



FORMIDLINGSPLAN FOR PERIODEN 2010-2015

Utarbeidet av Marit Holme Mehlum og Magnhild Bærøe, Hallingdal Museum 2009

INNHold

INNHold	2
INNLEDNING	3
OVERORDNET MÅL	3
MÅLGRUPPER	3
BARN OG UNGE/SKOLEKLASSER	3
TURISTER/ØVRIG PUBLIKUM (HELÅRS- OG SOMMERSESONGTILBUD).....	3
LOKALBEFOLKNING, LAG OG FORENINGER.....	3
TILBUD TIL FREMMEDKULTURELLE	3
SPELALTEMAER VED HALLINGDAL MUSEUM.....	4
FORMIDLERE	5
ANSATTE	5
OMVISERPERSONELL.....	5
VENNEFORENINGER.....	5
ANDRE	5
FORMIDLINGSFORMER	6
UTSTILLINGER	6
PEDAGOGISKE OPPLEGG/DEN KULTURELLE SKOLESEKKEN	7
AKTIVITETER.....	7
OMVISNINGER	7
PUBLIKASJONER.....	8
AVISARTIKLER/OMTALE.....	8
INTERNETT	8
SKILTING AV BYGNINGER	8
ØVRIGE TILTAK FOR Å BEDRE FORMIDLINGEN.....	9
KILDER.....	9

INNLEDNING

Formidlinga ved Hallingdal Museum tar utgangspunkt i at museets oppgave er å ta vare på og forvalte Hallingdals kultur og historie. Museets kunnskapsbank og samlinger skal danne grunnlag for formidlinga.

Hallingdal Museum ønsker å utvikle sin formidlingsevne i samarbeid med brukerne og å utvikle gode pedagogiske metoder som møter brukerne. Dette innebærer også å prøve ut nye metoder for formidling. Formidlingsplanen er også viktig for vår formidling til politikere og beslutningstakere. Denne planen tar utgangspunkt i formidlingsmålene for Hallingdal Museum 2007 -2011.

Hallingdal Museum har 6 avdelinger: Hallingdal Museum, Nesbyen, Gol Bygdamuseum, Ål Bygdamuseum, Hol Bygdamuseum, Dagali Museum og Hemsedal Bygdaturun. Museet har til sammen ca. 40.000 gjenstander, flere tusen fotografier, arkivmateriale og 133 antikvariske bygninger. Det er 12 fast ansatte ved museet hvorav en museumspedagog. De ansatte utfører til sammen 8 årsverk.

OVERORDNET MÅL

Ifølge museumsplanen 2007 -2011 er det et overordnet formidlingsmål for museet ***”å sette i verk tiltak som øker publikumsbesøket ved alle avdelinger”***.

Museet har jobbet aktivt med formidling siden 2007 og de fleste ansatte deltar på en eller annen måte i dette arbeidet. Dette arbeidet er ressurskrevende og arbeidet har måttet gå på bekostning av andre oppgaver. Formidlingsarbeidet er allikevel vurdert som så viktig, at vi prioriterer dette.

MÅLGRUPPER

BARN OG UNGE/SKOLEKLASSER

Den kulturelle skolesekken, øvrige tilbud, bl.a. tilpassede pedagogiske opplegg, utstillinger og prosjektarbeid.

TURISTER/ØVRIG PUBLIKUM (HELÅRS- OG SOMMERSESONGTILBUD)

Utstillinger, formidling ved omvisere, arrangement.

Museet som arena for andre kulturuttrykk som for eksempel skuespill, teater og musikk.

LOKALBEFOLKNING, LAG OG FORENINGER

Utstillinger. Museet som arena for arrangementer som aktivitetsdager, 17. mai-feiring og andre festdager. Faglig rådgivning, deltakelse i faglige utvalg, foredrag osv.

TILBUD TIL FREMMEDKULTURELLE

Utstillinger og samarbeidsprosjekter, opplæringstilbud.

SPECIALTEMAER VED HALLINGDAL MUSEUM

Spesialtemaene er vedtatt i "Plan for Hallingdal Museum 2007-11".

Avdeling	Spesialtema
Hallingdal Museum, Nesbyen	Industrihistorie, embedsmannshistorie Aktivitetområdet og området langs Rukkedøla avspeiler denne delen av historien. Plan for utstilling av embedsmannshistorie i Høvahuset. Det skal utarbeides supplerende omviser-manus som tar for seg spesialtemaet. Informasjonen skal si noe om lokale forhold, men også settes inn i en regional og nasjonal sammenheng.
Hallingdal Museum, Gol	Den gamle garden, samferdsel Opplegg om den gamle garden til barnehagene i Gol. Det skal utarbeides supplerende omviser-manus som tar for seg spesialtemaet. Informasjonen skal si noe om lokale forhold, men også settes inn i en regional og nasjonal sammenheng.
Hallingdal Museum, Ål	Rosemaling, handelshistorie Rosemaling-utstilling i kulturhuset i Ål. Det skal også utarbeides supplerende omviser-manus som tar for seg spesialtemaet. Informasjonen skal si noe om lokale forhold, men også settes inn i en regional og nasjonal sammenheng.
Hallingdal Museum, Hol	Tekstil, jernutvinning og smedarbeid. Det skal utarbeides supplerende omviser-manus som tar for seg spesialtemaet. Informasjonen skal si noe om lokale forhold, men også settes inn i en regional og nasjonal sammenheng.
Hallingdal Museum, Dagali	Fjellbruk, jakt og fangst. Museumshistorie. Det skal utarbeides supplerende omviser-manus som tar for seg spesialtemaet. Informasjonen skal si noe om lokale forhold, men også settes inn i en regional og nasjonal sammenheng.
Hallingdal Museum, Hemsedal	Kulturlandskap Kulturlandskapsplan for området omkring Hemsedal bygdatun er utarbeidet i 2009. Det skal utarbeides supplerende omviser-manus som tar for seg spesialtemaet. Informasjonen skal si noe om lokale forhold, men også settes inn i en regional og nasjonal sammenheng.

Spesialtemaene vil også komme til uttrykk gjennom videreutvikling av formidlingsformene (s. 7)

FORMIDLERE

ANSATTE

Alle ansatte deltar på sin måte i formidlingsarbeidet i større eller mindre grad. Museet har en museumspedagog.

Det er viktig å stimulere de ansatte til økt bevissthet og kunnskap om formidling.

OMVISERPERSONELL

I sommersesongen er én omviser tilstede ved hvert museum og formidlingspersonalet ved alle avdelinger utgjør da til sammen ca. 15-20 personer.

Museet skal sørge for god opplæring og instruksjoner til omviserpersonellet, slik at formidlingen blir best mulig.

VENNEFORENINGER

Med unntak av Hol Bygdemuseum og Hemsedal Bygdatur har museene egne museumslag. Disse har en god tradisjon i å ta hånd om større arrangement ved det enkelte museum. Aktive og engasjerte ledere og medlemmer driver flott formidlingsarbeid gjennom omvisninger, arrangement og utstillinger.

Tiltak: Museet skal legge til rette for at lagene vil fortsette dette arbeidet og holde en god dialog med disse når det gjelder museets planer, regler osv.

ANDRE

Museet trekker ofte inn folk som kan demonstrere og formidle ulike håndverksteknikker osv. Blant annet samarbeides det med husflidslag og historielag. I likhet med museumslagenes innsats ville museets formidling uten disse vært betydelig fattigere. Formidling foregår også gjennom ulike teaterforestillinger, rollespill, musikk og andre kulturuttrykk.

Tiltak: Ivareta et godt forhold til hjelperne og lage en strategi for å knytte nye krefter til, samt finne måter å "lønne" deres arbeid på.

FORMIDLINGSFORMER

Museenes samfunnsoppgave defineres bl.a. i ABM-meldinga referert til i Stortingsmelding nr. 49:

”Museene skal gi både kunnskap og opplevelse. De skal være tilgjengelige for alle og være relevante og aktuelle samfunnsinstitusjoner som fremmer kritisk refleksjon og skapende innsikt.”

”Formidlingstiltaka seier en god del om kva rolle musea har, og kan eller bør ha i samfunnet. Det vil vera allmenn semje om at musea bør medverka til å stø opp under sentrale verdiar som samfunnet vårt byggjer på, at dei bør auka folks attrå etter kunnskap, og at dei bør fremja toleranse overfor kulturelle skilnader. Dessutan er det teneleg at musea i mange samanhengar utøvar ein problemorientert samfunnskritisk funksjon.”

Gjennom ulike former for formidling vil Hallingdal Museum arbeide for å fylle denne rollen.

UTSTILLINGER

Utstillingslokalet på Nesbyen ble renovert våren 2009 og gir nå gode muligheter til visning av ulike typer utstillinger. Utstillingene skal kunne være et attraktivt, vekslende og aktuelt tilbud til publikum året rundt. Museumsplanen for '07 - '11 sier at utstillingene ”skal treffe både lokalt og regionalt”, kanskje kan vi også legge til nasjonalt.

Utstillingsformene er:

Basisutstillinger som står over flere år, til disse kan også regnes interiørutstillingene i husene. Det eksisterer basisutstillinger i administrasjonsbygget ved museets avdelinger både i Hol og Nes.

Tiltak: Basisutstillingene bør hvert år evalueres, selv små endringer kan gi ny kunnskap/forståelse for et fast publikum.

Temporære utstillinger står over noe kortere tid og kan for eksempel lages i forbindelse med arrangement og temaer som museet arbeider med. Til denne type utstilling kan også nevnes Hot Spot. I de tilfeller hvor museet finner denne formidlingsformen egnet, kan det være vel så naturlig å tenke andre arenaer enn museets egne.

Tiltak: Museet bør ha som mål å selv produsere minimum to temporære utstillinger av et visst omfang i året (evt. Hot Spot i tillegg).

Vandreutstillinger står også i en avgrenset periode og kan i mange tilfeller lett flyttes mellom avdelingene, det avhenger bl.a. av om utstillingen er lånt inn - eller produsert av Hallingdal Museum.

Tiltak: Hallingdal Museum bør ha som mål å låne inn eller produsere minst én vandreutstilling i året. Denne kan også vises ved andre institusjoner i Hallingdal i tillegg til museet. Dette kan i noen tilfeller være hensiktsmessig for å nå ut til et større publikum og for å øke folks bevissthet om museet.

Museet på Nes ble høsten 2009 helårsåpent. I dag er det kun åpent i kontortiden i vinterhalvåret, men skal det bli et reelt tilbud til hele befolkningen bør det etter hvert også holdes åpent i helgene.

Tiltak: dette er et økonomisk spørsmål. Som en begynnelse kan museet holde åpent for eksempel 1. lørdag i måneden. For å sikre oppmerksomhet om- og besøk disse dagene bør museet invitere til foredrag, filmvisning, spesialomvisning e.l. For å oppnå forutsigbarhet for besøkende er det viktig å være konsekvent i gjennomføringen av en slik åpningstid.

PEDAGOGISKE OPPLEGG/DEN KULTURELLE SKOLESEKKEN

Aktiviteter som retter seg direkte til skole og barnehage kalles pedagogiske opplegg. Museet har bygd opp et aktivitetsområde ved avdelingen på Nes hvor lek og læring står i fokus. Der er det også bygd opp et gammelt skolehus som kan brukes til aktiviteter som matlaging, undervisning m.m.

Museets skoletilbud er mange, tilpasset enkelte fag. Noen av disse benyttes, men en del er stående tilbud som aldri har blitt satt ut i livet.

Det gjennomføres i dag et undervisningsopplegg i faget Mat og helse for 9. klassetrinn ved alle Hallingdalskommunene; ”Fra kullgrop til mikrobølgeovn- mat uten strøm”. Alle avdelingene benyttes i dette samarbeidet mellom skole, museum og mat- og restaurantbedrifter. Lignende avtaler bør også kunne inngås om andre temaer.

Tiltak: tydeliggjøre tilbudene til skolene ved å knytte temaene tydeligere til samtiden og synliggjøre aktualiteten. Gjøre dem mer eksklusive ved å tilby dem kun i en avgrenset periode og sørge for at tilbudene, i de tilfeller det lar seg gjøre, kan gjennomføres ved samtlige avdelinger. Tilby undervisningsopplegg i forbindelse med utstillingene.

Sørge for varierende formidlingsformer, så som tidsreiser, rollespill, prosjektarbeid, omvisning med aktivitet.

AKTIVITETER

Som aktivitet regnes egne arrangementer og samarbeidsarrangementer med andre, museet som arena for ulike kulturuttrykk og aktivitetsdager. I forbindelse med skolens høst- og vinterferie arrangerer Hallingdal Museum aktivitetsdager med tema for årstiden. Museet er medarrangør av flere teaterforestillinger. Samarbeidsprosjekt med Hallingdal Reiseliv har resultert i barne- og familieforestillinger med kulturhistoriske tema og museets avdelinger som spillesteder. I tillegg oppfører Museumslaget på Nes annethvert år et vandrespill om utvandringa til Amerika. Museumslagene for øvrig avholder ulike arrangement gjennom året.

Tiltak: Videreføre samarbeid med Hallingdal Reiseliv på områder dette faller naturlig, fortsatt delta i reiselivsprosjektet ”Eventyrferden”. Videreføre og videreutvikle eksisterende arrangement samt utvikle nye aktiviteter for turister og fastboende i samarbeid med museumslag og/eller andre aktuelle samarbeidspartnere.

OMVISNINGER

Omvisninger er fortsatt en svært viktig formidlingsmetode ved alle museumsavdelinger. Omviser tar de besøkende rundt og forteller om museets bygninger, gjenstander og historie. Museet skal sørge for at det gis en best mulig framstilling av historien.

Tiltak: Det er viktig å kvalitetssikre omvisermanus på flere språk- norsk, engelsk og tysk. Utarbeide supplerende manus om museets spesialtema som for eksempel samferdsel og

handelshistorie. Kvalitetssikre omviserpersonell. Invitere til fellestreff for alle omvisere i løpet av sommersesongen for utveksling av erfaringer osv. Hver sommer evalueres.

PUBLIKASJONER

Hallingdal Museum samarbeider med Hallingdal Historielag om å gi ut ei årbok hvert år.

Tiltak: Her oppfordres blant annet de museumsansatte til å skrive om temaer som kan knyttes til museumssamlingene.

AVISARTIKLER/OMTALE

Museet har brukt lokalpressen aktivt til å få omtale av arrangement og har også periodevis gitt ut egne artikkelserier med bilder fra samlingene. Det er viktig å ha et aktivt og godt forhold til lokalpressen, som er det største mediet som gjør museet kjent.

Tiltak: Alltid se etter mulige nyhetsvinklinger ved museets fortløpende arbeid. Send ut pressemelding i rett tid før arrangement.

INTERNETT

Museet har en gammel nettside som trenger å oppgraderes. Foreløpig har vi ikke hatt økonomi til dette. I tida framover er det viktig å jobbe videre med å få utviklet en nettside som publikum kan bruke til å finne viktig informasjon om museet. Ikke minst er dette viktig for skoleelever.

Tiltak: Investere i nye sider. Lage plan for formidlingen via museets nettsider. Siden bør kunne brukes aktivt av norske og utenlandske turister, skoleelever og for øvrig tilpasses en aktiv og informativ bruk. De ansatte legger ut informasjon på de allerede eksisterende sidene. Dette er et særs krevende arbeid, som forutsetter en stillingsprosent – hvis arbeidet skal utvikles og oppdateres til å være en aktiv side. Etter hvert som samlingene blir digitalisert skal de kunne gjøres tilgjengelig via museets nettside.

SKILTING AV BYGNINGER

Det er et påkrevd arbeid å få mer og bedre informasjon til hver bygning for at publikum skal kunne få kunnskap og større glede av å gå omkring på egenhånd uten omviser. Det har i flere år vært ønsket bedre skilting ved museets avdelinger. Skiltene skal gi informasjon på flere nivåer. Skiltinformasjonen skal inneholde rene fakta og fortellinger som kan ”gi liv” til bygninger og plassen.

Tiltak: ”Skiltprosjektet” har vært under planlegging over flere år. Det stoppet opp på grunn av at dette var et stort investeringsprosjekt uten midler. En ser nå på mulighetene for alternative løsninger, finansiering osv.

MARKEDSFØRING

Hallingdal Museum har stadig utfordringer når det gjelder å gjøre museet kjent for lokalbefolkning og tilreisende.

Tiltak: Øke midler til markedsføring. Bygge videre på det nåværende arbeidet med å synliggjøre felles profil. Museumsbannere er satt opp i Hemsedal, Hol og Nesbyen (pr. 2009). Arbeidet fullføres i 2010. Markedsføring av museet gjøres gjennom logobruk på våre produkter, så som poser, t-skjorter, visittkort, arbeidsantrekk osv. Etablere fast annonseplass (i den grad det lar seg gjøre) for museets arrangementer på lokalavisas forside. Utarbeide arrangementskalender til distribusjon ved begynnelse av vår-, høstsemester og sommersesong. Fortsette markedsføring gjennom deltakelse i ”Eventyrveien” samt se etter flere mulige markedsføringskanaler.

ØVRIGE TILTAK FOR Å BEDRE FORMIDLINGEN

- Kurs og videreutdanning av de ansatte og alle som arbeider med formidling ved museet.
- Evaluere/dokumentere alle formidlingsopplegg etter hvert som de er etablert.
- Foreta publikumsundersøkelser.
- Planen justeres ved behov i planperioden.

KILDER

Planen er utarbeidet med følgende dokumenter som bakgrunnsmateriale

”Plan for Hallingdal Museum 2007-11”.

Evalueringsdokument av museumsplanen fra 26.10.09

Relevante Stortingsmeldingsmeldinger, deriblant ”Framtidas museum” St.melding nr. 49, forutsetninger for tilskudd fra KKD til museene m.m.

Planen har også benyttet seg av ”Formidlingsplan for Telemark Museum 2009-2001” som inspirasjonskilde.