

## Meg på museet - mitt museum

Bergens Sjøfartsmuseum i samarbeid med kunstpilotene



# Innhold

## 1) Bakgrunn og målsetting

|   |     |
|---|-----|
| Deltakerkultur - kulturelt medborgerskap  | s 3 |
| Vennskap                                  |     |
| Brukerinkluderende museumsformidling      |     |
| En må først bli sett, for selv å kunne se |     |

## 2) Gjennomføring

|  |      |
|--|------|
| Ulike inntak til deltakende museumsformidling            |      |
| A) Sansing   | s 5  |
| Den sansende betrakter                                   |      |
| Det store blå  |      |
| Følelser før informasjon                                 |      |
| Å dykke under havoverflaten                              |      |
| B) Aktualisering gjennom kuratorgrep                     | s 10 |
| Blå øyer på museet                                       |      |
| Personlig tilnærming                                     |      |
| C) Aktiv publikumskontakt- og respons                    | s 12 |
| Publikum som ressurs i fremtidens museumsformidling      |      |
| Si din mening - vis oss hva du liker                     |      |
| D) Invitasjon til medskapning - utstilling «Mitt museum» | s 15 |

## 3) Måloppnåelse - refleksjon

s 16

## 4) Oppsummering av prosjektarbeidet

s 21

## 5) Videreføring av prosjektet - overføringsverdi

s 22

## Aktivitetsoversikt

s 24



*Åpent publikumsverksted*

# Meg på museet - mitt museum

Bergens Sjøfartsmuseum i samarbeid med kunstpilotene  
Prosjektperiode: Mars 2014 -mars 2016

## 1) Bakgrunn og målsetting

Deltakerkultur - kulturelt medborgerskap

Et sentralt anliggende for museene er relasjonen til publikum:

**Hvordan sikre at samling og utstillingsprogram oppleves som relevant og aktuell for den besøkende?**

Museene investerer økonomiske og menneskelige ressurser i å utvikle og fornye seg. Ønsket og kravet om å nå ut til publikum står sentralt. En drar nytte av andre museers erfaringer og reiser rundt for å hente inspirasjon, som regel sett og formidlet fra innsiden - fra institusjonenes perspektiv.



*Maritime familiedager*

## Vennskap Brukerinkluderende museumsformidling

Hva om en vender blikket i en annen retning og trer ut av rollen som museumsformidler og inn i rollen som publikummer, en aktiv publikummer som krever å bli sett og hørt og som oppfatter museet som «sitt eget»? Hvilke mulighetsrom oppstår dersom en oppfatter og behandler publikum som en venn og relasjonen publikum - museum som et vennskap? - et vennskap preget av gjensidig respekt, tillit og ikke minst nysgjerrighet og engasjement for hverandre. Skal en være relevant for den besøkende må en også kjenne seg selv og sitt publikum.

En må først bli sett, for selv å kunne se  
Med pilotprosjektet «Meg på museet» har Bergen Sjøfartsmuseum i samarbeid med kunstpilotene, søkt å utforske nye måter å forholde seg til publikum på. Perspektivet har vært en deltakende museums praksis hvor publikum på ulike måter har kunnet utfolde seg på museet.



*Montre med skipsmodeller*

## 2) Gjennomføring

Ulike inntak til deltakende museumsformidling

Prosjektet har fulgt 4 hovedspor; A) sansing, B) aktualisering gjennom kuratorgrep, C) aktiv publikumskontakt og D) invitasjon til medskapning.

### **A) Sansing**

Den sansende betrakter

Bergens Sjøfartsmuseum formidler sjøfartshistorie med vekt på Vestlandet og Bergen. Utstillingsdesign og arkitektur er nøktern og minimalistisk. Karakteristisk for museumsutstillingen er flotte, detaljerte skipsmodeller i glassmontre - en formidlingsmetode som favoriserer synssansen. Vårt første grep med prosjektet «Mitt museum» var å bringe flere nivåer av sansing til museumsopplevelsen.



*Nordsjøen*

## Det store blå

### Følelser før informasjon

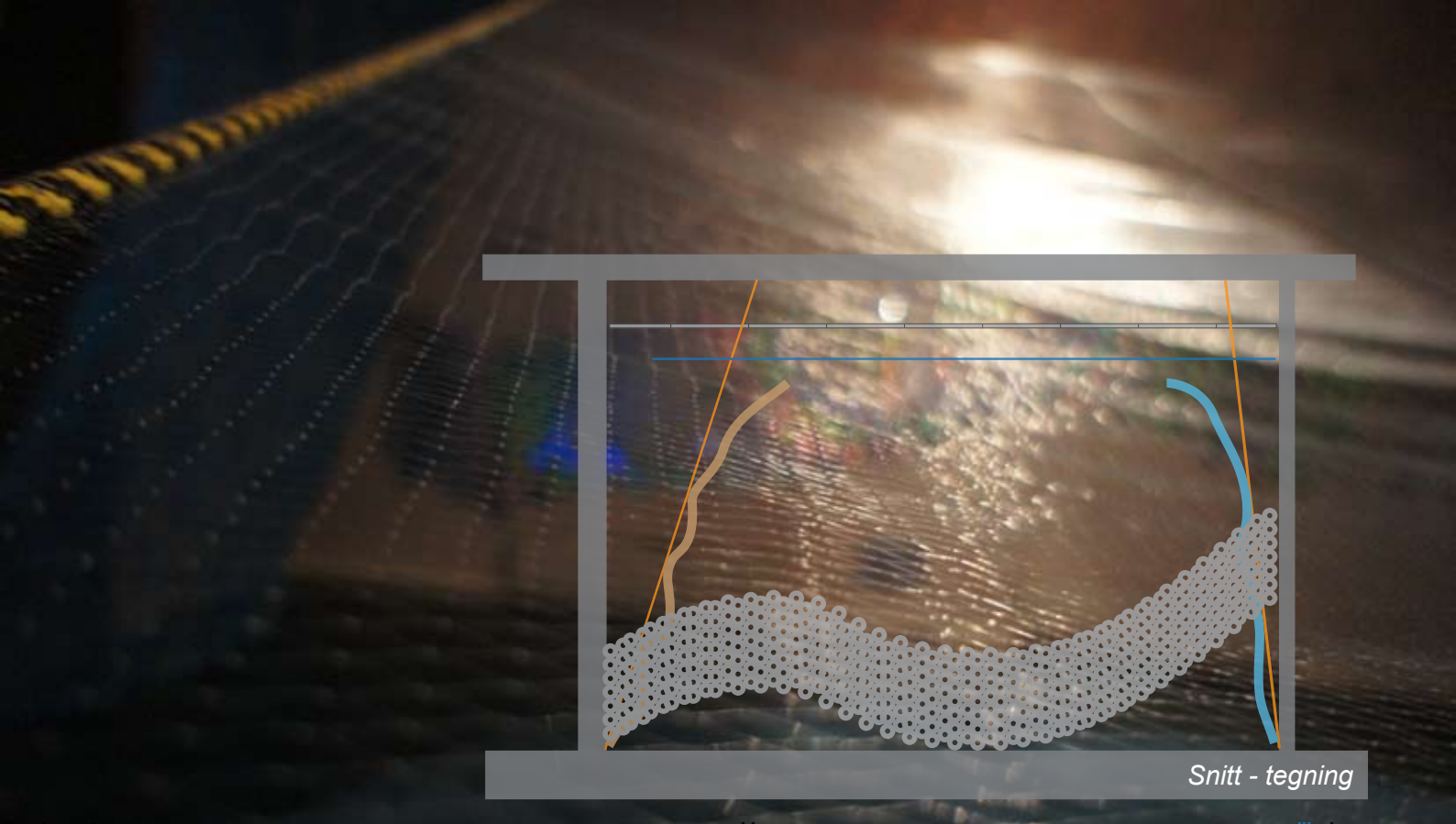
En blank, skimrende takhimling, blått lys og bølgedyd i inngangspartiet - dette museet handler om havet. Ideen var å gi publikum en tidlig, intuitiv impuls: I det lille vindfanget før resepsjonsområdet ble en sluset gjennom en enkel lys- og lyd-dusj.

### Å dykke under havoverflaten

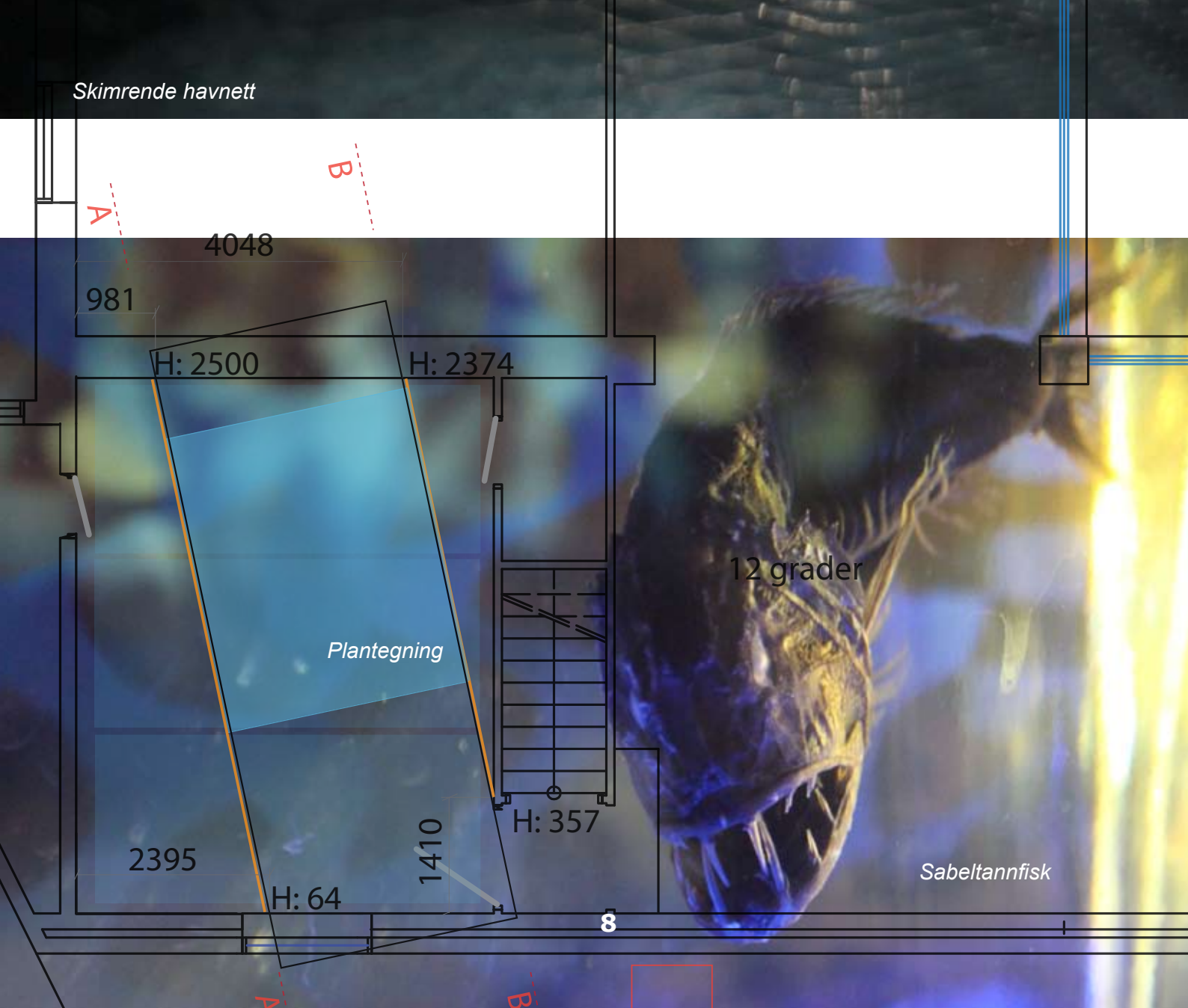
Som et supplement til det første følelses- og sansemøtet i vindfanget, designet vi en egen sanseinstallasjon. Havlyder, glitrende flater, blått underlag, aksentuert belysning og et monter med sabeltannfisker på formalin sammen med ubåtmodell i tre. Sentrert i rommet; en tung dykkerhjelm i kobber, skjøre muslinger og maritime billedbøker. Med sanse- og aktivitetsinstallasjonen «Det store blå» utvidet vi museumsopplevelse til også å omfatte lek, sansing og kontemplasjon.







Snitt - tegning



Skimrende havnett

A

B

4048

981

H: 2500

H: 2374

Plantegning

2395

H: 64

1410

H: 357

8

12 grader

Sabeltannfisk





*Tegning på på blå plast.*



## B) Aktualisering gjennom kuratorgrep

Museet har mange objekter med få referanser til den verden de en gang var en del av. **Hvordan bringe museumsgjenstand og betrakter nærmere hverandre?**

### Blå øyer på museet

#### Personlig tilnærming

Museets tekstplakater formidler gjenstandene i et overordnet tematisk- og historisk perspektiv. Ved å bringe inn andre fortellerstemmer- og kontekster kan en møte publikum på flere nivå. På blå øyer i museet kunne en sette seg ned og lese nærhistorier om utvalgte objekter - historier fortalt fra et personlig jeg- og funksjonsperspektiv. I tillegg tilførte vi "hands on" objekter for aktualisering og nærkontakt: Gallionsfiguren av en fisker kommer tettere på når en kan lukte og smake tørrfisk eller ikle seg sydvesten og sjøstøvlene i kisten på en blå øy - ett av de blå sirkel- teppene som uformelt inviterte til en annerledes samhandling med museumsgjenstandene.

*Fortellerstund med Stig Forsberg ved skipskisten.*





*Blå øy: Gallionsfigur med fisk.*



*Sjøstøvler, sydvest og tørrfisk på glass .*



*Speil montert i taket gir publikum mulighet til å se fiskerens ansikt.*



*Blå øy: Kipe med ull og sauefell.*

## C) Aktiv publikumskontakt- og respons

Publikum som ressurs i fremtidens museumsformidling

Hvordan oppfatter publikum museet? **Hva er forventningene og hvilke opplevelser ønsker en å ta med seg fra museumsbesøket?**

Si din mening - vis oss hva du liker

Med tanke om at publikum også er interessert i hva andre publikummere mener, var vi opptatt av å tilgjengeliggjøre meningsutvekslingen publikum og museum imellom. Vi valgte derfor som med de blå øyene, sanseslusen- og installasjonen, å ta i bruk enkle og umiddelbare virkemidler med bred appell. Ved den store trappen opp til 2. etasje kunne en dele meninger og innspill på små vimpler av seilduk som ble hengt i flaggliner og utstyrt med små, blå trebåter, plasserte publikum en båt ved sitt favorittobjekt- eller sted på museet.



*Flagg din mening.*



*Plasser din båt på det stedet som er viktigst for deg.*

Etablerte feedback kanaler er vanlig på dagens museer - vårt ønske var å gjøre dette på en lekende og inkluderende måte, og effektivt kontrastere museets øvrige utstillingsdesign: Om en som publikummer ikke på forhånd hadde fått med seg oppfordringen om å fysisk dele «likes» ved museumsgjenstandene, ble en oppmerksom på disse små båtene og kom undrende tilbake, stilte spørsmål, fikk svar og tok seg en ny runde på museet utstyrt med en liten trebåt.

Informasjon om prosjektet fikk en ved å snakke med museumsvertene og/eller ved å orientere seg ved et blått informasjonspunkt sentralt i resepsjonsområdet.

Informasjonspunktet, flagglinen og båtene var tilgjengelig for publikum i museets åpningstid. Utover dette arrangerte vi også søndagshappening hvor publikum blant annet kunne dele synspunkter og kunnskap på post it lapper plassert direkte på glassmontrene og/eller slå av en uformell prat med museets ansatte: Sette seg ned, ta en kopp kaffe og rett slett samtale sammen om museet.



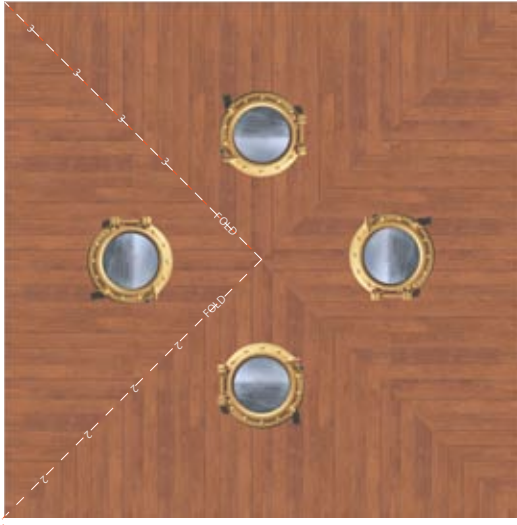
## DET STORE BLÅ - mitt museum

Alle har vi forestillinger, forventninger eller erfaringer knyttet til «havet». Gjennom sin samling forteller Bergens Sjøfartsmuseum historier om livet på, ved, og i havet. Med publikums- og formidlingsprosjektet «Det store blå - mitt museum» søker vi å utvide «havopplevelsen» og å synliggjøre «publikums stemme».

**Opplev havet** La du merke til at du entret en «havsons» da du gikk inn på museet? At du en kort stund ble omsluttet av havets lyder og befant deg under en sølvskimrende folie lik en vannhinne?

**Blå øyer** På blå opplevelsesøyer rundt omkring i samlingen kan du sette deg ned, lese en historie og kanskje også ta og lukte på noen objekter.

**Sanse- og aktivitetstrom** I 2 etg. kan du gå inn i et abstrahert havlandskap. Der kan du lytte til undervannsllyder, bla i bøker og studere ubåtmodellen fra 1808 eller ganske enkelt, hvile og drømme deg bort i «det store blå».



"THE BIG BLUE - my museum" is produced in cooperation with KUNSTPILOTENE. Sponsored by: Hordaland County Council, Bergen City Council and Den Kulturelle Berørelsen (DKB).

kunst pilotene



HORDALAND FYLKESKOMMUNE



BERGEN KOMMUNE

**Sense- and activity room** On the 1st floor we have transformed a room into an abstract "sea landscape". Here you can listen to underwater sounds, browse books, study a model of a submarine from 1808 or simply relax and get lost in a dream in the "The Big Blue".

**Blue islands** We have placed a few small, blue adventure islands around the museum where you can sit down, read a story and maybe smell some objects.



## THE BIG BLUE – my museum

Everyone has ideas, expectations or experiences associated with the "ocean". Through its exhibitions the Bergen Maritime Museum tells the story of life on board, and at sea. With the project "The Big Blue – my museum" we wish to increase the "sea experience" and make "visitors' voices" visible.

**Experience the ocean** Did you notice that you entered an "ocean zone" when entering the museum – that you for a short space of time was surrounded by ocean sounds and found yourself under a silver shimmering foil resembling a water membrane?

## Båtbrette katalog



## Del dine tanker om Sjøfartsmuseet



Gi oss et innblikk i dine ideer for en bedre museumsopplevelse. Er det noe du savner? Ønsker å forbedre? Eller allerede elsker ved museet?

Howdan?

## Publikums stemme

Hva gjør Sjøfartsmuseet relevant og engasjerende for deg?

Du kan skrive eller tegne din mening på et flagg til flagglinen eller i publikumsboken og du kan sette ut en båt ved ditt favorittobjekt. Flagg, bok og båter finner du i resepsjonsområdet.

## Visitors' voices

What makes the museum relevant and absorbing for you?

You can write down or draw your opinion on a flag for the flag hallway or the visitor book and you can put a boat next to your favourite object in the museum. Flag, book and boats are located in the reception area.



## Share your thoughts about the museum



Allow us insight into your wishes for a better experience. Is there something you miss? Want to enhance? Or already love about the museum? How?

- A** Flag hallway  
Write down or draw your opinion about the museum on the flag and fasten it to the hallway. What do you wish for?
- B** Boat  
Place a boat next to your favourite object in the museum.
- C** Reference group  
Do you have a particular commitment for the museum? Express your interest to be part of a reference group at the reception desk.

- A** Flaggline  
Skriv eller tegn din mening om Sjøfartsmuseet på flagget og fest det i linen. Hva ønsker du deg?
- B** Båt  
Plassér en båt ved det objektet du liker best i museets samling.
- C** Referansegruppe  
Har du et ekstra stort engasjement for museet? Meld din interesse for å være med i en referansegruppe hos resepsjonisten.

## D) Invitasjon til medskapning - utstilling «Mitt museum»

Utover deling av synspunkter rundt museet - «hvordan museet er for meg» - har vi også ønsket å utforske mer direkte, kreative deltakerintervensjoner. Med publikumsutstillingen «Mitt museum» inntok publikum rollen som kurator og konservator. Vi gikk bredt ut og oppfordret folk til å bringe sine egne maritime funn til museet og å stille dem ut i en publikumsinitiert utstilling.



Samleren og samlingen finnes ikke bare på museene, den finnes også i de tusen hjem. **Hva ville folk velge å stille ut?**

Svaret var at objektene publikum fant museumsverdig ikke skilte seg så veldig mye fra museets samling forøvrig. Kanskje skyldtes det deltakernes bakgrunn og egne preferanser (et stort flertall hadde sterke bånd til det maritime) og at folks oppfatning av kulturhistoriske museumsgjenstander samsvarer ganske bra med museumsverdenens egen oppfatning.

Publikumsobjektene ble behørig registrert, nummerert og tekstet men også her lot vi publikums stemme slippe til; som eksperter på egne objekter ble tekstinhold valgt i dialog med eieren. Utstillingsrommet forøvrig ble mer møblert som en stue i et privathjem med sitteseksjoner og et stort «konferansebord» for samling og samtaler.

### 3) Måloppnåelse - refleksjon

Har prosjektet lyktes med å få museet til å se seg selv fra et publikumperspektiv - som venn å invitere til et gjensidig vennskap?

**Har publikum vært en aktør på museet?**

*Åpent publikumsverksted.*





Som prosjekt redegjørelsen har vist har vi etter intensjonen prøvd ut en rekke, mer eller mindre uformelle pop opp initiativ. Noen av forsøkene har vært grundig planlagt - andre har vært mer impulsive og kortvarige. Publikum har vist interesse for museets ønske om tilbakemelding og deling, og museet har vist interesse for publikums engasjement og kompetanse. Museet har ikke vært redd for å teste ut nye ting eller å bringe publikum på bane. Publikum har gitt sine tilbakemeldinger og vært aktive deltakere, ikke minst i de mer uformelle sammenhengene og i flergenerasjons- arrangementene.



*Åpent publikumsarrangement. Polferd med modell av "Fram".*

Prosjektet viser at en enkelt kan gjennomføre små og store initiativ uten å gå på bekostning av ordinær museumsdrift - at en ikke alltid trenger å planlegge alt i detalj før en setter i gang: Det er en gevinst i det å ha en handlende respons på publikums initiativ, og kort tid etter at en idé er sådd å teste den ut i virkeligheten, på museet, med publikum.

Et konkret eksempel er konseptet Museum LAB: lek, lag og utforsk som første ble testet ut i slutten av prosjektperioden og som nå er aktuell med underoverskriften «Havkloden». Prosjektet ble til etter observasjoner og tilbakemeldinger fra publikum. Kan objektmuseets ledige monterareal aktiveres som publikumsarena? Har publikum lyst til å lage ting som kan stilles ut i dialog med museumsgjenstandene?



*Pilotprosjekt. Verksted under boreplattform.*



*Verksted levendegjort med projeksjon og lyd.*

# Havkloden

Museum LAB – lek, lag og utforsk  
Utstilling og verksted for barn, unge og lekne voksne

HAVKLODEN er et litt annerledes rom på museet.

Et litt mer lekent rom hvor det skal være  
ekstra hyggelig å være.

Et sted hvor du er velkommen til å leke,  
lage og utforske.



KUNST  PILOTENE

Annette og André Marandon

Støttet av:



DKB  
Den Kulturelle Bæremeisen

*Tekstplakat.*

*Interiør. "Havkloden".*





Monter



Verksted/utstilling under monteret.



"Havkloden"



Kosekrok. "Havkloden".

Et annet eksempel er initiativet «Memoar» - fortellinger om levd liv utviklet av Bjørn Enes. Etter å ha hørt om «Meg på museet» tok han kontakt. Resultatet ble en serie av intervju med sjøfolk gjennomført live på museet.



*“Memoar”. Intervju med kaptein.*

#### 4) Oppsummering av prosjektarbeidet

«Meg på museet» har blitt til som et samarbeid med kunstpilotene. Prosjektet har hatt et flerårig perspektiv. Dette har vært viktig for tillits- og relasjonsbygging samarbeidspartnerne imellom. Tidsperspektivet har også gitt rom for tilpasninger underveis og til handlende refleksjon. Ofte lar en seg stoppe av ting som kan gå feil i teorien. Er en åpen for utprøving, kan det fortsatt slå feil. Nøkkelen er likevel å være et levende museum relevant for dagens- og morgendagens deltakende publikum.



## 5) Videreføring av prosjektet - overføringsverdi

Parallellt med KUP-prosjektet gjennomførte også kunstpilotene en rekke formidlingsprosjekter for barnehager støttet av Den Kulturelle Bæremeisen (DKB). Erfaringer fra dette, samt fra Sjøfartsmuseets egen suksess gjennom 21 år, «Maritime familiedager», har vært viktig i prosjektperioden og for en evt. videreutvikling av brukerinkluderende museumsformidling.



*“Oppdrag Havet: Offshore”. Ferdsele undr havoverflaten.*

Prosjektet har blitt kommunisert til publikum samt til museumskollegaer på årsmøter og museumskonferanser. Mange av initiativene er enkle og lite ressurskrevende og egnet for gjennomføring og ut testing på andre museer. Budskapet er å tørre å la museene få spille en vesentlig rolle i menneskenes tilværelse, ikke bare som søndagsavkobling men også som påkobling til eget liv. Museene handler om deg, meg og oss.



*“Det store blå”. Kollektiv tegning på blå plast.*

*Maritime familiedager. Båt og hav collage*



# Aktivitetsoversikt

## Det store blå

Installasjoner i museumsrommet

Lys- og lyd dusj i inngangspartiet  
Blå fortellerøyer  
Sanse-og aktivitetsrom

## Meg på museet

Del din mening og dine opplevelser

Vimpler på liner fra gulv til tak  
Blå trebåter som "likes" ved favorittobjekter  
Infopunkt  
Brosjyre som kan brettes til papirbåt  
Post it lapper på montre med skipsmodeller

## Mitt museum

Publikumsinitiert utstilling

Still ut ditt eget maritime objekt på museet  
Memoar (live intervjuer av sjøfolk i museumsrommet. Arr.; Bjørn Enes)

## Div. profilering og formidling av prosjektet

Foredrag: Hordaland Museumslag – årsmøte mars 2014

Omvisning: Norges Museumsforbund – samling i Bergen september 2014

Omvisning: Nettverksmøte for Maritime- og kystmuseer i Norge – november 2015

Verksted: Maritime familiedager - november 2014, 2015

Verksted: Åpne publikumsarrangement - utvalgte helger gjennom hele perioden

Inkluderende formidling for barnehager DKB (Den Kulturelle Bæremeisen): "Oppdrag: Havet" (2014), "Oppdrag Havet: Offshore" (2015), "Havkloden" (2016).





Desember 2016  
kunstpilotene  
Bergens Sjøfartsmuseum