

Formidlingsplan

Preus museum
2023-2027



Omvisning (foto: Christine Wendelborg/Preus museum)

Innledning

Preus museum er det nasjonale museet for fotografi og skal dekke de kunstneriske, kulturhistoriske og tekniske sidene ved fotografiet. Preus museums overordnede føringer for formidling skal være å sette publikum først. Innbakt i formidlingsplanen er tiltak:

- Plan for digital formidling og dialog
- Plan for formidlingstiltak for barn og unge

Fotografiet er i sin form demokratisk og til stede i alles liv, noe som skal gjenspeiles i Preus museums formidlingspraksis. Publikum er en variert gruppe fra skolebarn til studenter og profesjonelle, til hobbyister, familier og folk som er nysgjerrige kulturtilbudsbrukere. Museet skal ha rom både for bredden i tilbudet, men også for det spesialiserte. Tidsskriftet Fotografi er en del av virksomheten, og et viktig verktøy for å nå en del av publikummet.



All formidling kan ikke være relevant for alle alltid, men det er viktig at publikum skal finne noe som gir gjenklang for den enkelte. Museet skal gjennom ulike formidlingstilbud også tilrettelegge for at flere opplever museet som relevant. Gjennom målrettet arbeid ønsker museet å lykkes med å være relevant for enda flere. Gjennom medvirkningsprosesser og muligheter for aktiv å søke hva ulike publikumsgrupper ønsker fra museet, skal vi sikre at publikumsbudet vårt er relevant og i en form og et språk som er tilgjengelig.

Eksterne føringer

Museet følger retningslinjene for den nasjonale museumspolitikken, nedfelt i ulike sentrale styringsdokumenter. Museet støtter seg også på ICOMS etiske regelverk om museenes samfunnsrolle. Gjeldende kulturmelding og de føringer som gis i relevante styringsdokumenter, er sammen med tildelingsbrev fra Kulturdepartementet de mest sentrale føringene for vår satsing på formidling. I Museumsmeldinga fra 2021 ble det introdusert nye mål for sektoren:

- Relevant formidling
- Solid kunnskapsproduksjon
- Trygg ivaretaking
- Helhetlig samlingsutviklig
- Aktiv samhandling

Disse målene krysser hverandre i museumshverdagen og i samarbeidet mellom ansatte med ulike fagbakgrunner. Formidling er viktig både for solid kunnskapsproduksjon og aktiv samhandling med eksterne, så vel som et element i samlingsutviklingen. Vi bevarer for å formidle, og vi formidler for å inspirere og forundre.

Interne føringer

Preus museums visjon og kjerneverdier ligger til grunn for alt vårt virke, herunder formidling. Preus museum skal være et ledende kompetansesenter og en naturlig møteplass for fotografi, nasjonalt og internasjon-

alt. Kjerneverdiene skal bidra til økt samspill med publikum gjennom egen og andres nysgjerrighet, tankevekkende temaer og imøtekommenhet.

Formidlingstiltak skal forankres i Preus museums overordnede strategi og koordineres med øvrige planer. Slik sikres det at Preus museums ulike satsinger går i samme retning i kommunikasjonen med publikum og underbygger hverandre tematisk der det er hensiktsmessig.

Overordnet mål for formidling i Preus museum

Formidling i regi av Preus museum skal baseres på faglig kvalitet og raushet. Vi skal være en arena med universell tilgjengelighet hvor alle føler seg velkomne.

Vår formidling skal være relevant, tankevekkende, kunnskapsbasert og vi har rom for å være nysgjerrige på andres perspektiv.

Preus museum jobber kontinuerlig med å digitalisere arbeidsprosesser under alle innsatsområder, og gjennom formidlingen kan publikum se resultatene av digitaliseringsløsninger og Preus museums generelle fornying i arbeidet.

Tilgjengelighet for publikum og publikumsutvikling

Vi skal oppgradere og utvikle nye, innovative formidlingsformer som møter publikum gjennom utstillingstilbud, pedagogiske opplegg og arrangementer som oppleves som inspirerende, lærerike, engasjerende og relevante. Formidling er i høyeste grad et sentralt virkemiddel i innsatsen for å etablere Preus museum som en attraktiv læringsarena og møteplass med relevant formidling. Samarbeid med andre og bruk av eksterne arenaer er viktige virkemidler for å nå våre mål.

Preus museum ønsker å være inkluderende og imøtekommende, med et bredt tilbud til alle prioriterte målgrupper. Inkluderingsprosjekter og eksterne kompetansemiljøer er eksempler som allerede eksisterer i Preus museums formidlingsopplegg. Dette gjelder undervisningsopplegg så vel som formidling til et bredere publikum.



Vi ønsker å utvide vårt tilbud rettet mot kulturturister, som søker opplevelsesbasert og lett tilgjengelig museumsinnhold. Denne gruppen er viktig for å utvide kretsen av museumsbesøkende.

Preus museum tilstreber å drive formidling ut over egne arenaer med pop-up utstillinger, workshops og digitale løsninger som noen av virkemidlene. Fotografiets dag, samt workshops og kurs for skoler er eksempler på arrangementer og pedagogiske opplegg som skal prioriteres for synlighet, men ikke minst for å styrke Preus sin rolle som kompetansesenter.

Romlige og taktile opplevelser snakker til flere sanser. Besøk på museet skal være en opplevelse med autentisk fotografisk materiale, det være seg fotografier, bøker, kameraer og teknisk utstyr. I tillegg skal museet være aktivt digitalt, både i form av DigitaltMuseum og VirtueltMuseum, hjemmeside og sosiale medier. Det fysiske museumsbesøket og den digitale formidlingen skal utfylle hverandre til beste for publikum.

Tidsskriftet Fotografi er en viktig formidlings- og kommunikasjonskanal for PM. Her ligger det mange muligheter både i papir- og nettoutgave samt for nettverksbygging. Dette er et satsingsområde i planperioden.

Åpningstider og priser

Preus museum tilstreber å ha et så tilgjengelig tilbud som mulig, både med hensyn til prisnivåer og til åpningstider. Dette skal dog til enhver tid avveies mot kravet til kvalitet og opplevelse. Økt inntjening er et mål.

Priser og åpningstider skal være lett tilgjengelig på Preusmuseum.no, museets Facebookside og Google.

Tiltak: Preus museum skal alltid ha gratis inngang for barn og unge under 18 år.

Universell utforming og språk (mangfold)

Preus museum skal arbeide for å imøtekomme krav til universell utforming i utstillinger, nettsider og andre formidlingstilbud. Herunder kommer arbeidet med å innføre flere språk i ekstern kommunikasjon og formidlingsopplegg.

Utstillinger og andre formidlingstilbud i Preus museum er lokale, men skal lages så spennende og interessante at beliggenheten ikke er avgjørende for besøkstall.

Preus museum skal jobbe for å synliggjøre funksjonsmangfold, og bidra til at alle kan delta i museets formidlingstilbud på samme linje. Museet skal gjøre museets lokaler bedre tilgjengelig for publikum med ulike bevegelsehemninger. Godt tilrettelagte områder er gunstig for alle besøkende. Informasjon om tilgjengelighet skal synliggjøres på museets hjemmeside.

FNs Verdenserklæring om menneskerettigheter slår fast at alle har rett til å delta i kulturelle aktiviteter. Museet spiller en viktig rolle for at alle skal kunne benytte den demokratiske retten til å bruke kulturtilbud.

Tilbud og innhold

Utstillinger og pedagogisk tilbud

Mål: Preus museum ønsker å oppgradere og utvikle nye og innovative utstillingsløsninger i tråd med moderne kommunikasjons- og læringsformer.

Tiltak: Knytte til oss eksterne rådgivnings- og ekspertgrupper, leverandører, rådgivere og samarbeidspartnere som sitter på nødvendig kunnskap som Preus museum mangler.

Mål: Preus museum skal involvere kjernemålgrupper tidlig i utviklingen av utstillingene og formidlingsopplegg, for å skape engasjement og heve kvaliteten, og dermed gjøre publikumsopplevelsen, uavhengig av arena, enda bedre.

Tiltak: Etablere samarbeid med brukergrupper tidlig i prosesser.

Mål: Preus museum skal produsere innhold av høy faglig kvalitet.

Tiltak: Tilrettelegging og tilpasning til hver målgruppe når man velger formidlingsform og utforming av utstillingen.

Mål: Utstillingene skal oppleves personlig relevante og samfunnsaktuelle for publikum og være egnet til å tiltrekke nye publikumsgrupper.

Tiltak: Dette skal gjøres gjennom brukersamarbeid i lokalsamfunnet, samfunnsaktuelt innhold, utforming, markedsføring og kommunikasjon i alle ledd.

Tilbud til barn og unge



Barn og unge utgjør en stor og svært viktig besøksgruppe for oss. Formidlingsopplegg rettet mot denne gruppen er den viktigste måten man som museum har en mulighet til å nå ut til alle samfunnslag. Barn og unge er nysgjerrige og dialogorienterte og de deler i tillegg opplevelsen de har hatt i forbindelse med et museumsbesøk i etterkant. Vi satser på å gjøre formidlingsoppleggene for skoleelever og barnehager så gode at barn og unge skal få lyst til å komme tilbake. Vi skal skape begeistring og nysgjerrighet for fotografi som medium. En viktig del av dette er å lære å lese fotografi, og også å kunne tverrllese fotografier slik at barn og unge blir bevisste avsenders agenda og har større muligheter til å oppdage falsk eller uriktig informasjon. Det gjelder både

lesing av andres bilder, og bruk og publisering av egne bilder. En bevisstgjøring av bruk av AI-manipuleringer og deep-fakes i den offentlige bildefloppen er også viktig å formidle for å bidra til kildekritisk

tenkning hos de unge.

Undervisningsoppleggene skal rettes mot ulike aldersgrupper og kunnskapsnivåer, slik at det er interessant både for førskolebarn og høyskolestudenter å komme på besøk. Formidlingen skal skape nysgjerrighet og begeistring, og målet er å utvikle evnen til selvstendig tenkning. Gjennom gode pedagogiske opplegg for skoleelever, kan museet formidle viktig kunnskap om fortid og nåtid, som er med til å ruste barn og unge for fremtiden.

Utstillinger

Utstillingsplanlegging krever at det er tenkt formidling fra begynnelse til slutt. Kurator er førende i utstillingsplanleggingen, men de som jobber med formidling i ulike former skal med fra første planlegging til utstillingen tas ned, og eventuelt i utstillingens videre liv som vandretstilling. Tittel på utstilling, utstillingstekster, katalog og markedsføring er alle viktige elementer i et publikumsperspektiv. Noe av det viktigste er å tenke målgruppe(r) for utstillingen, og hvilket språk, formspråk og formidlingsgrep som passer den enkelte målgruppe. I tillegg er det verdt å vurdere å sikre medvirkning og innspillmuligheter til programmeringen.

Arrangementer

Arrangementer som øker besøktallet er viktige, men skal være relevante for museets strategi, profil og museets faglige innhold. Arrangementer kan være en viktig del av et formidlingskonsept som kan åpne tilsynelatende smale tema for et bredere publikum, eller invitere publikum inn på en måte som skaper ny kunnskap for både bruker og museum. Preus museum vil i årene som kommer legge vekt på samarbeid med andre for å skape arrangementer som treffer flere, både på egne og eksterne arenaer. Det vil bli lagt vekt på å tilby strømming av relevante arrangementer, slik at hele landet nås.

Preus museums unike fagbibliotek for fotografi skal være en viktig arena for arrangementer, og også spille rollen som møteplass for ulike brukergrupper. Tidsskriftet Fotografi er en viktig del av museets formidling, og gir mulighet for å skape en variasjon i programmeringen.

Digital formidling og kommunikasjon

For å møte fremtidens museumsgjester på deres egne premisser, skal Preus museum være aktiv i utviklingen av verktøy og nye teknologier for digitaliseringen av museumsopplevelser. På sikt ønsker Preus museum at et digitalt museumsbesøk skal være en fullverdig opplevelse, men også en smak på museets formidling, noe som vil gjøre et påfølgende besøk mer sannsynlig. Preus museum skal publisere artikler og poster på DigitaltMuseum jevnlig, slik at samlingen blir tilgjengelig digitalt for publikum.

Preus museum skal videreutvikle sitt digitale formidlingstilbud beregnet på skoleklasser basert på gjeldende læreplaner. Med de digitale oppgavene når vi ut til de som befinner seg geografisk lenger borte fra museet. Slik formidling vil også være et nyttig tilskudd til fysiske besøk på museet.

Museets og tidsskriftet Fotografis nettsider og SoMe-profiler er viktige arenaer for å nå ut med digitalt innhold og markedsføring.



Kompetanseheving

Preus museum søker å heve sin formidlingskompetanse ved:

- å benytte kunnskapen som allerede finnes blant personalet til å lære opp hverandre på tvers av organisasjonen
- å sende ansatte på relevante kurs og gi disse anledning til å lære videre
- å gi mulighet til videreutdanning
- bevissthet ved nyrekruttering
- å benytte forskningen som foregår i museet i formidlingen
- å oppmuntre til lesing av formidlings- og forskningsartikler
- deltagelse på nasjonale- og internasjonale konferanser, og i nasjonale nettverk
- å gjennomføre studieturer

Markedsføring

Preus museum er en merkevare og et kvalitetsstempel innen fotografi, som vi har nasjonalt ansvar for. Ved å styrke kjennskap til, kunnskap om og preferanse for Preus museum som kunnskapssenter og møtested for fotografi, vil vi både engasjere flere gjester og gi disse en opplevelse av at museer er «noe mer enn man tror».

Målgrupper

- Fokus på å opprettholde eksisterende kjennskap, kunnskap og preferanse til museet: kulturinteresserte kvinner og menn 45+.
- Kunnskapsrike besøkende med ulike interesser/fagkunnskap. Lokalbefolkning.
- Fagfolk (fotografer, kunsthistorikere ...)
- Fokus på å øke kjennskap, kunnskap og preferanse: Barnefamilier for helgebekesøk, samt skoleansatte/lærere for undervisningsopplegg.
- Sekundær målgruppe, med fokus på å bli kjent med museets tilbud. Målgruppene kan til dels være overlappende:
 - Barn/unge
 - Kulturinteresserte unge voksne
 - Tilbakeflyttere til Horten
 - Minoritetsgrupper
 - Personer med funksjonsnedsettelse
 - Turister («ferie i ferien»)
 - Personer med lav økonomisk og/eller kulturell kapital som en barriere mot deltakelse i kunst- og kulturlivet

