærlige' den mest domi-

"FØR BIG DATA OPSTOD, VAR VORES ANALYSE OFTEST  
BEGRÆNSET TIL AT AFPRØVE ET MINDRE ANTAL HYPOTESER,  
SOM VI DEFINEREDE, LÆNGE FØR VI OVERHOVEDET  
INDSAMLEDE DATA. NÅR VI LADER DATA TALE, KAN VI  
SKABE FORBINDELSER, SOM VI ALDRIG HAVDE ANET  
EKSISTEREDE." <sup>8</sup>

nerende gruppe på 28%. Ved hjælp af krydsreferering kan vi også se, at disse kategorier desuden er i overertal blandt de brugere, der er bosat uden for Danmark, idet de udgør 69% af denne brugergruppe. Ud af disse brugere udgør 'de videbegærlige' 53% af de besøgende fra andre lande. Selv om denne viden nu muliggør datadrevet beslutningstagning, må den nødvendigvis ledsages af en udvidelse af de datasæt, der tilgås og analyseres, da der stadig mangler rigtig meget information, som disse statistiske data ikke kan forklare. Vi ved for eksempel, hvilke grupper der besøger de forskellige steder, men ikke nødvendigvis, hvad de følte om deres oplevelse. De tilgængelige statistikker indeholder et forsøg på at gå ind i denne diskussionsfære ved at spørge brugere, hvad de syntes om deres oplevelse. De anvendte kategorier har dog en tendens til at bedømme stederne i stedet for at kaste lys over, hvad brugerne faktisk følte om deres oplevelse ved at bede dem bedømme udstillingerne, rummet, atmosfæren etc. Den type stemningsanalyse, der kunne forbedre denne undersøgelse, kan findes ved at se på datasæt fra sociale medier som fx Facebook, Twitter og andre relevante platforme.

Der er ingen tvivl om, at internettet domineres af de sociale medier – social netværksdannelse når ud til 22% af den globale befolkning og udgør 19% af al den tid, der bruges online samt 50% af al mobil internettrafik.<sup>10</sup> Sociale medier er ved at ændre vores forventninger til medier ved at gøre dem til deltagerbegivenheder. Institutioner bør derfor betragte sociale medier som et værdileveringssystem og ikke bare som en digital opslagstavle; vi taler med vores brugere, ikke til dem. Fra et forretningsmæssigt synspunkt svarer en stigning på 12 point på en loyalitetsindikator, eller *Net Promoter Score*<sup>11</sup> (NPS), til ca. en fordobling i vækst.<sup>12</sup>

De forskellige sociale medieplatforme (forummer, blogs, sociale netværk, Wikier, podcasts, bogmærker, kommentarer etc.) opfanger millioner af menneskers meninger og adfærd. Det traditionelle internet var ret statisk, hvorimod det sociale internet er dynamisk og i realtid. Siden 2011 har vi set en rivende udvikling af sociale

medieværktøjer, inden for både eksisterende internetanalyseplatforme – der nu snarere er på vej til at blive online- eller digitalanalytiske – og nye applikationer. Social medieanalyse adskiller sig temmelig meget fra internetanalyse, da samtaler for det meste finder sted inden for tredjemandsplatforme, hvor organisationer ikke har samme grad af adgang og kontrol. Sociale medieværktøjer gennemtræver de forskellige netværk og hjemmesider for at høre, om visse nøgleord nævnes, hvorefter de rapporterer tilbage om hvert tilfælde.

Sådanne data viser ikke bare noget så enkelt som angivelse af 'likes' ('synes godt om'), de ville også kunne bruges til at opbygge en formel for vurdering af reel effekt. Med andre ord kunne en analyse af data fra sociale medier gøre det muligt for en institution at bevæge sig fra *hits* til *likes*, fra links til effekt, og dermed til en raffineret måling af social, kulturel og økonomisk kapital.

De statistiske data, der er til rådighed om, hvor brugere fra andre lande kommer fra, angiver tydeligt, at den største gruppe af brugere, 72%, kommer fra europæiske lande. Umiddelbart kan dette tyde på, at design og udformning af udstillinger bør henvende sig til denne befolkningsgruppe.

Man kunne godt formode, at antallet af internationale besøgende er lavt, fordi der kun kommer et begrænset antal turister fra fx Afrika, Australien eller Sydamerika. Dette er dog ikke nødvendigvis tilfældet, og besøgende fra disse lande bruger måske deres tid på at besøge andre turistattraktioner. Atter er det nødvendigt at triangulere med andre datasæt for at afprøve dette, fx datasæt om antallet af besøgende, der rejser ind i landet i forhold til pasdata, hvornår i løbet af året disse personer ankommer samt data fra andre attraktioner som fx teatre og biografer. Selv vejrstatistikker for besøgsperioden kan være nyttige, da de kan angive, hvorvidt godt eller dårligt vejr havde en indvirkning på besøgstallet.

Mens antallet af kvinder, der besøger museer, fortsat er større end antallet af mænd (henholdsvis 62% og 38%), er det stigende antal af unge i aldersgruppen 14 til 29 år, der besøger alle museumskategorierne, måske mere betydningsfuldt. Lignende tal ses for besøgende, der er bosat i udlandet, men i deres tilfælde er der en tendens til, at de besøger kunstmuseer meget mere end deres danske modparter. En sammenligning med tallene fra 2012 og 2013 angiver, at denne vækst i unges besøg har været konstant, omend ikke spektakulær. Ud af de data, der er til rådighed, kan der dog udledes tre observationer, tre fortællinger, vedrørende denne stigning samt karakteren af unges deltagelse i kulturarvs-/udstillingsaktiviteter. Meget, hvis ikke alt det samspil, som disse unge har med institutionerne, vil være drevet af mobile

teknologier. John Naughton har for nylig skrevet om, hvordan det intellektuelle rum mellem mobiltelefoner og internettet nu er forsvundet:

“DETTE BETYDER, AT KONTURERNE AF VORES GRYENDE NETVÆRKS FREMTID NU BEGYNDER AT DUKKE OP FRA DEN OPREKLAMERED E TÅGE, PATENTSAGSANLÆG OG 'DEN INFORMERED E FORVIRRING', DER TILSLØRER VORES SYN PÅ IT OG NETVÆRKSTEKNOLOGI. VI ER VIDNER TIL EN FUSIONERING AF INTERNETTET OG MOBILTELEFONI. DET ENESTE, VI NU BEHØVER AT GØRE, ER AT FINDE UD AF, HVAD DETTE BETYDER FOR VORES BØRNEBØRN.”<sup>13</sup>

En sådan ændring har tydeligvis omfattende konsekvenser for institutioners forsøg på at tiltrække den yngre del af befolkningen til deres begivenheder og udstillinger.

Desuden bliver offentlige institutioner nødt til at acceptere et vist ansvar for at sikre, at disse unge er i stand til at anvende de teknologier, der er til rådighed, i et sikkert og trygt miljø. I en nylig undersøgelse af teenagers brug af sociale medieteknologier udtrykker Danah Boyd det således:

“I STEDET FOR AT MODSÆTTE SIG TEKNOLOGI ELLER FRYGTE, HVAD DER KAN SKE, HVIS UNGE TAGER DE SOCIALE MEDIER TIL SIG, BØR VOKSNE HJÆLPE UNGE MED AT UDVIKLE DE FÆRDIGHEDER OG PERSPEKTIVER, DER ER NØDVENDIGE FOR AT KUNNE NAVIGERE BLANDT DE KOMPLIKATIONER, DER FØLGER MED DET AT LEVE I EN NETVÆRKS OFFENTLIGHED.”<sup>14</sup>

Der er intet sted, hvor dette er vigtigere, end i forståelsen af den nations historie og kulturarv, som man er forudbestemt til at blive borger i.

Endelig viser disse tal, at hvis de ikke allerede er gået i gang med dette, er centrale institutioner nødt til at begynde at indtænke interaktion, når de designer udstillinger og gallerier, da dette er en generation, der ikke vil stille sig tilfreds med et passivt møde med ekstern information. Hvad der er nok så interessant er, at hvis dette ses sammen med informationen om 'de videbegærlige', begynder man atter at ane et mønster, der understreger nødvendigheden af interaktiv, fordybende medvirken. Måske er det ikke uden betydning, at to af de museer, der har gjort interaktivitet til noget centralt i deres besøgsoplevelse – med stigende besøgstal som resultat – findes i Nordeuropa, nemlig Rijks Museum i Amsterdam<sup>15</sup> og Abba Museum i Stockholm<sup>16</sup>.

## POLITIK OG PRAKSIS

Det er vigtigt at understrege, at mens dette indlæg argumenterer kraftigt for datas vigtighed og centrale placering i nutidig kulturøkologi, hævder det ikke, at dette er en slags mirakelløsning i sig selv. Data er kun af betydning og spiller kun en rolle, når de anvendes til at forstærke andre former for viden og forståelse ved at identificere praksismønstre som dem, der beskrives ovenfor, hvor igennem museers og offentlige udstillingsrums væsentlige arbejde kan fremmes, understreges, forbedres og fremstå empirisk som en nøglefaktor i statens økonomiske rigdom.

Hvis dette skal ske, må en rullende model for politikinitiativer sættes i gang. I første omgang skal institutioner identificere, hvilke eksterne datasæt der er mest nyttige for dem samt udforme en strategi for, hvordan man får adgang til dem. Eksterne datasæt kan omfatte alt fra vejrforhold, som nævnt tidligere, til data om trafik og udenlandske tilrejsende, der alt sammen kunne have en indvirkning på besøgstallet. Den globale Åben Data-bevægelse samt adgang til offentlige datasæt er afgørende, når man skal sikre, at virkeligt anvendelige data kan tilgås af folk, der har brug for dem.

Ved at anvende datamodenhedsspektret i det danske tilfælde ser det ud, til at museums-/udstillingssektoren i Danmark ligger solidt i Data 2.0-udviklingsfasen. For at komme videre til Data 3.0 skal man gennem et par stadier. Først er det nødvendigt med en dataaudit for at identificere de datasæt, der vil være mest nyttige for en given institution. Auditten kan dernæst danne basis for opbygning af forståelse blandt praktikere og medarbejdere på institutioner, så kulturlandskabet ændres indefra via en kulturel og adfærdsmæssig forandring på institutionsniveau. Forfatterne til *Counting What Counts* arbejder p.t. med både mindre og større nationale kulturleverandører i Storbritannien, atter finansieret af NESTA, og dette arbejde peger på, at den togrenede strategi for dataanalyse og etnografisk interview giver en vigtig blanding af kvalitative og kvantitative data, som strategier kan bygge videre på.

Når strategier for dataadgang og -brug er udviklet, kan man benytte to indgangsvinkler på samme tid. Man kan forsøge sig med prototypeværktøjer, der kan stilles til rådighed for institutionernes medarbejdere, så indhentning af og reference til data bliver en del af det daglige arbejde for dem, der arbejder i det kulturelle rum.

Men for at dette skal lykkes, må beslutningstagere og institutionsledere, så vel som bidragsydere, dog acceptere vigtigheden af data i beslutninger om programlægning, kunstnerisk ledelse og indkøb til samlinger, ikke som en erstatning for erfaring og intuitiv kunstnerisk viden, men som en empirisk forbedring, der understreger effektiviteten af de kunstneriske beslutninger, der træffes.

Der kan ikke herske tvivl om, at det er nu, disse strategier skal udvikles. Det arbejde, der allerede er udført af museumssektoren i Danmark, antyder, at der findes en brugerbefolkning, der er opsat på at forstå sit lands historie og kulturarv. Datedet beslutningstagning om, hvordan denne befolkning bedst kan tilgodeses, vil sikre vækst og sikkerhed i sektoren og samtidig illustrere, at det ikke nytter at nægte de kreative og kulturelle brancher støtte, hvis den nationale økonomi skal trives og forblive internationalt konkurrencedygtig.

"DER FINDES INGEN IDIOTSIKKER MÅDE, HVORPÅ MAN FULDT UD KAN FORBEREDE SIG PÅ EN VERDEN MED BIG DATA; DET KRÆVER, AT VI FASTLÆGGER NYE PRINCIPPER FOR VORES EGEN LEDELSE. EN RÆKKE VIGTIGE ÆNDRINGER I VORES PRAKSISER KAN HJÆLPE SAMFUNDET TIL AT BLIVE BEDRE BEKENDT MED BIG DATAS NATUR OG MÅNGLER." <sup>17</sup>



## NOTER

- 1 Lilley, A. og Moore, P.: *Counting What Counts*, 2013, London: NESTA
- 2 Heller, S. og Landers, R.: *Raw Data*, 2014, London: Thames and Hudson
- 3 Ibid., p. 7.
- 4 Brændholt Lundgaard, I. og Jensen, J.T.: *Museer - Viden, Demokrati, Transformation*, 2014, København: Kulturstyrelsen.
- 5 Mayer - Schonberger, V. og Cukier, K.: *Big Data*, 2013, London: John Murray, p. 190.
- 6 [http://www.sociosite.net/topics/texts/Geertz\\_Thick\\_Description.php](http://www.sociosite.net/topics/texts/Geertz_Thick_Description.php)
- 7 <http://ethnographymatters.wordpress.com/2013/05/13/big-data-needs-thick-data/>
- 8 Mayer - Schonberger, V. og Cukier, K.: *Big Data*, 2013, London: John Murray, p. 190.
- 9 Brændholt Lundgaard, I. og Jensen, J.T.: *Museums - Knowledge, Democracy, Transformation*, 2014, København: Kulturstyrelsen.
- 10 <http://econsultancy.com/uk/reports/global-internet-statistics-compendium>
- 11 <http://www.netpromoter.com/np/calculate.jsp>
- 12 Reichheld, F.: *The Microeconomics of Customer Relationships*, 2006, MIT Sloan Management Review.
- 13 Naughton, J.: *The Future of Technology? It's in your hands*, 2014, The Observer.
- 14 Boyd, D.: *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teams*, 2014, New York: Yale University Press, p. 213.
- 15 <https://www.rijksmuseum.nl/en>.
- 16 <http://www.abbathemuseum.com>.
- 17 Mayer - Schonberger, V. og Cukier, K.: *Big Data*, 2013, London: John Murray, p. 193.

# MENNESKER OG POLITISKE MUSEER

- KAMPPLADSER OG  
MULIGHEDSRUM FOR KULTURARV

METTE SKEEL

“SYSTEMSKIFTET I 1989 VAR UDEN  
BLODSUDGYDELSE - ET SYSTEMSKIFTE UDEN  
REVOLUTION OG UDEN BLODSUDGYDELSE ER  
IKKE MULIGT.”

Sådan sagde en ungarsk mand til mig i 2008, da jeg første gang var i Budapest på feltarbejde. Nu er jeg her igen. Møder ham. Han er glad. Andre er vrede og venter på revolution. Han siger, at de aktuelle massedemonstrationer er udtryk for, at folk på venstrefløjen er vrede. Der er sket forandringer. En politisk bevægelse fra venstre mod højre. Ikke alle mener, det går godt. Dele af befolkningen føler sig stadig ikke hørt. Nogle demonstrerer i øjeblikket på gader og pladser. Mod regeringen. Historieforgøvelser. Korruption. Eller noget andet. De har alle forskellige erindringer, erfaringer og krav. Konfliktende. Hvad skal huskes? Hvad skal forandres? Hvordan? Og hvad er en revolution?



# MENNESKER OG POLITISKE MUSEER - KAMPPLADSER OG MULIGHEDSRUM FOR KULTURARV

Er der brug for en revolution? I danske og udenlandske debatter luftes bekymringer om demokratisk underskud, hierarkier, mistro til autoriteter, mangel på medborgerskab og fællesskabsfølelse – både i samfundet og på museerne. Bekymringerne handler om afstand, modstand og fastholdelse af tilstande. Om orden. Problemstillingerne og håndteringerne af dem kan ikke kun baseres på fakta og tal. Vi må også være lydhøre overfor og kunne rumme komplekse og konfliktende følelser og fornemmelser. Det levede livs mangfoldigheder og bekymringer. Kaos og rod.<sup>1</sup> Men hvordan? Hvad mener vi med ordene mangfoldighed, brugere og brugerinddragelse? Trods fokus på samproduktion og deling af magt, er der stadig hierarkier og autoriteter i spil, der udøver åben såvel som “skjult magt”.<sup>2</sup> Hvordan er det muligt at dele magt?

Mange museumsforskere og museumsmedarbejdere peger på, at museerne ikke lever op til deres ansvar, hverken i forhold til genstande eller mennesker. Samlinger og brugere bliver ofte set som besværlige størrelser, der skal kontrolleres, fremfor interessante og relevante samarbejdspartnere. Det lader til, at det stadig er svært at afgive autoritet. Når vi taler så meget om tillids- og mangfoldighedsbaseret ledelse, risikovillighed og flade strukturer, er det så for at dække over en manglende praksis? Hvad betyder ordene outreach, inreach og co-creation? Hvem er det, der indgår relationer og samarbejder – og hvordan? Hvilke interne og eksterne distinktioner er i spil? Og hvad bruges kategoriseringer, positioneringer og hierarkiseringer til, når vi beskæftiger os med museer og menneskers kompleksitet? At reducere eller ekspandere? At assimilere eller integrere? At aktivere eller interagere? Er vi tæt på? Eller stadig langt fra? Er brugerinddragelse bare en fase der skal overstås? Eller en vedvarende praksis?

Brugerundersøgelser er et strategisk værktøj til udvikling af museumsarbejdet ud fra særlige forståelser af brugerne. Undersøgelserne kan bruges på mange måder. Og mennesker kan spørges og forstås på mange måder.

Data fra Brugerundersøgelsen viser en påfaldende begejstring for museerne generelt.<sup>3</sup> Kan det virkelig passe, at brugerne er så tilfredse? Og hvem er det, der er tilfredse

og svarer på skemaerne? Er brugerne *for* tilfredse? Hvilke karakterer, udover tal, har svarerne? Hvordan kvalificerer de museernes arbejde? Hvordan benytter museerne brugerundersøgelserne? Hvordan bruger museerne brugerne? Hvordan bruger brugerne museerne? Og hvorfor er der stadig så mange, der ikke bruger museerne? Er museerne ikke relevante? Mærkbare?

Den kerneydelse, der får den laveste vurdering i Brugerundersøgelsen, er ‘muligheden for aktivt at deltage’. Det er et problem, hvis brugerinddragelse er væsentligt. Udstillinger koster mange ressourcer. Men de fleste brugere besøger en udstilling én gang i 20 minutter. Hvad får brugerne ud af det? Og hvad får museerne ud af det? De former for aktivering, museerne tilbyder, og mener, er relevante, matcher kun delvist brugernes forståelser af at være “aktiv”. Måske skaber museerne ikke rammer for oplevelser af inklusion, relevans, tilhørsforhold og refleksion, eftersom brugerne ikke kommer igen. Måske skal museerne holde op med at aktivere og i stedet arbejde med nye måder at integrere og interagere? Nogle museer gør det allerede, men finder det svært. Begrundelserne er manglende kompetencer, tid og ressourcer. Måske kræver det også en nytænkning af praksis og af de fem søjler i den danske museumslov. Det vil sige, hvordan vi i fremtiden samler, registrerer, bevarer, deler og forsker på nye måder. Vi må udvide, springe rammerne og skabe mere plads. Museet kan, ved at afgive autoritet, ejerskab, kontrol og ordensret, blive en vigtig facilitator og bevare integritet. Det kræver et gensidigt, hårdt arbejde, hvis vi i fællesskab skal blive relevante for hinanden og bæredygtige. Vi kan starte med at dele erfaringer og bekymringer og skabe forbindelser til nye mulighedsrum og steder. Med udgangspunkt i det levede liv.

## HIERARKIER OG POSITIONER

I Budapest sameksisterer autoritære og borgergenererede aktiviteter, som er præget af polarisering. Stridende parter kæmper om pladserne og om at udgrænse hinanden. Konfliktende holdninger luftes og erfaringer og erindringer synliggøres. Genstande bruges som “sociale objekter”, man mødes om.<sup>4</sup> Der er meget at lære af de spirende civile projekter og former for “deltagende kultur”.<sup>5</sup> De har dog ikke mange muligheder for at udfolde sig og har manglende eller ingen midler og institutionel forankring.

Jeg arbejder i øjeblikket på gadeplan. Her er fyldt med kontroverser, had og kærlighed, opgivelse og håb. Folk påpeger afstand, polarisering og marginalisering.<sup>6</sup> En manglende debatkultur og sammenhæng mellem det politiske, sociale, kulturelle og hverdagslige niveau. For dem er hierarkierne, positionerne og magten ikke skjult. Magten er politisk. Den er legemliggjort i regeringen, og særligt premierministeren, Viktor Orbán, som bestemmer, hvem der får del i magt og midler. Både hverdagsli-



"Jøder under alt"



"Ja/nej"



"Husk Trianon!"

vet, det sociale og kulturelle liv. Det vil sige befolkningens individuelle og kollektive erindringer og institutioner, såsom museerne, der ind- og ekskluderes.

På museerne udskiftes medarbejderne ud fra politisk observans. Midlerne gives til projekter, der kan bruges politisk. Den daglige praksis er præget af selvrensensur og paranoia. Nogle museumsansatte vælger at følge magtens stramme retningslinjer. I enighed. Af frygt. Eller en blanding. Nogle fravælger at deltage. Siger op. Rejser væk. Andre protesterer og lader modstanden materialisere sig i bannere, eller mod-monumenter og levende mindesmærker. Kropslig tilstedeværelse. Nogle får lov at blive. Andre fjernes fysisk af politiet. Eller på arbejdspladsen, med en fyreseddel uden begrundelse. Mange overses og overhøres.

Nogle taler om et "majoritets-demokrati", der ekskluderer minoriteter og al form for modstand og alternative praksisser. Andre kalder styreformen for "elitær", "totalitær" eller for "illiberal demokrati". Mange påpeger, at det blot er en særlig variant af demokrati, og at majoriteten ønsker en stærk faderfigur, en autoritet, til at lede dem den rette vej. De er bange for fremtiden og tror, der kun er én vej. Vejen, der udstikkes lige nu af regeringen, er tegnet op som en "suveræn, selvstændig ungarsk", med fremhævelse af særlige "ungarske værdier" og en særlig afgrænsning af "det ungarske folk", der menes at have historiske rødder. Det er der for så vidt ikke noget nyt i – og den strategi har været og er udbredt mange steder.

I Ungarn kobles den nationale strategi i øjeblikket med afstandstagen til "Vesten" og kurs mod Putin og "Østen". Og med påmindelse om retten til "det tabte Storumarn", som man mener, man uretfærdigt mistede efter 1. Verdenskrig med Trianon-aftalen. Der er mange, der peger på andre veje. Det skaber forvirring. Store forventninger. En uendelighed af muligheder. En masse velkendt og samtidig ukendt og fremmed. Pessimisme, passivitet, usikkerhed og angst præger det civile samfund i Ungarn. Det

er en tilstand, som også er historisk betinget. Borgerne er ved at komme ud af "tågen" og blive bevidste om deres frihed. Der er tale om en mental revolution. Der handler om retten til at blive hørt i et demokrati og pligten til at tage ansvar for fremtidens mulighedsrum.

### FRA BRUGERGENEREREDE TIL BORGERGENEREREDE MULIGHEDSRUM

Det er aften på Kossuth tér, pladsen foran Parlamentsbygningen. Der mangler noget. Jeg hører musik og ser en lille forsamling af mennesker, der har tændt et stort lys på en søjle og mindre lys rundt om søjlen, på fliserne. Det er "den brændende flamme", der mangler. Et monument til minde om opstanden i 1956. Regeringen fjernede monumentet for to år siden i forbindelse med renovering af pladsen. Uden offentlig høring. De mennesker, der er her denne aften, vil høres.

Nogle dage efter er det midlertidige mindesmærke væk. Et ældre ægtepar tænder lys. Den ene var frihedskæmper i 1956. Efter den blodige modstand mod russerne blev



Kossuth tér  
2008 og 2014





han først dømt til døden, og efter ni måneder dømt til livstid for hans aktiviteter. Han var 23 år, da opstanden startede. Han har set og hørt lidt at hvert. Har haft følelsen af tab efter opstanden. Og af at vinde med systemskiftet i 1989. Vinde frihedskampen. Erfaringerne er ambivalente. Nu har han igen en følelse af tab. Men stadig en tro på frihed. En flamme der tændes igen og igen. Kampe der vedvarende skal kæmpes. Han ser muligheder. I de unge, der forsamlers sig på tværs af interesser. Men han ser også frygten. Som en farlig ting. Fordi den skaber polarisering og isolering.

Til en massedemonstration mod korruption møder jeg en kvinde, som er håbe-fuld. Hun påpeger, at folk lever i isolerede bobler af tunnelsyn, hvor ens eget liv og perspektiv er det eneste, man koncentrerer sig om. Hun siger, at det også handler om manglende initiativ og selvtillid. Men at folk ikke er født sådan. Hun griner. Og siger, at folk “lærer” at blive passive. I skolen, uddannelsessystemet, af familien og historien. Af mangel på kontinuitet. Hun siger, at livet i Ungarn har været og er brudt op i adskilte livssfærer og perioder. Der gør det svært at lære af erfaringer, at skabe forbindelser mellem liv. Derfor gør folk bare, hvad der er passende nu og her. Hun siger, at det er det samme, der sker i forhold til “den menneskelige politik”. At de skifter mennesker ud på museerne, så de passer til de aktuelle systemer og livssyn. Derfor er folk desperate og splittede. Hun taler om en “slettelsens gestus”. Siger at regeringen for eksempel har fjernet de sidste 70 år, som om intet er sket i Ungarn. Hun griner. Og kalder det et “kulturelt diktatur”, som kan mærkes hver dag. Hver dag sker der noget, der ryster folk. Hun mener, at det samtidig er en strategi til at holde folk beskæftiget. De udskifter hele tiden det levede liv med nye love, regler og målinger. Det skaber fremmedgørelse og angst for ikke at passe ind. Derfor isolerer folk sig. Eller rejser væk. Efter opstanden i 1956 emigrerede 200.000. Nu er der 500.000, der allerede har forladt landet. Det er unge. Lyden af en demonstration, som nu nærmer sig. Råb som “diktator”, “vi vil ikke lade dette ske”, “Orbán gå af”. Hun liver op. Får tårer i øjnene. De synger nationalsangen. Hun synger ikke med. Beklager sig bagefter over, hvor få der var. Og at det altid er de samme. At intet sker. Nogle pakker et EU-flag sammen.

På Frihedspladsen har der været livlig aktivitet siden januar. To af arrangørerne har i 10 måneder protesteret her sammen med en gruppe andre civile borgere. Gruppen har lavet et “levende mindesmærke” på pladsen. Et modsvar til det monument, som regeringen i år har rejst “til minde om ofrene” for Holocaust i Ungarn i 1944. Den ene af aktivisterne kalder det et “falsificerings-monument”, fordi det gør alle ungarere til ofre uden skyld.

Statens 'offer monu-  
ment' og aktivisters  
'levende monument'  
på Frihedspladsen



Det skaber en voldsom følelse, at stå mellem de to monumenter. På den ene side Gabriel og Ørnen. På den anden side stenene, fotografierne, skoene, lamperne, lysene. Han fortæller, at de har oplevet, at mange turister og lokale går rundt på pladsen og kigger på genstandene. Prøver at finde ud af, hvad der foregår, hvad det handler om og bestemme sig for, hvad de selv synes. Genstandene har en form for magt. Aktivisterne giver information. Folk kan være enige eller uenige. Burde man have integreret forskellige ideer og synspunkter i en udstilling eller i monumentet? Mange er bange for uenighed. Og der er også mange, der ikke vil deltage i debatterne på pladsen. De er bange for at risikere noget. Det er nemmere at træde et skridt tilbage. Når man er afhængig af de eksisterende strukturer. Er bange for familien, at miste sit job, eller ikke at kunne betale sin gæld. Og det er reelt nok.

Frihedspladsen er overvåget med kameraer og mikrofoner. Der er også altid politifolk. Nogle folk spørger aktivisterne eller politiet om, hvorfor det skrald er dér. Hvordan kan man synes, at information, familiehistorier, fotografier, noter, erindringer og personlige ejendele kan være skrald? For aktivisterne er pladsen et særligt sted. De har åbent indbudt folk til at bidrage. De har ikke registreret hvem, der er kommet med hvilke genstande. For det er en "sporadisk, ikke organiseret metode", som reflekterer navnet "levende mindesmærke". Folk bidrager og reagerer forskelligt. Nogle hiver noget ned og laver hærværk. Sommetider finder de også fascistiske dokumenter, eller påskrifter på dokumenterne med "løgn". Dem fjerner aktivisterne.

En ældre jødisk mand på Frihedspladsen. Han er glad for det levende mindesmærke og kommer der ofte. For at mindes og bidrage, dele bekymringer og deltage i arrangementerne. Hans håb er lydhørhed og tid. Hans frygt er forglemmelse og fornægtelse. Han siger "Kom med". Går langsomt og med stok. Men bestemt og målrettet. Stopper et sted. Peger på et stykke papir med fotos og tekst. "Min kones bedstefar og bedstemor, oldemor og onkel, oldefar og mor".

Der er mange traumer og tabuer i Ungarn. Først som 50-årig fandt han ud af, at han havde jødisk baggrund. Det er normalt, at folk ikke vil tale. Helst vil glemme. Eller ikke ved noget. Men han tror på, at den 3. generation vil stille spørgsmål. Som hans egne døtre gør. Han oplever, at folk er mere og mere åbne for fortællinger og virkelige historier. Men at de er nødt til at gøre det, de gør her. Han mener også, at offer-monumentet er en falsificering, der tillægger tyskerne al skyld, og gør ungarerne uskyldige. Men påpeger, at ældre mennesker ved, at ungarerne deltog aktivt. Han fortæller, at det desværre er sådan, at mange børn og unge ikke ved det, fordi det ikke står i de ungarske historiebøger, der bruges i skolen. Og at antallet af Holocaust-fornægttere i Ungarn dagligt stiger. At den ekstreme højrefløj har forøget deres aktiviteter de sidste fem år. Siden den siddende regering kom til magten. At situationen i Ungarn



Demonstration foran Parlamentet, Kossuth tér

er mere og mere lig situationen under Hitler. Vi må gøre noget. Men kan ikke. Billederne og stenene er døde kvinder, børn og mænd. Vi er nødt til at skabe erindringer for vores ofre, fordi regeringen ikke gør det. Den civile modstand, som finder sted her, har stoppet regeringens forsøg på at lave en officiel åbningsceremoni. En fra den amerikanske ambassade kommer ofte. Der er måske håb.

På vej til den store demonstration foran Parlamentet, som alle taler og skriver om, og mange har store forhåbninger til, høres en gruppe højre-stede demonstranter. En ung mand fortæller, at de vil have et nyt system – ikke Orbán, og ikke venstrefløj, men et helt nyt. Jeg ser et ungarsk flag. Og et Árpád-flag, som den ekstreme højrefløj ofte bruger. En af dem fra gruppen stillede op for det højreekstremistiske parti, Jobbik, ved det sidste valg. Den højre-stede gruppe bevæger sig mod Parlamentet. En ældre dame fortæller, at hun er Holocaust-overlever og mistede begge sine forældre. Gruppen skriger igen. Hun dukker sig, men retter ryggen og smiler. Synger med på

nationalsangen og EU-hymnen. Råber med på “Orbán gå af”. I mængden er der mange forskellige flag. Få ungarske, rigtig mange ens orange flag med en tegning af Orbán og Putin sammen, og mange EU-flag. En demonstrant fortæller, at det er meget vigtige budskaber for dem, men også til omverdenen – at de er *for* EU og “Vesten”, og *imod* tilnærmelsen til Putin. Der er mange bannere og skilte, fx med påskriften “1848, 1956, 2014?”, som referer til det, der af skiltemaleren bliver betragtet som frihedskampe. Og måske “revolution”. 1989 er ikke med på skiltet.

En aktivist siger, at demonstrationen nu handler om *hele* situationen i Ungarn. Han synes, det er et problem, at mange af talerne snakker om, at de sidste 25 år må glemmes. At der er behov for et helt nyt system. Det er en farlig tanke. For 1989 var en stor forandring. Der var flere politiske partier, mere frihed, mere demokrati. Det er nemt nok at råbe op om, hvordan man *ikke* skal gøre. Men svært at finde ud af, *hvad* man skal gøre for at ændre situationen. Der er løsninger. Hvordan kan vi komme videre fra de eksisterende strukturer? Det skal ikke være en revolution, men en evolution. Bliver i tvivl. Påpeger at nærværet, demonstrationernes nærvær, de civiles tilstedevær, er en måde. Alle der er interesserede i deres fremtid, må komme på gaden. Og må diskutere forskellige steder med forskellige mennesker. De må komme frem i lyset og fortælle, hvad de synes om samfundet, deres økonomi, deres situation, deres naboer og andre lande. Der må skabes nye forbindelser mellem civilsamfundet og det politiske liv. Vi må i fællesskab bidrage med det, vi ved noget om. For at træffe beslutninger om livet sammen.

## KAMPPLADSER, KAMP OM PLADSER OG MULIGHEDSRUM

Med en fornemmelse af, at mange af de ting, der sker her, også sker andre steder. At spørgsmålene fra de aktuelle ungarske kamppladser er relevante at stille mere bredt, også i denne kontekst og i relation til museumsfeltet. Fordi det handler om positionering, polarisering, demokratisk underskud, magt og manglende rum. Kaos og orden. Om konkurrence og kamp om pladser. Hvordan er det muligt at skabe særlige og mangfoldige mulighedsrum, der ikke begrænser, men udvider og skaber nye forbindelser? Som ikke gøres op i for og imod, vindere og tabere, succes og målbarhed. Men mærkbarhed. I følelsen af relevans, berigende samarbejde og nærvær. Hvordan kan vi i fællesskab blive bæredygtige i den forstand, at bevaring og deling sker med udgangspunkt i diversitet og fornyelse? Skal der blod til? Sved og tårer? Der skal i hvert fald mod til.

## NOTER

- 1 Jeg er bl.a. inspireret af De Certeau, Michel: *The Practice of Everyday Life*, 1984, University of California Press; Latour, Bruno: *Ting. Hvorfor er dampen gået af kritikken? Fra kendsgerninger til anliggender*, 2007, Kunstakademiets Arkitektsskole; Latour, Bruno: *En ny sociologi for et nyt samfund. Introduktion til Aktør-Netværk-Teori*, 2008, Akademisk Forlag; Deleuze, Gilles og Guattari, Félix: *Tusind Plateauer. Kapitalisme og skizofreni*, 2005, Det Kongelige Danske Kunstakademis Billedkunstskoler; Law, John: *Organizing Modernity. Social Ordering and Social Theory*, 1994, Blackwell Publishers; Law, John: *After Method. Mess in Social Science Research*, 2004, Routledge; Law, John og Mol, Annemarie (eds.): *Complexities: Social Studies of Knowledge Practices*, 2002, Duke University Press; Mol, Annemarie: *The Body Multiple: Ontology in Medical Practice*, 2002, Duke University Press; Haraway, Donna J.: “Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective”, i Donna J. Haraway: *Simians, Cyborgs, and Women. The Reinvention of Nature*, 1991, Free Association Books. Fælles for disse forfattere og disse værker er et fokus på proces, praksis, performativitet, forbindelser, flader, rum, rod, hybriditet, multiplicitet og kompleksitet. De kan betegnes som en del af kompleksitets- og multiplicitetsforskningen, men de arbejder ikke eller sjældent specifikt med museumsfeltet. Men se f.eks. Latour, Bruno og Weibel, Peter (eds.): *Making Things Public: Atmospheres of Democracy*, 2005, MIT Press, ZKM/Center for Art and Media in Karlsruhe; Janes, Robert: *Museums and the Paradox of Change*, 2013, Routledge for interessante og meget forskellige måder at arbejde med kompleksitet ift. museer. Se desuden f.eks. Smith, Laurajane: *Uses of Heritage*, 2006, Routledge; Falk, John H. og Dierking, Lynn D.: *Learning from museums – visitor Experiences and the Making of Meaning*, 2000, Altimara Press; Simon, Nina: *The Participatory Museum*, 2010, Museum.O for inspirerende læsning med fokus på brug.
- 2 Lynch, Bernadette: “Custom-made: a New Culture for Museums and Galleries in Civil Society”, i *Utopic Curating*, ARKEN Bulletin, 2010, vol. 5, ARKEN Museum of Modern Art. Se i øvrigt også Lynch, Bernadette: *Whose Cake Is It Anyway?: A Collaborative Investigation into Engagement and Participation in Twelve Museums and Galleries in the UK*, 2011, Paul Hamlyn Foundation for empirisk baserede problematiseringer af disse forhold, samt Robert Janes, 2013 for inspiration, bl.a. ift. det organisatoriske niveau på museer.
- 3 Se artiklen “Museernes brugere og brugernes museer” i denne publikation.
- 4 Simon, Nina: *The Participatory Museum*, 2010, Museum.O
- 5 Simon, Nina (2012), video fra museumsåbning: <http://www.youtube.com/watch?v=alcwH1vZ9w>
- 6 Nogle af mine kontakter ønsker at være anonyme af frygt for konsekvenserne af at udtale sig. Andre insisterer på ikke at være anonyme. I denne sammenhæng har jeg valgt at lade alle være anonyme og af og til tale i munden på hinanden, for at sikre alles fortsatte mulighed for at udtale sig og gøre det, de tror på.

**Arbejdermuseet**

**Arken - Museum for Moderne Kunst**

**Aros - Aarhus Kunstmuseum**

**Billund Museum**  
Museumsgården Karensminde

**Bornholms Kunstmuseum**

**Bornholms Museum**  
Kulturhistorisk Museum  
Melstedgård  
Hjorths Fabrik

**Brandts**

**Christiansborg**  
Christiansborg - Repræsentationslokaler  
Christiansborg - Ruiner  
De Kongelige Stalde  
Christian 4.s Bryghus

**DAC - Dansk Arkitektur Center**

**Danmarks Jernbanemuseum**

**Danmarks Tekniske Museum**

**Dansk Jagt- og Skovbrugsmuseum**

**Dansk Jødisk Museum**

**Dansk Landbrugsmuseum**

**Dansk Sygeplejehistorisk Museum**

**Davids Samling**

**De Danske Kongers Kronologiske Samling**  
Rosenborg Slot  
Amalienborgmuseet

**Den Frie Udstillingsbygning**

**Den Gamle By - Danmarks Købstadsmuseum**  
Besættelsesmuseet

**Den Hirschsprungeske Samling**

**Designmuseum Danmark**

**Energimuseet**

**Esbjerg Kunstmuseum**

**Fiskeri- og Søfartsmuseet**

**Fotografisk Center**

**Frederiksbergmuseerne**  
Storm P. Museet

**Fuglsang Kunstmuseum**

**Furesø Museer**  
Immigrantmuseet  
Mosegaarden

**Faaborg Museum (for Fynsk Malerkunst)**

**Gammel Estrup - Herregårdsmuseet**

**Give-Egnens Museum**

**Gl. Holtegaard**

**Gl. Strand**

**Glud Museum**

**Greve Museum**

**Heart - Herning Museum of Contemporary Art**

**Helsingør Kommunes Museer**  
Værftsmuseet  
Flynderupgårdmuseet  
Helsingør Bymuseum  
Skibsklareregaarden

**Holstebro Kunstmuseum**

**De Kulturhistoriske Museer i Holstebro Kommune**  
Hjerl Hedes Frilandsmuseum  
Strandingsmuseet  
Holstebro Museum

**Horsens Kunstmuseum**

**Horsens Museum**  
Fængselsmuseet i Horsens  
Horsens Museum

**Industrimuseet Frederiks Værk**  
Knud Rasmussens Hus  
Krudtværket  
Arsenalet

**Industrimuseet i Horsens****J. F. Willumsens Museum****Karen Blixen Museet****Kastrupgårdssamlingen****Kronborg****Kroppedal – Museum for Astronomi,  
Nyere Tid og Arkæologi****KunstCentret Silkeborg Bad****KUNSTEN – Museum of Modern Art Aalborg****Kunsthall Charlottenborg****Kunsthall Aarhus****Kunstmuseet Trapholt****Kvindemuseet i Danmark****Københavns Museum****KØS – Museum for kunst i det offentlige rum****Lemvig Museum**

Jens Søndergårds Museum

**Limfjordsmuseet og det maritime  
oplevelsescenter**

Limfjordsmuseet

**Louisiana****Læsø Museum**

Museumsgården "På Lyngtet"

**M/S Museet for Søfart****Marstal Søfartsmuseum****Middelfart Museum**

Psykiatrisk Samling

**Moesgård Museum**

Odder Museum

**Morslands Historiske Museum**

Dueholm Kloster

Møler Museet

Skarregaard

**Museerne i Brønderslev Kommune**

Dorf Mølle og Møllegård

**Museerne i Fredericia**

Bymuseet

**Museet for Samtidskunst****Museet for Thy og Vester Hanherred**

Heltborg Museum

**Museet for Varde By og Omegn**

Tirpitz Stillingen

Ravmuseet

Varde Museum

Nymindegab Museum

**Museet på Koldinghus****Museet på Sønderkov****MUSERUM**

Fur Fossiler

Spøttrup Middelalderborg

Krydsfelt Skive

**Museum Amager**

Amagemuseet

**Museum Jorn****Museum Lolland-Falster**

Frilandsmuseet

Den gamle købmandshandel

Reventlow-Museet Pederstrup

**Museum Nordsjælland**

Gilleleje Museum

Museet i Hørsholm

Museet i Frederiksgade

**Museum Sydøstdanmark**

Helligåndshuset

Danmarks Borgcenter

**Museum Sønderjylland**

Sønderborg Slot

Kulturhistorie/Kunst Tønder

Kunstmuseet Brundlund Slot

Cathrinesminde Teglværk

Hjemsted Oldtidspark

Arkæologi Haderslev

Højer Mølle

Naturhistorie Gram

Kulturhistorie Aabenraa

**Museum Vestsjælland**

Museet for Holbæk og Omegn

Kalundborg Museum

Ringsted Museum og Arkiv

Vikingeborgen Trelleborg

Sorø Museum

**Museum Østjylland**

Rådhuset og Siamesisk Samling

Kulturhistorisk Museum Randers

Djurslands Museum og Dansk Fiskerimuseum

Håndværksmuseet Kejsergaarden

**Nationalmuseet**

Prinsens Palæ

Frilandsmuseet

Brede Værk

Kommandørgården

Tøjhusmuseet

Orlogsmuseet

**Naturama – moderne naturhistorie****Naturhistorisk Museum****Nikolaj Kunsthall****Nivaagaards Malerisamling****Nordjyllands Historiske Museum**

Vikingecenter Fyrkat

Lindholm Høje Museum

Aalborg Historiske Museum

Hals Museum

**Nordjyllands Kystmuseum**

Skagen By og Egnsmuseum

Bangsbo Fort

Bangsbo Museum

Sæby Museum

**Ny Carlsberg Glyptotek****Odense Bys Museer**

H.C. Andersens Hus

Den Fynske Landsby

Danmarks Mediemuseum

Bymuseet, Møntergården

H.C. Andersens Barndomshjem

Carl Nielsen Museet

**Odsherreds Kulturhistoriske Museum****Ordrupgaard****Overgaden – Institut for Samtidskunst****Politimuseet****Post & Tele Museum****Randers Kunstmuseum****Ribe Kunstmuseum****Ringkøbing-Skjern Museum**

Bork Vikingehavn

Bundsæk Mølle

Abelines Gaard

**Roskilde Museum**

Hovedudstillingen Skt.Olsgade

Købmandsgården Lützhøfts

Frederikssund Museum

Tadre Mølle, Hvalsø

**Rudersdal Museer**

Mothsgården

**Rønnebæksholm****Science Museerne**

Steno Museet

**Silkeborg Kulturhistoriske Museum**

Silkeborg Museum

Blicheregnens Museum

**Skagens Museum****Skanderborg Museum**

Øm Kloster Museum

Skanderborg Museum

**Skovgaard Museet****Sorø Kunstmuseum**

**Statens Museum for Kunst****Statens Naturhistoriske Museum**

Zoologisk Museum  
Geologisk Museum

**Struer Museum****Svendborg og Omegns Museum**

Forsorgsmuseet Viebæltegård

**Sydvestjyske Museer**

Museet Ribes Vikinger  
Esbjerg Museum

**Teatermuseet i Hofteatret****Thorvaldsens Museum****Vejen Kunstmuseum****VejleMuseerne**

Vejle Kunstmuseum

**Vendsyssel Historiske Museum****Vendsyssel Kunstmuseum****Vesthimmerlands Museum**

Museumscenter Aars

**Viborg Kommune / Kunsthall Brænderigården**

Kunsthall Brænderigården

**Viborg Stiftsmuseum**

Viborg Stiftsmuseum, Viborg

**Vikingskibsmuseet i Roskilde****Øhavsmuseet**

Koldkrigsmuseum Langelandsfort  
Østergade  
Skovsgaard - Vogn-skovbrugs-og tyendemuseum  
Arresten

**Økomuseum Samsø**

Velkomstcenter/Samsø Museum

**Østfyns museer**

Johannes Larsen Museet  
Nyborg Slot  
Vikingskibsmuseet Ladby

**Østsjællands Museum**

Koldkrigsmuseum Stevnfort  
Geomuseum Faxe  
Stevns Museum

**Aarhus Universitet**

Antikmuseet



**Sådan udfylder du spørgeskemaet**  
(Brug en kuglepen)

Korrekt kryds  
 Rettet Kryds

28 Rigtige tal

**1 Giv en samlet vurdering af din oplevelse på en skala fra 1 til 10**

'1' betyder meget dårlig og  
'10' betyder meget god.

	Meget dårlig									Meget god
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**2 Bedøm din oplevelse i dag på en skala fra 1 til 10**

'1' betyder meget dårlig og  
'10' betyder meget god.

	Meget dårlig									Meget god	Ved ikke/ ikke relevant
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Udstillingerne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atmosfæren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Egnethed for børn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mulighed for at lære noget nyt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Udstillingernes emner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Udstillingernes præsentation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Muligheden for at deltage aktivt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arrangementer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rum til refleksion og fordybelse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Variation i formidlingen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Service og betjening	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Information i billetsalget	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**3 Hvilken beskrivelse passer bedst med, hvorfor du er på udstillingsstedet i dag?**

Vælg den beskrivelse, som kommer nærmest.

- Oplader** – Jeg er her for at få ny energi og for at finde ro og tid til fordybelse. Jeg søger æstetiske oplevelser i stedets udstillinger, arkitektur og omgivelser.
- Fagligt interesseret** – Jeg er her på grund af en specifik faglig interesse. Jeg forholder mig kritisk til udstillingen/-erne og den faglige formidling.
- Oplevelsesjæger** – Jeg er her for at opleve og koncentrerer mig om det mest iøjnefaldende. Jeg behøver ikke se alt for at lære stedet at kende.
- Vært** – Jeg er her for at skabe en god oplevelse for dem, jeg er sammen med. Det vigtigste er, at de mennesker, jeg er sammen med, synes her er interessant at være.
- Videbegærlig** – Jeg er nysgerrig og interesseret. Jeg er her i dag for at få ny viden og inspiration.
- Vedhæng** – Jeg er her, fordi jeg følges med andre.

**4 Hvor stor er din viden inden for det område, du har beskæftiget dig med her i dag?**

- Jeg ved ingenting
- Jeg ved lidt
- Jeg interesserer mig for området og ved noget
- Jeg ved en hel del
- Jeg har viden på højt fagligt niveau

**5 Vil du anbefale din oplevelse her i dag til andre?**

- Ja
- Nej
- Ved ikke

**6 Ankom du hertil fra en ferieadresse?**

- Ja
- Nej

**7 Hvad er din alder?**

**8 Hvilket køn er du?**

- Mand
- Kvinde

**9 Hvad er din højeste gennemførte uddannelse eller niveauet på din igangværende uddannelse?**

- Folkeskole
- Gymnasial eller erhvervsgymnasial uddannelse
- Erhvervsfaglig uddannelse
- Kort videregående uddannelse, under 3 år
- Mellemlang videregående uddannelse, 3-4 år
- Lang videregående uddannelse, over 4 år

**13 Hvad er din holdning til følgende udsagn?**

'1' betyder Helt enig og '7' betyder Helt uenig.

Et kryds i den midterste boks betyder, at du er neutral.

	Helt enig						Helt uenig						Ved ikke
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Alting ændrer sig for hurtigt i dag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det er for let at få penge fra det offentlige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det bør være frivilligt, hvorvidt man vil være medlem af en fagforening	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hvis vi ikke passer på, tager den moderne teknologi magten fra menneskene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der gøres for lidt for flygtninge i Danmark	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det er vigtigt for mig at have succes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
IT og moderne teknologi giver mig mange fordele i min hverdag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeg køber helst økologiske fødevarer, hvis jeg kan få det	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**14 Må Kulturstyrelsen henvende sig til dig i forbindelse med andre undersøgelser om kulturinstitutioner en anden gang?**

- Ja
- Nej

Mobil-nr.

**10 Hvor bor du?**

- Danmark
- Norge
- Sverige
- Tyskland
- Andre europæiske lande
- Andet

**11 Har du nogen kulturel tilknytning til et eller flere lande uden for Danmark?**

Hvis ja, hvilket/hvilke områder?

Sæt gerne flere krydser.

- Afrika/Sub-Sahara
- Asien
- Australien
- Det arktiske område
- Stillehavet
- Europa
- Mellemøsten og Magrehb
- Nordamerika
- Norden
- Rusland
- Sydamerika

**12 Hvad er dit postnummer?**





Forside og side 58: ARoS, Shirin Neshat, Women Without Men, Mahdokht (videoinstallation), 2008

Side 2: Moesgaard Museum. Foto Rógvi N. Johansen

Side 16: ARoS, Jesper Just, Intercourses (videoinstallation), 2013, 5 channel video installation at the Danish Pavilion for the 55th International Art Exhibition - La Biennale di Venezia, 2013.

Side 19: KØS - Museum for kunst i det offentlige rum, Elmgreen & Dragset, Mindesmærke for de under nationalsocialismen forfulgte homoseksuelle, 2008. Foto Elmar Vestner

Side 52: Arbejdermuseet. Madpakke fra Rosenborg Slot

Side 56: ARoS, Janet Cardiff & George Bures Miller, Something Strange This Way. Foto Anders Sune Berg

Side 80-81: ARoS, Shirin Neshat, Women Without Men, Zarin (videoinstallation), 2008

Side 86-87: Horsens Museum, Fængselsmuseet

Side 88-89: Lilibeth Cuenca Rasmussen, Lucy, 2014, Nikolaj Kunsthal (Kulturmat 2014) Performance. Foto: Frida Gregersen

Side 90-91: ARoS, Jesper Just, Intercourses (videoinstallation), 2013, 5 channel video installation at the Danish Pavilion for the 55th International Art Exhibition - La Biennale di Venezia, 2013.

Side 92-93: Frilandsmuseet. Foto Mark Gry Christiansen

Side 94: Nationalmuseet, Særudstilling 2015, De Hvide Busser

Side 100: Nationalmuseet, Særudstilling 2014, Pels - Liv og Død. Foto John Lee

Side 103: Nationalmuseet, Særudstilling 2014, Pels - Liv og Død

Side 104: Nationalmuseet, De Dødes Dag 2014. Foto Lykke Pedersen

Side 107 (til venstre): Nationalmuseet, Carl Kjersmeiers Afrika Samling

Side 107 (øverst til højre): Nationalmuseet, Valkyrien fra Hårby. Foto John Lee

Side 107 (nederst til højre): Nationalmuseet, Odin på sin trone. Foto Ole Mall

Side 108 (øverst til venstre): Nationalmuseet, Pigen og Parasollen - Japan i fotostudiet, 2013. Foto Arnold Mikkelsen

Side 108 (øverst til højre): Nationalmuseet, Big Pink Heart

Side 108 (nederst): Nationalmuseet. Foto Anker Tiedemann

Side 109 : Nationalmuseet, Fortid for begyndere; manerer. Foto Arnold Mikkelsen

Side 111: CARRIE MAE WEEMS, Modernism-EUR 1- Mussolini's Rome, 2006, digital c-print, dimensions variable, © Carrie Mae Weems. Courtesy of the artist and Jack Shainman Gallery, New York.

Side 114: CARRIE MAE WEEMS, Zwinger Palace, 2006-present, digital c-print, dimensions variable, © Carrie Mae Weems. Courtesy of the artist and Jack Shainman Gallery, New York.

Side 120: Young Peoples Programme Fashion Project. © Diana Agundiade Kolawole, Tate Photography

Side 129: Matisse Colour workshop for Adults. © Helen Graham, Tate Photography

Side 130: Schools Workshop at Tate Modern. © Lucy Dawkins, Tate Photography

Side 131: Early Years and Families Open Studio programme. © James Harris, Tate Photography

Side 132: Louisiana. Foto Posselt Lærke

Side 134: Statens Museum for Kunst, SMK Fridays. Foto Magnus Kaslov

Side 142: Statens Museum for Kunst. Foto Magnus Kaslov

Side 147: Statens Museum for Kunst, SMK Fridays. Foto Magnus Kaslov

Side 149: Statens Museum for Kunst

Side 150-169: Fotos Paola Villanueva

Side 170-175: Museum Vestsjælland

Side 177: De Kulturhistoriske Museer, Holstebro Kommune, Strandingsmuseet. Foto Tommy Bay

Side 181: De Kulturhistoriske Museer, Holstebro Kommune, Strandingsmuseet

Side 182-193: © Palestinian Art Court - Al Hoash

Side 196: Louisiana, Olafur Eliasson, Riverbed, 2014. Foto Mark Gry Christiansen

Side 199: Statens Naturhistoriske Museum. Foto Birgitte Rubæk

Side 204: Statens Naturhistoriske Museum Foto Kurt Kjær

Side 208: Statens Naturhistoriske Museum. Foto Jens Astrup

Side 209: Statens Naturhistoriske Museum. Foto Kurt Kjær

Side 210: Statens Naturhistoriske Museum. Foto Birgitte Rubæk

Side 212-223: Museu do Traje - Costume Museum, São Brás de Alportel

Side 231: Foto Ida Brændholt Lundgaard

Side 233: Ringkøbing-Skjern Museum, Abelines Gaard med redningstation

Side 236: Ringkøbing-Skjern Museum, Frivillige kalker Bundsbæk Mølle

Side 237 (øverst): Ringkøbing-Skjern Museum, Gerhard Saalfeld ved sin bunker

Side 237 (nederst): Ringkøbing-Skjern Museum, Frivillige ved Bundsbæk Mølle

Side 247: Ringkøbing-Skjern Museum, Mor og barn på Bork V/kingehavn

Side 249 (øverst til venstre): Ringkøbing-Skjern Museum, Frivillige folkedansere, Bundsbæk Mølle; Midsommerfest. Foto Kirsten Ostersen

Side 249 (til højre): Ringkøbing-Skjern Museum, Børn på Bork Vikingehavn

Side 249 (nederst): Ringkøbing-Skjern Museum, Børneaktiviteter ved Abelines Gaard

Side 250: ARoS, Inklusion/Eksklusion. Hanne Nielsen & Birgit Johnsen: Camp Kitchen, 2014. Foto: Erik Zappon

Side 252: Moesgaard Museum. Udsigt fra taget. Foto Jacob Due

Side 257: Moesgaard Museum. Et kig ned til Grauballemanden i mosen. Foto Rikke Grøn Larsson

Side 258: Fuglsang Kunstmuseum. Foto: Ole Akhøj

Side 263 (øverst): Danmarks Borgcenter Museum. Foto Anders Wickstrom

Side 263 (nederst): Danmarks Borgcenter Museum

Side 264: Arbejdermuseet

Side 265: VejleMuseerne, Wonderworld

Side 266 (øverst): Forsorgsmuseet. Lisbeth Zornig åbner ny udstilling Fattigdom på tværs, 2014

Side 266 (nederst): VejleMuseerne

Side 267: Fiskeri og Søfartsmuseet

Side 268: Aros. Ron Mueck, Boy, 1999. Foto Poul Ib Henriksen

Side 278-279: ARoS, Inklusion/Eksklusion. Hanne Nielsen & Birgit Johnsen: installationsfoto, 2014. Foto: Erik Zappon og Ole Hein Pedersen

Side 280-289: Fotos Mette Skeel

Side 292: ARoS, Olafur Eliasson, Your rainbow panorama, 2011. Foto Lars Aarø

Side 300: ARoS, Janet Cardiff & George Bures Miller, Something Strange This Way. Foto Anders Sune Berg

Side 304: Statens Naturhistoriske Museum, fiskeherbarie. Foto MajaTheodoraki



#### **MUSEER - Borgere og Bæredygtige Løsninger**

Copyright © 2015  
Kulturstyrelsen  
København, Danmark

Redaktører: Jacob Thorek Jensen & Ida Brændholt Lundgaard

Design og grafik: Mark Gry Christiansen  
Tegninger: Claus Bigum har udarbejdet tegningerne på side 28 og 33  
TNS Gallup har bearbejdet data til undersøgelsen.  
Oversættelse: Avanti Gruppen

Trykt i Danmark 2015 af Narayana Press  
1500 trykte danske udgaver  
1500 trykte engelske udgaver

#### **ISBN**

978-87-90572-21-1 paperback på dansk  
978-87-90572-22-8 paperback på engelsk  
978-87-90572-23-5 e-book på dansk  
978-87-90572-24-2 e-book på engelsk

#### **TAK**

Kulturstyrelsen vil gerne takke alle bidragsydere til denne publikation. Det gælder både forfatterne og museernes medarbejdere, der dagligt bidrager til det fælles arbejde med at gennemføre Brugerundersøgelsen. Dermed skabes forudsætninger for samarbejde om at udvikle museerne, så de bliver endnu mere relevante og tilgængelige for alle borgere i samfundet.

A photograph of a forest floor covered in large piles of bright yellow wool. In the background, several people are visible, some wearing yellow clothing, engaged in what appears to be a wool-related activity. The scene is set in a wooded area with trees and a clear sky.

HVORDAN BIDRAGER MUSEER TIL BÆREDYGTIG UDVIKLING AF VORES SAMFUND? MED AFSÆT I BRUGERUNDERSØGELSEN PÅ MUSEERNE I DANMARK, GIVER MUSEUMSLEDERE OG FORSKERE BUD PÅ, HVAD BÆREDYGTIGHED ER I EN MUSEUMSKONTEKST. ARTIKLERNE REFLEKTERER OG ANALYSERER, HVORDAN MUSEER FUNGERER UD FRA EN INTEGRERET OG KOMPLEKS FORSTÅELSE AF BÆREDYGTIGHED, SOM BYGGER PÅ KULTUR I SAMSPIL MED SOCIALE, ØKONOMISKE OG MILJØMÆSSIGE PARAMETRE. DET BETYDER UDVIKLING AF HORIZONTAL ORGANISATIONER, ANERKENDELSE AF MENNESKERS FORSKELLIGE KØN, ALDER, UDDANNELSE, ETNICITET, SPIRITUALITET OG SEKSUELLE ORIENTERING OG DERMED UDFOLDELSE AF POTENTIALERNE I DIVERSITET. DET ER EN INTEGRERET PRAKSIS, DER FAVNER KULTUR- OG NATURARV OG LOKALE OG GLOBALE PERSPEKTIVER. SOCIAL MUSEOLOGI BYGGER PÅ FLERSTEMMIGHED OG TVÆRFAGLIGHED OG UDGØR RAMMER FOR UDVIKLING AF MEDBORGERSKABSKOMPETENCER.

“VI HAR IKKE ARVET JORDEN EFTER VORES FORFÆDRE, VI LÅNER DEN AF VORES BØRN”