

Formidlingsplan 2024 – 2027

Museene på Lillehammer

Bakgrunn

Stiftelsen Lillehammer museums (SLM) formidlingsplan er en del av museets planhierarki.

Formidlingsarbeidet retter seg etter ICOM sitt etiske regelverk, FNs bærekrafts mål, gjeldende kulturmelding, og de føringer som gis i nasjonal og regional museumspolitik, samt stiftelsens tildelingsbrev fra KUD, SLMs vedtekter og langtidsplan. Den nye museumsmeldingen Musea i samfunnet. Tillit, ting og tid. Meld. St. 23 (2020-2021) peker blant annet på nye hovedmål for museene. Formidlingsplanen skal ivareta solid kunnskapsproduksjon, relevant formidling og aktiv samhandling.

Arbeidet med formidlingsplanen har vært grundig og omfattende med arbeidsgrupper og felles samlinger. Prosessen har vært ledet av kommunikasjon og formidlingsavdelingen i samspill med kulturhistorisk avdeling. Formidlingsplanen skal brukes som et mål, et middel og retning for museets formidling fram mot 2027, og skal først og fremst være et nyttig verktøy og en rettesnor for formidlingsarbeidet ved museene.

Ansvarlig

Formidlingsplanen er styrende for formidlingsvalgene framover for avdelingene (kulturhistorisk, samlingsforvaltning og kommunikasjon og formidling).

Ansvarlig avdeling for planen: Kommunikasjon og formidling ved avdelingsleder
Samarbeidspartnere: Avdelingene kulturhistorisk, samlingsforvaltning og drift

Mål

Planen skal bidra til:

1. Å sette mål og rammer for formidlingen for alle som jobber med formidling (kulturhistorisk, samlingsforvaltning og kommunikasjon og formidling).
2. Å sikre at formidlingen holder høy kvalitet, er attraktiv og preges av god intern samhandling, samt at det jobbes tverrfaglig.
3. Å gjøre det enkelt å prioritere og beslutte i planperioden.
4. Planen skal sikre at det jobbes med utvikling fra følgende perspektiv (definert i langtidsplan 2020-2025):
 - nyskapende
 - kunnskapsbasert
 - publikumsorientert

Formidling i Stiftelsen Lillehammer museum

Definisjon

Formidling er bindeleddet mellom museet og prioriterte målgrupper i hele publikumsreisen. Formidling er å sette samlingene og kunnskapen inn i en kontekst som gjør dem meningsfulle. Aktivering og involvering er viktige prinsipper i relasjonen mellom museet og publikum.

Formidlingsmetode i Stiftelsen Lillehammer museum

Definisjon metode

En metode for å sette samlingene, historiene og kunnskapen inn i en kontekst som gjør dem meningsfulle.

Formidlingsmetoder - eksempler

Utstilling, omvisning, levendegjøring, skuespill, foredrag, audioguide, video osv.

Utviklingsperspektiver

Visjon	Skape unike opplevelser som beriker livet.
Verdier	Engasjerende, ekte og inkluderende.
Perspektiv	Utviklingen skal være nyskapende, kunnskapsbasert og publikumsorientert. Gjerne eksperimentere for å erfare og lære.
Formidlingsmetode	Skal aktivere og involvere og være bindeleddet mellom museet og prioriterte målgrupper i hele publikumsreisen.

Formidlingspyramidene er rammer i arbeidet med utvikling av formidlingstilbudene. For å lage godt og relevant innhold med høy kvalitet er overordnede tema definert fram mot 2027. Prioriterte tema skal danne basis for valg, prioriteringer og videre diskusjoner om metode og innhold i forhold til målgruppene som velges.

Livslang læring er et perspektiv i utvikling av formidling både med tanke på skoletilbud og tilbud til generelt publikum.

Skoleformidling utvikles for å levere tilbud iht. læreplan og behov skolene har, men de utvikles også for å kunne brukes som basis for annen formidling i museene.

I årlig programarbeid og tiltaksplaner er et nært samspill mellom avdelingene essensielt for å lykkes.

Målgrupper formidling og utstillinger 2023 (revideres ved behov):

PERSONAS	OVERORDNET MÅLGRUPPE	ALDER	REASON TO GO	KUNDELØFTE
Familien Alle museer bortsett fra Bjerkebæk	Lokale, hytteeiere og tilreisende familier.	Foreldre 30 – 50, retter oss til mor hovedsakelig for å få de hit (markedsføringen), men formidlingen på stedet skal være for alle! (barn 5-12 år)	Fylle dagen med noe meningsfylt og engasjerende sammen med familien.	Meningsfulle og varierte aktiviteter i rolige og trygge omgivelser sammen med hele familien.
Kulturisten Alle museer	Lokal og tilreisende. Kan ha med barnebarn og venner.	50/60+ Rom til å spise alder i ulik kommunikasjon og formidling.	Opplive og lære mer om norske historier og tradisjoner.	Berikende og lærerike kulturopplevelser i sanselige omgivelser.
Utlendingen Alle museer	Internasjonal, kulturinteressert familie	40-55 år (barn 10 år +)	Lære om og oppleve norsk kultur og tradisjon.	Tidsreise i norsk kultur i sanselige omgivelser.

		Telefon: +47 61 28 89 00 / post@lillehammermuseum.no Maihaugvegen 1, 2609 Lillehammer / Org.nr.: 955 378 024		
Sara Kunstmuseet (julemarked, årskort Maihaugen)	Unge voksne uten barn og student.	20-35	Få med seg snakkisen.	Nyskapende utstillinger og inspirerende opplevelser.

Formidlingspyramider

Museene benytter pyramider som metode for å prioritere overordne mål og retning for formidlingen.

Pyramiden inkluderer i tillegg informasjon om hva som er definert som basis formidlingstema og -metode i 2023.

Det er gjennomført et grundig arbeid med å utvikle denne for museene og velge prioriterte formidlingstema i perioden 2024 – 2027.

Basis formidlingstema og -metode skal oppdateres i pyramiden etter hvert som valg tas framover.

Formidlingspyramidene blir publisert på et senere tidspunkt.

Bakgrunn for valg av essens. Norges Postmuseum. Oss mennesker i mellom

Kommunikasjonshistorien har vært betydningsfull for samfunnsutviklingen. Postens reise fra person til person er pålitelig og personlig, og er et system/nettverk som setter folk i forbindelse med hverandre.

Basis formidling 2023

Kommunikasjonshistorie

Basis formidlingsmetoder per 2023

Tradisjonsbærere – Postmestre

Vise kjøretøy til Posten

Omviser

Utstillinger

Bakgrunn for valg av essens. Maihaugen. En reise i tid

Fremme forståelse og interesse for historien, for fortidens levde liv og for sammenhengen mellom fortid, nåtid og fremtid, og gjøre det relevant for et bredt publikum. Tid er en rød tråd, «en reise» mellom ulike tider, en helhetlige opplevelse i tid.

Basis for utvikling av innhold er historiske gjenstander og hus/hjem, kilder og kunnskap om materiell og immateriell kulturarv som er tilgjengelig

Basis formidlingstema 2023

Det gamle bondesamfunnet

Hamskiftet

Emigrasjon

Bureising

Hytteliv

Kommunikasjon

Byggeskikk, arkitektur og håndverk

Samtidshistorie / nyere historie
Husflid

Basis formidlingsmetoder 2023

Omvisning, husvert, tunvert og områdevert
Grindåpne hus
Levendegjøring
Aktører
Tradisjonsbærer (håndverk, gardsdrift)
Musikk
Selvgående aktiviteter
Vandrespill – teater
Skilt og QR kode
Digitalt innhold i sosiale medier
Utstillinger
Foredrag

Formidlingsmetode Maihaugen / Norges Postmuseum i planperioden. Fysisk.

Levendegjøre.

Brukes i 1.- 2.- og 3. person, der den ansatte er iført kostyme og viser historiske aktiviteter, samtidig som man kan gå inn og ut av rolle for å forklare og vise til publikum på mange ulike språk hvordan ting ble løst av folket som levde før.

Dette er en levendegjøring av helheten hvor man ser på hele museet som en formidlingsarena, og som inkluderer alle typer ansatte i jobb, samt butikk og servering. Man kan også bruke musikk i levendegjøring.

Skuespill.

Kan brukes som metode på mange forskjellige måter, f.eks. som arrangement, som tablåer, som vandringer eller som opptrekk.

Tradisjonsbærer.

Håndverker arbeider (levende tradisjonshåndverk) i friluftsmuseet og har dialog med publikum. Dette innbefatter også innleid sesonghåndverker ifm. Ungt tradisjonshåndverk, samt bønder og postpensjonister. Bøndene arbeider med dyr og kulturlandskapet, og viser tradisjonelt håndverk i landbruket og utfører dette med tradisjonelle metoder. Postpensjonistene (frivillige med aktuelle kunnskaper) forteller om Postens liv og virke, med erfaring fra eget yrkesliv

Omvisning.

Gjennomføres av ansatte ikledd uniform/tidsriktige klær med stor kunnskap, som på flere språk kan fortelle og sette historien i en sammenheng og kontekst. Fortelles i 3. person, med røde tråder til dagens liv.

Husvert/tunvert.

Ansatte ikledd uniform/tidsriktige klær med stor kunnskap, som på flere språk kan fortelle og sette historien i en sammenheng og kontekst. Fortelles i 3. person, med røde tråder til dagens liv.

Lyn foredrag og korte temaforedrag.

«Lyn-konsepter». Korte formidlingstilbud som tar liten tid og er tematisert.

Selvgående vandreruter.

Tilbud til publikum i friluftsmuseet med anbefalte ruter og tema, satt i historisk kontekst.

Utstillinger med interaktivitet.

Involvere og engasjere publikum i utstillinger, ikke bare la seg informere og motta kunnskap.

Formidlingsmetode Maihaugen / Norges Postmuseum i planperioden. Digitalt.

Slutte å bruke Kulturpunkt i formidlingsarbeidet. Kulturpunkt som verktøy er ressurskrevende, lite fleksibelt og krevende å få gjennomført på en enkel og rask måte.

Andre eksterne verktøy testes ut og er enklere, mer effektive og mer publikumsvennlige i bruk.

Mulige tema med bruk av digitale verktøy:

- Levendegjøring
- Kunnskapsformidling
- Lyn foredrag
- Podkast i samarbeid med eksterne
- Audio-visuelle effekter i museet
- Digitale lommer i utstillinger
- Praktisk info

Bakgrunn for valg av essens. Bjerkebæk. Sigrid Undsets litterære verden.

Undsets lille verden innenfor gjerdet skal åpne seg for verden. Målet er fortsette Sigrid Undsets arv, med å bringe den litterære verden inn på Bjerkebæk, og hennes litterære univers ut. Formidle Sigrid Undset i verdenssammenheng som nobelprisvinner.

Basis formidlingstema 2023

Hjemmet
Forfatterskapet til Undset
Biografien til Undset
Nobelprisen

Familien
Hagen

Basis formidlingsmetoder per 2023

Omvisning
Høytlesing
Lesevandring
Skilt
Utstillinger
Foredrag
Musikk

Formidlingsmetode Bjerkebæk i planperioden. Fysisk og digitalt

FYSISK formidling

- Omvisninger
- Temaomvisninger, gradere – tilgjengelig for ulike målgrupper. Spisse omvisningene (mange korte/kortere).
- Litterære foredrag
- Skuespillere i hagen
- Bruke hagen på annet vis.
- Lesestunder/dramatiseringer
- I peisestua.
- Arrangement
- Debatter og diskusjoner.
- Butikken
- Norske produkter som er representative for museet.
- Åpne huset utenfor omvisninger

- Problemløsning som metode
- À la «escape room».
- Utstillinger
- Aktualisere Undset. Bruke rommet for reiseutstillingen på annen måte. Bruke Nobelutstillingen på en ny måte.

DIGITAL formidling (Kulturpunkt benyttes ikke videre)

- Digitalt formidlingsrom
 - I gjestehuset.
- Digitale vandringer
 - F.eks. om hagen gjennom sesongen.
- Digitale omvisninger
- Podkast
- Undsets venner og bekjente (Sterke stemmer?).
- Audio/lytteopplevelser
- Utnytte lyttestolene bedre.

Bakgrunn for valg av essens. Aulestad. Et hjem med sterke stemmer

Et møtested for diskusjon og kritiske røster i Gausdal som var viktig i hele verden. Sted for debatt og sterke stemmer. Gården (mønsterbruk), Karoline (hjemmet), Bjørnstjernes engasjement (sterke stemmer). Aulestad – et hjem for sterke stemmer med takhøyde, og med det lokale versus det internasjonale.

Basis formidlingstema 2023

Hjemmet
Forfatterskapet til Bjørnson
Biografien til Bjørnstjerne Bjørnson og Karoline Bjørnson
Familien
Nobelprisen
Gården

Basis formidlingsmetoder per 2023

Omvisning
Opplesing
Eventyrfortelling
Utstillinger
Aktivitet på egenhånd

Formidlingsmetode i planperioden. Aulestad. Fysisk og digitalt

FYSISK formidling

- Omvisninger
 - Trinnvise ift. nivå. Kortere og spissere omvisninger. Utvide med flere omvisninger og temaomvisninger (standard).
- Grønn kulturarv
 - Styrke temaomvisninger ute. Hage og gårdsvandring.
- Åpne huset utenfor omvisninger
- Utstillinger
- Aktiviteter
- Problemløsning som metode

- À la «escape room».
- Talerstol for sterke meninger
- Knytte hjem og låve sammen.

DIGITAL formidling

- Selvlæringsarena
 - Digital verden på nettsiden.
- Podkasten Sterke stemmer
 - À la historiske kjendiser (før og nå) – tematisering (ytringsfrihet...)
- Lydbøker og lyttehjørner
- Vandringer
- Film/lyd i museet
 - Digitale historier
- Omvisninger

Bakgrunn for valg av essens. Norges Olympiske Museum. OL- Lek og alvor

Verdier, historier, resultater og politikk. Vise at OL ikke bare er seier, lek og god stemning, men også preget av alvor og det som kan beskrives som medaljens bakside.

Basis formidling 2023

Ungdoms-OL

OL 1994

OL 1952

OL-historien

OL i dag (oppdateringer)

En del av Olympismen
Formidlingsmetoder per 2023
Utstilling på egenhånd
Temautstillinger
Intro utstilling
Egenaktivitet i utstilling
Quiz
Foredrag

Formidlingsmetode i planperioden. Norges Olympiske Museum fysisk og digitalt

FYSISK formidling

- Utstillinger
 - Interaktivitet (på egenhånd), tema, konkurranser. Temporærutstillinger (alvor).
- Prøve sporten
 - Inne i utstilling og ute.
- Filmrom som formidlingsrom
- Byjubileet
 - OLs betydning for Lillehammer.
- Person og tema fortellinger
 - Andre typer historier.
- Lynomvisning alvor
 - Problematisere idretten, som dop osv. + lek.

DIGITAL formidling

- Søkedatabase i utstillingen

STIFTELSEN LILLEHAMMER MUSEUM

Telefon: +47 61 28 89 00 / post@lillehammermuseum.no
Maihaugvegen 1, 2609 Lillehammer / Org.nr.: 955 378 024

- Filmklipp fra OL 52 og 94
- Filmrom
- Quiz på mobil
- Podkast i samarbeid med eksterne