Plan for formidling

Haugalandmuseene 2018-2020

Planen er utviklet av formidlerteamet i Haugalandmuseene:

Tove Selås, Linda Merete Høie, Monica Nicolaisdatter Haugan, Cathrine Glette.

Foto: Cathrine Glette, Jan Erik Lothe og Tove Selås

Forside: «Skoledagar i gamle dager» på Hesthammer skule.

Haugesund 2018

HAUGALAND
MUSEENE

Innhold

1. Innleiing 4

1.1 Mål for planen 5

1.2 Organisering av formidlingsarbeidet ved Haugalandmuseene 5

2. Overordna føringar for formidlingsarbeidet ved Haugalandmuseene 6

2.1 Haugalandmuseene føl retningslinene i den nasjonale museumspolitikken 6

2.2 ICOMs etiske regelverk 6

2.3 Haugalandmuseene sin visjon og mål 6

2.4 Haugalandmuseene sine overordna mål for formidling i strategiplanen 2016 - 2020 6

3. Tilgjengelegheit 7

3.1 Besøkstal 7

3.2 Opningstider 8

3.3 Prisar 9

3.4 Regionalt ansvar 9

4. Tilbod og innhald 10

4.1 Utstillingar 10

4.2 Pedagogisk tilbod 11

4.3 Generelt publikumstilbod 11

4.4 Arrangement 12

4.5 Digital formidling 12

5. Marknadsføring 13

6. Kompetanseheving 14

1. Innleiing

Haugalandmuseene er eit konsolidert regionmuseum i Nord-Rogaland stifta i 2005.

Arquebus krigshistoriske museum, Bokn bygdemuseum, Haugesund Billedgalleri, Hiltahuset, Karmsund folkemuseum, Nedstrand bygdemuseum og Vindafjordmuseet er med i Haugalandmuseene.

Alle avdelingane driv aktiv formidling gjennom utstillingar, arrangement, aktivitetsdagar, digital formidling og tilrettelagt formidling for grupper, barnehagar og skuleklassar. Vektlegging av aktivitetar og forma på aktivitet varierer frå avdeling til avdeling. Regionmuseet har lenge hatt hovudfokus på formidling til barn og unge.

Haugalandmuseene vil arbeide for at dei ulike avdelingane skal utvikle sitt særpreg.

Kva er formidling? Å formidle vil seie å gjere noko tilgjengelig for andre, gjere fagleg kunnskap tilgjengeleg til eit breitt publikum. Formidling er utadretta verksamheit, til dømes utstillingar, omvisningar, foredrag eller nettpresentasjonar. Når ein driv formidling må ein ha eit bevisst forhold til kva ein vil formidle, på kva måte og til kven, - alt etter kva målgruppe ein har. I formidlinga legg vi vekt på dialog, samhandling og involvering.

Glassfasade med gamle foto på Karmsund folkemuseum

1.1 Mål for planen

Denne planen inneheld Haugalandmuseene sine overordna mål og strategiar for formidling. Planen er basert på strategiplan for Haugalandmuseene 2016-2020. Formidlingsplanen vil justerast og rullerast etter endringar i denne planen.

1.2 Organisering av formidlingsarbeidet ved Haugalandmuseene

Haugalandmuseene har ein eigen avdeling for formidling. Leiaren har ansvar for å koordinere aktivitetar på tvers av avdelingane, legge til rette for tilbod på ubemanna museumsavdelingar og oppfølging av Den Kulturelle Skulesekken (DKS) og skuleverket i enkelte kommunar. Leiaren er fagleg støttespelar for kollegaer og følgjer opp formidlingsarbeidet. I tillegg til formidlingsleiar er det tre faste formidlarstillingar som per dags dato er knytt til tre av Haugalandmuseene sine museumsavdelingar. Desse har hovudansvaret for tilrettelegging for formidling og gjennomføring av formidlingstiltak på «sine» avdelingar. Formidlarane deltar i felles formidlingsprosjekter, som blant anna aktivitetsdagar på dei ulike avdelingane og i fellessamlingar for formidlarane.

Formidlerteamet i Haugalandmuseene

2. Overordna føringar for formidlingsarbeidet ved Haugalandmuseene

2.1 Haugalandmuseene føl retningslinene i den nasjonale museumspolitikken

Haugalandmuseene føl retningsliner i den nasjonale museumspolitikken, som er nedfelt i sentrale styringsdokument; St. meld. 49 (2008-09) *Framtidas museum. Forvaltning, forsking, formidling, fornying, St. meld. 22 (1999-2000) Kjelder til kunnskap og oppleving og St. meld. 48 (2002- 2003) Kulturpolitikk fram mot 2014.* Andre viktige styringsdokument er tildelingsbreva frå Kulturdepartementet og føringar frå Rogaland fylke og kommunane. Haugalandmuseene baserer formidlinga til barn og unge på Læreplanen.

2.2 ICOMs etiske regelverk

Haugalandmuseene arbeider etter ICOM sitt etiske regelverk om musea si samfunnsrolle i formidlingsarbeidet: *«Museene har plikt til å utvikle sin viktige samfunnsrolle og trekke til seg et bredere publikum fra lokalsamfunnet, området eller gruppen de betjener. En integrert del av museets opplysningsoppgave består i å samhandle med det samfunnet museet tjener og arbeide for å fremme dets natur- og kulturarv.»*

2.3 Haugalandmuseene sin visjon og mål

Haugalandmuseene er museum for Nord-Rogaland som inviterer til utfordrande møter med lokal, nasjonal og internasjonal kultur med fokus på havrommet som leveveg.

Haugalandmuseene sine kjerneoppgåver er forvaltning av samlingane, formidling gjennom utstillingar og arrangement og forsking. Museet skal og vere ein serviceinstitusjon og ein regional kunnskapsbank for regionens kunst- og kulturhistorie. Haugalandmuseene skal vere eit anerkjent museum og ein attraktiv samarbeidspartnar. Haugalandmuseene skal vere eit museum dei tilsette er stolte av å arbeide i.

2.4 Haugalandmuseene sine overordna mål for formidling i strategiplanen 2016 - 2020

- Vidareutvikle Haugalandmuseene til å bli eit museum for alle.
- Lage ein formidlingsplan retta mot barn og unge.
- Utvikle eit regionalt formidlingsprogram og -tilbod.
- Utvikle pakkeløysningar for forskjellige grupper.
- Etablere museumsanlegga som levande møtestader.
- Vidareutvikle attraktive arrangementet som har brei appell.
- Tilby foredrag av høg kvalitet. Vidareutvikle våre beste foredragsseriar.
- Auke tilgjengelegheita til Haugalandmuseene sine samlingar.
- Drive langsiktig og målretta marknadsføring.
- Vidareutvikle marknadsføring gjennom sosiale medium og heimeside.

3. Tilgjengelegheit

Haugalandmuseene har som mål å vere tilgjengeleg for alle. Tilgjengelegheit handlar både om fysiske tilretteleggingar og om språk. Vi vil arbeide for å nå alle grupper. Musea skal møte publikum gjennom eit breitt og variert formidlingstilbod gjennom heile året. Kjernegruppene er primært barn og unge i skule og barnehage, men musea skal og ha tilbod på dagtid til eldre, innvandrarar, barnefamiliar, besøkande med spesielle behov og historisk interesserte vaksne. Dei ulike avdelingane har forskjellige tilbod, som til saman skal dekke museet sine overordna mål. Hauglandmuseene har mange utstillingar i antikvariske bygningar, dette byr på utfordringar.

Mål: Arbeide for å nå ut med formidling til flest mulig grupper.

Strategi:

- Auke bevisstheit rundt tema tilgjengelegheit.
- Gjere utstillingstekstar tilgjengelege på fleire språk.
- Kartlegge kva grupper musea har få tilbod til.

3.1 Besøkstal

Haugalandmuseene har som mål å auke besøkstala.

Mål: Ei berekraftig auke i besøkstal, dvs. at auken må følgje dei ressursane som blir sett inn.

Strategi:

- Tiltak som står i samsvar med ressursane, og der ein vurderer om auke i ressursar vil gje auke i besøkstal.
- Arbeide for ein målretta og betre kommunikasjon med brukargruppene.

Museumstafett om Haraldsstøtta. Publikum vandrar på kulturstien.

3.2 Opningstider

Tilgjengelegheita til avdelingane heng saman med opningstidene. Avdelingane til Haugalandmuseene har ulike opningstider, nokre er opne på heilårsbasis, mens andre er opne om sommaren. Ut over dei ordinære opningstidene er det mogleg å bestille omvisningar for grupper. Ei rekke arrangement gjer og museumsavdelingane tilgjengelege for enkeltbesøkande utover dei ordinære opningstidene.

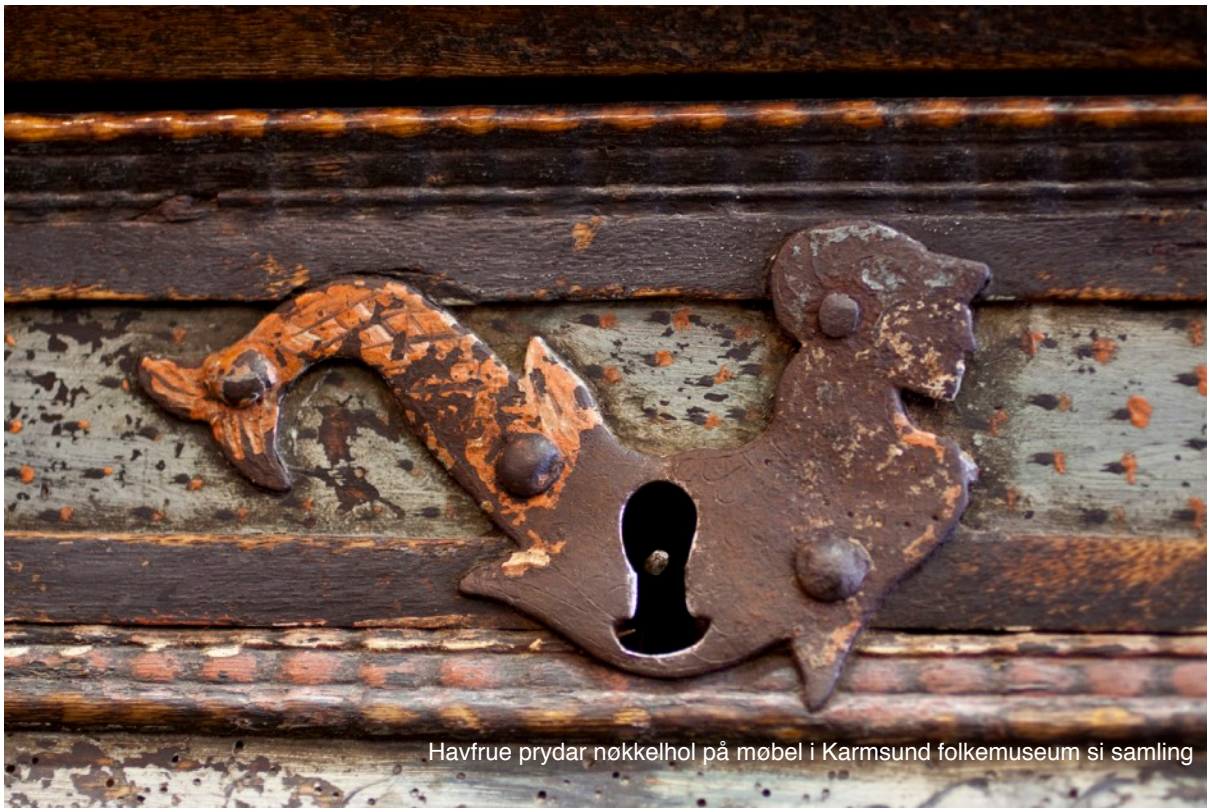
Utfordringar: Relativt korte opningstider gjer det vanskeleg å hente ut potensialet i gruppa som dei enkeltbesøkande utgjer.

Vil utvida opningstid gjere musea meir tilgjengelege, eller må dette følgjast opp av auka marknadsføring og nye tilbod?

Mål: Oversiktlege og hensiktsmessige opningstider.

Strategi:

- Prøveprosjekt med endra opningstider.



Havfrue prydar nøkkelhol på møbel i Karmsund folkemuseum si samling

3.3 Prisar

Dei ulike avdelingane har ulike prisar, både når det gjeld inngangs- og gruppeprisar. Haugalandmuseene følgjer Rogaland fylkeskommune si oppmoding om gratis inngang for barnehage- og skulegrupper som deltar i pedagogiske opplegg.

Utfordring: Har billettprisen noko å seie? Skal musea vere eit lågterskeltilbod?

Mål: Felles mal for dei ulike tilboda og ei prissetting som står i forhold til tilboda.

Kassaapparat på Karmsund folkemuseum

Strategi:

- Kartlegge priser og kva for nokre konsekvensar prisendringar vil ha for dei enkelte museumsavdelingane.
- Vidare vurdere billettprisar og løysningar som til dømes fellesbillett eller årskort. Det er uansett viktig at opplysningar kring billettprisar vert kunngjort.

3.4 Regionalt ansvar

Haugalandmuseene har ansvar for formidling til alle kommunane i det konsoliderte museet. Museet bidreg til formidling på dei ubemanna avdelingane og samarbeider med desse avdelingane sine frivillige aktørar.

Mål: Utarbeide eit regionalt formidlingsprogram og -tilbod. Vidareutvikle samarbeidet med formidlarane og dei frivillige.

Strategi:

- Råd og hjelp, til musea sine formidlingstiltak.
- Vidareføre Museumsstafetten.
- Turneverksemd i regi av HM.
- Turneverksemd gjennom DKS.
- Styrke relasjonane mellom formidlarane, med dei frivillige aktørane og skulane i regionen.
- Felles opplegg rundt på dei ulike avdelingane, f.eks. open dag.
- Koordinere og tilby tilbod om vandreutstillingar til avdelingane eller andre utstillingsstader.

4. Tilbod og innhald

Haugalandmuseene sine formidlingstilbod finn stad på ulike formidlingsarenaer gjennom utstillingar, pedagogisk verksemd, arrangement, digital formidling og publikasjonar. Regionmuseet har fokus på havrommet som leveveg og det skal synast i formidlingsarbeidet.

Mål: Haugalandmuseene vil gi eit tilbod som framhevar det einskilde museet sin eigenart, dvs. ulike tilnærmingar til havrommet som eit overordna mål.

Strategi:

- Kartlegge eksisterande tilbod og vurdere om nye tiltak bør setjast i verk.

Ved Tonjer fyr

4.1 Utstillingar

Haugalandmuseene har ein kombinasjon av faste og temporære utstillingar.

Mål: Ha engasjerande, relevante og nyskapande utstillingar.

Strategi:

- I utstillingsprosjekt skal det alltid vere ein formidlar med i utstillingsprosjektgruppa. På den måten kan aktiv bruk og tilrettelegging av utstillingar til pedagogiske formål takast hand om på ein god måte.
- La målgruppetenking i større grad bestemme tema for utstillingar.

4.2 Pedagogisk tilbod

Haugalandmuseene skal tilby formidlingsopplegg av høg kvalitet til barnehagar, grunnskule, vidaregåande skule og vaksenopplæring. Det pedagogiske opplegget skal vere aktuelt, relevant og inspirerande for målgruppa. Vi skal tilby opplegg på ulike arenaer.

Mål: Ha eit breitt og differensiert tilbod forankra i læreplanar.

Strategi:

- Halde seg oppdatert på planar og kartlegge eventuelle manglar i tilbodet.
- Vidareutvikle tilbod til grupper med særskilte behov. God dialog med brukarar er avgjerande for å tilpasse seg deira behov.
- Oppretthalde kontakten med dei ansvarlege for DKS.

4.3 Generelt publikumstilbod

Med generelt publikumstilbod meiner ein besøkande, som kjem i museet si ordinære opningstid og nytter seg av utstillingar og andre fasilitetar.

Mål: God og lærerik oppleving som inspirerer til å komme igjen.

Strategi:

- Møte publikum med vennlegheit.
- Gje god informasjon om aktivitetar du kan gjere på eigenhand.

Frå utstillinga «Heim og nærmiljø» på Karmsund folkemuseum

4.4 Arrangement

Med arrangement meiner ein ei tilstelling som er ope for alle, men med meir program enn eit vanleg publikumstilbod. Dette kan vere alt frå utstillingsopningar, familiearrangement, foredrag, vandringar eller konsertar.

Mål: Haugalandmuseene skal tilby arrangement og foredrag av god kvalitet, og vi vil vidareutvikle våre beste foredragsseriar.

Strategi:

- Samordning av arrangement, slik at Haugalandmuseene i minst mogleg grad har parallelle arrangement.
- Utveksle idear mellom formidlarane.
- Arbeide for at museet tilbyr både lavterskeltilbod og eksklusivitet.
- Samarbeide med frivillige grupper og enkeltpersonar om aktivitetar.

Familiearrangement i Dokken

4.5 Digital formidling

Formidling av kulturarv gjennom digitale kanalar kan vere både berikande og fornyande. Digitale presentasjonar kan og bidra til å gjere formidlinga meir tilgjengeleg.

Mål: Vidareutvikle bruk av digitale verktøy i utstilling og opplæring. Halde fram med å legge ut på Digitalt Museum, og synleggjere dette.

Strategi:

- Kartlegge kva for nokre utstillingar som vil få eit løft ved bruk av digitale element.
- Gjere Digitalt Museum tydligare i våre digitale plattformar.

5. Marknadsføring

Haugalandmuseene kan leggje mykje arbeid i formidling og arrangement, men kjem ikkje publikum, er dette fånyttes. Musea er avhengig av å nå ut til publikum med tilboda for å nå målgruppene sine. Marknadsføring er alt frå annonser, pressemeldingar til innlegg i sosiale medium.

Utfordring: Museet har ingen marknadsansvarleg i organisasjonen.

Mål: Drive langsiktig og målretta marknadsføring. Vidareutvikle marknadsføring gjennom sosiale medium og heimeside.

Strategi:

- Fornye heimesidene og samordne nettsidene og dei sosiale media profilane som blir brukt av avdelingane i dag.
- Utvikle ein felles profil og standard som implementerast i Haugalandmuseene sine avdelingar. Intern opplæring i bruk.
- Utarbeiding av felles informasjonsmateriale.
- Kartlegge behovet for marknadsføring mot til dømes cruiseturistar og andre grupper.

Aviser og tapetar lag på lag på Tonjer fyr

6. Kompetanseheving

Formidling er eit handverk i stadig utvikling, nye metodar og nye formidlingsformer dukkar opp. Lærings- og kompetansemål endrar seg og Haugalandmuseene vil til ei kvar tid halde seg oppdatert.

Mål: Bygge ein solid organisasjon som kan vise til ei planmessig og målretta utvikling. Sikre at Haugalandmuseene er ein interessant arbeidsplass som gir rom for fagleg utvikling, kompetanseheving og nytenking.

Strategi:

- Ha eit aktivt formidlarteam med delekultur og utarbeide system for kunnskapsdeling.
- Ha inspirerande kurs og studieturar.

Leik og læring med taljesystem i museumsavdelinga Dokken