

Nye formidlingsformer, nye udfordringer

Af Signe Reeholm, projektassistent, Die Asta Experience

Nye medier, digitale installationer, brugerinddragelse og nye måder at formidle på. Den slags ord fyger gennem luften i disse tider. Men hvad sker der ledelses- og projektmæssigt, når et museum beslutter sig for at realisere de digitale drømme? I dette uformelle interview fortæller Annette Vasström, leder af Nationalmuseet, Danmarks Nyere Tid og af udstillingsprojektet, og Asta Wellejus, multimedieudvikler og projektkoordinator, om processen bag.

Dialog og social interaktion

Hvad er det for et projekt I har lavet sammen?

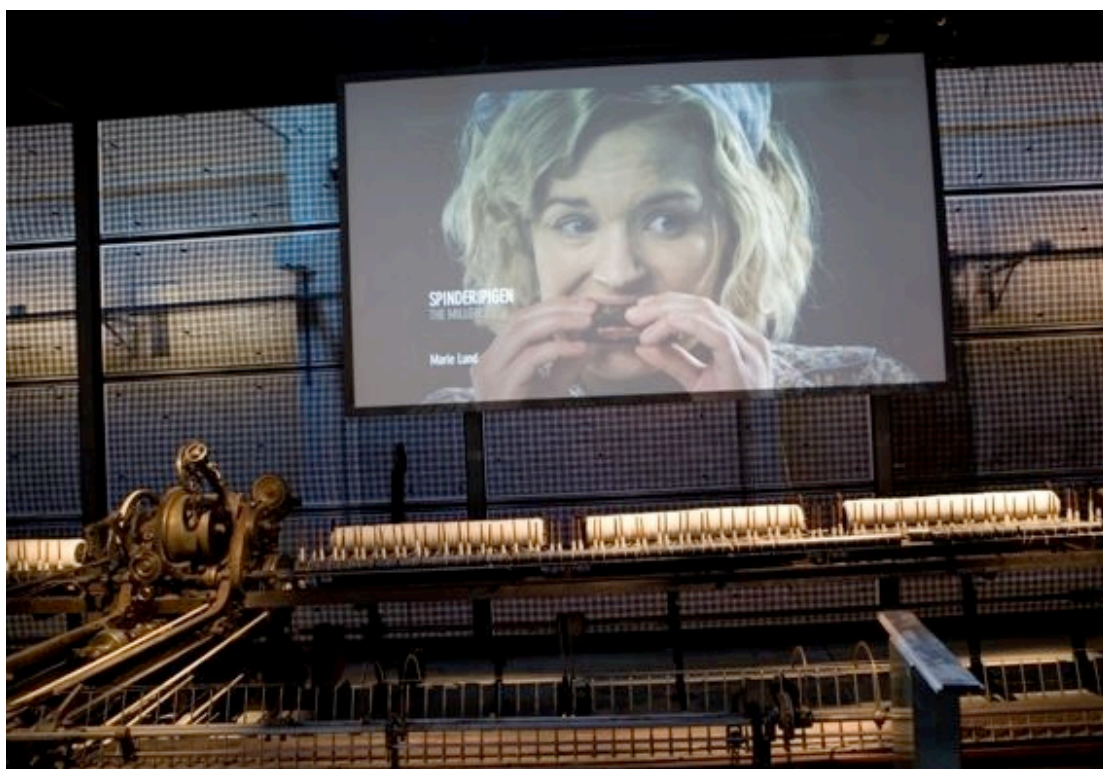
"Et projekt hvor man skulle tænke anderledes. Et udviklingsprojekt der sigtede mod at udvide rammerne for museernes formidling," siger Annette. *Hvad er anderledes ved dette projekt?* Annette svarer: "Dialogen. De dårligste museumsoplevelser lukker af for dialog." Asta: "Vi ville alt andet end audioguiden. Vi ønskede den viden, audioguiden har, men ikke i den pædagogiske, stramme, umenneskelige, ikke dialog-skabende form. Og vi ville væk fra skilteskoven og bogen på væggen." Annette: "Museet skal være et rum, hvor de besøgende taler *med* hinanden, om det de oplever. Det er erindringsudveksling, der gør, at man husker." Asta tilføjer: "Det er fantastisk, hvis vi kan få nogen, der kommer på museet sammen til at tale med hinanden, om det de oplever, for det er først der, de lærer og erkender." Hun fremhæver bl.a. udstillingsafsnittet *Maskinen*, hvor de besøgende arbejder ved samlebånd, og hvor publikum både 'arbejder' og taler sammen: "Det var det, vi gerne ville - have de besøgende til aktivt at tage del i og *opleve* industrialismen."



Ved samlebåndet arbejdes i fællesskab, hårdt og koncentreret. Foto: Ingrid Bugge.

Aktiv billet – en ekstra oplevelse

I påsken 2010 lanceres Den Aktive Billet, den sidste del af de nye udstillinger. Billetten binder det hele sammen med efterfølgende oplevelser på internettet. Allerede i dag fungerer billetten udvalgte steder i udstillingen. Annette: "Den fungerer, når du vælger din hovedperson til at følge dig gennem fabrikken. Og den fungerer ved Maskinen. Nu skal den fungere på en tredje måde. Dels ved at du kan fordybe dig i historier om enkelte genstande og dels ved at give adgang til museets virtuelle verden. Der er mange lag i fortællingen, og det tager mange besøg at komme igennem." Asta supplerer: "Ja, udstillingen er bygget til genbesøg. Den Aktive Billet er en anderledes måde at udforske genstandene på, hvor man kan tage stilling til forhold i industrisamfundet". Annette: "Ja, og når man har truffet sit valg, får man feedback, der indikerer, hvilken 'type' man er."



Den Aktive billet fungerer i dag på Fabrikken, hvor den besøgende selv vælger, hvilken karakter, der skal fortælle om dagligdagen på fabrikken. På lærreder i udstillingen kan man afspille film med den valgte hovedperson – her er det spinderipigen, der beretter om sin dag på fabrikken. Foto: Ingrid Bugge.

Mange kokke fordærver ikke nødvendigvis maden

Det kan være svært for museerne at finde ud af, hvilke opgaver de selv kan løse, og hvilke der skal hentes hjælp til udefra. "Der er meget at være opmærksom på; hvornår der er brug for eksterne, hvad det er, de skal kunne og i virkeligheden tænke, hvad er det for nogle kompetencer, projektet har behov for?" siger Asta. Annette: "Det tror jeg er rigtigt. Engang ville museerne det hele selv, men nu er museerne blevet så specialiseret en branche, at vi er nødt til at få specialister ind udefra. Vi skal fokusere på vores kernekompetencer – genstande og deres historier. Men vi må få andre til at hjælpe os med at udfolde de historier." Asta: "Museerne inkorporerer andre formater nu, de inkorporerer det, der er deres konkurrenter, typisk film og spil. Derfor er det vigtigt, at museerne holder fast i

deres kernekompetencer, indholdet, og så anvender eksterne specialister til at være fødselshjælpere.

Projektgruppen bag udstillingen brugte lang tid på at finde de rigtige leverandører. "Vi var i et felt, hvor der ikke var mange at vælge imellem. Det ville have været mere effektivt, hvis der var så mange firmaer at vælge imellem, at man kunne have lavet ét stort udbud og derved have fået én ind, der kunne styre det hele. Vi bedømte, at det ikke kunne lade sig gøre, fordi vi ville have et koncept, der indeholdt så mange forskellige aktiviteter." fortæller Annette. Asta: "Hvis vi havde valgt ét internationalt firma til at løse alle opgaverne, så havde de ikke været gode til det hele. Jeg tror, man skal gå efter specialister til de enkelte opgaver. Men det tager tid at finde dem".



Annette Vasström og Asta Wellejus i dialog om erfaringer fra det store udstillingsprojekt, der i dag kan ses på Brede Værk. Foto: Signe Reeholm.

Indhold først, så form

Projektets akilleshæl er, at tidsplanen var lagt forkert. Arkitekterne kom ind i forløbet otte måneder før Die Asta Experience. Anette: "Hele idéudviklingsfasen skulle have været inde langt tidligere i processen. Før valget af arkitekter. Før man begyndte at tænke i rum, så skulle man have tænkt i multimedier. Og så skal man passe på ikke at tænke i den traditionelle måde at lave udstillinger på, med genstande og montrer først. Man skal tænke mere overordnet. Det er derfor man skal have en ekstern ind, der kan få én til at skærpe fortællingen og skabe konceptet, så man er mere fast i kødet på, hvad det er, man vil fortælle før, man begynder at lave om på et rum." Asta: "Jeg tror, vores udviklingstur til Berlin var afgørende for projektet, hvor vi tog væk fra museet, væk fra Brede, og spurgte hinanden, hvad er det, det skal kunne?"

En del af problematikken omkring tidsplanlægning består i organisationsstrukturer tilpasset en mere traditionel måde at lave udstillinger på. Nationalmuseet har derfor besluttet at ændre deres ledelsesstruktur i forhold til opbygning af udstillinger. Museet håber på den måde i fremtiden at være rustet til de udfordringer, der kommer med tidens nye formidlingsformer.

Die Asta Experience som fødselshjælper

Projektet blev konkretiseret igennem en række workshops. Annette: "Vi havde lavet nogle oplæg, som Asta læste igennem. Vi tænker akademisk og opgaven var at løsne os ud af vores akademiske puppe. Det skete på workshops, hvor Asta blev ved med at hamre en bestemt måde at tænke på ind i os. Reaktionen var den samme, som jeg ofte oplever i akademiske sammenhænge: Er det nu nødvendigt? Det viste sig hver gang, at der kom et resultat ud af det, og vi nærmede os mere og mere." Annette fremhæver dramaturgisk fortælleevne og retorisk viden som væsentlige for udstillingsprojektet: "Kravet om en meget mere stringent måde at fortælle på. En måde som de besøgende kan forstå." Annette slutter: "Det har været en fantastisk spændende rejse igennem et meget kompliceret forløb - virkelig udfordrende, jeg ville ønske alle kunne få lov til at opleve det."

Fakta om Die Asta Experience

Die Asta Experience v/Asta Wellejus, tidligere udviklings-direktør i Zentropa Interaction, er en kreativ virksomhed med mange års erfaring indenfor attraktionsudvikling, nye medier og interaktiv læring. Die Asta Experience samarbejder bl.a. med Mogens Rukov og Danmarks Radio, og er i gang med og har tidligere lavet projekter sammen med bl.a. Lars von Trier, ARoS, Tøjhusmuseet, Roskilde Festival, Golden Days, Nordsøen Oceanarium og Silkeborg Kunstmuseum.

Fakta om Brede Værk

Brede Værk - en del af Nationalmuseet

Idé: Danmarks Nyere Tid, Nationalmuseet

Udstillingerne består af følgende elementer: Industrisamfundet, På Fabrikken, Væveriet, Maskinen og Arbejderboligen.

Hjemmeside: bredevaerk.natmus.dk

Adresse: I.C. Modewegs Vej, 2800 Kongens Lyngby

Åbningstider: Tirsdag-søndag kl. 10-17 fra d. 21. maj til 18. oktober 2009. Herefter åbner museet igen i påsken 2010.

NB! Gratis adgang

Transport: Bus 194 eller S-tog til Jægersborg St. og derefter med lokalt tog til Brede.