

FORMIDLINGSPLAN

FOR VEST-AGDER-MUSEET



2018-2020

Innhold

1. Innledning	3
1.1 Mål med formidlingsplanen	3
1.2 Organisering av formidlingsarbeidet i Vest-Agder-museet	3
2. Overordnede føringer for formidlingsarbeidet ved Vest-Agder-museet	4
3.1. Den statlige museumspolitikken	4
3.2 ICOMs etiske regelverk	5
3.3 Vest-Agder-museets etiske plattform	5
3.4 Vest-Agder-museets visjon og mål – strategisk plan (2015-2019)	5
3. Formidlingsarenaer og -ressurser i Vest-Agder-museet	6
2.1 Flekkefjord museum	7
2.2 Lista museum	7
2.3 Tingvatn fornminnepark og besøksenter	7
2.4 Sjølingstad Uldvarefabrik	7
2.5 Mandal museum og Vigeland hus	8
2.6 Setesdalsbanen	8
2.7 Gimle Gård	8
2.8 Kristiansand museum	8
2.9 Kristiansand kanonmuseum	9
2.10 D/S Hestmanden – Norsk krigsseilermuseum	9
2.11 Odderøya museumshavn	9
2.12 Ikke-konsoliderte lokalmuseer	10
4. Tilgjengelighet	11
4.1 Åpningstider	11
4.2 Priser	11
4.3 Universell utforming	12
4.4 Språk	13
4.5 Nærhet til publikum	13
5. Tilbud og innhold	13
5.1 Utstillinger (basis-, temporær-, nett-)	14
5.2 Pedagogisk tilbud til skoler og barnehager	15
5.2 Formidlingstilbud til voksne	16
5.4 Generelt publikumstilbud – sesong	16
5.5 Digital formidling og kommunikasjon	17
6. Kompetanseheving	18
Bakgrunns litteratur og referanser	19

Kristiansand, 22. april 2018

Formidlingsplanen er utarbeidet av formidlingsgruppa i Vest-Agder-museet i samarbeid med ledergruppa

Redaktør: formidlingsleder Gunhild Aaby.

1. INNLEDNING

Vest-Agder-museet (VAM) består av elleve avdelinger med flere besøksmål og formidlingsarenaer: Flekkefjord museum, Lista museum, Sjølingstad Uldvarefabrik, Mandal museum, Setesdalsbanen, Gimle Gård, Kristiansand museum, Kristiansand kanonmuseum, Odderøya museumshavn, D/S Hestmanden – Norsk krigsseilmuseum og Tingvatn fornminnepark og besøkscenter¹. I tillegg har museet en fagseksjon, som arbeider med felles formidlingstiltak og overordnede satsninger og som bistår avdelingene i formidlingsarbeid og -tilrettelegging.

Alle avdelingene driver aktiv formidlingsvirksomhet – i form av utstillinger og tilrettelagte museumsmiljøer, arrangementer og aktivitetsdager, organisering av ulike publikumstjenester – direkte og digitalt – og tilrettelagt formidling for grupper, skoler og barnehager. Vektlegging av aktiviteter og aktivitetenes form varierer fra avdeling til avdeling.

1.1 Mål med formidlingsplanen

Vest-Agder-museets formidlingsplan inneholder *Vest-Agder-museets overordnede mål og strategier for formidling*. Målene konkretiseres gjennom arbeidet i formidlingsgruppa og på den enkelte avdeling. Avdelingenes årsplaner for formidling skal systematisk relateres til målsettingene i den felles formidlingsplanen.

Til grunn for de statlige tildelingene til museet ligger et krav om et godt fundert planverk, inkludert formidlingsplan, og planen brukes som et mål, et middel og en indikator på museets virksomhet. Men fremfor alt er planen en intern og operativ rettesnor i det daglige formidlingsarbeidet i museet.

Formidlingsplanen for Vest-Agder-museet 2018-2020 er en revidert og noe forenklet versjon av den vedtatte planen fra 2011. Den bygger på plangjennomgangen i organisasjonen i 2017 og innspill fra styret på dette arbeidet i desember i 2017. VAMs strategiplan (2015-2019) har vært førende for arbeidet med formidlingsplanen, og den følger strategiplanens virkeperiode og hovedsatsninger.

Planen beskriver ikke tiltak på den enkelte avdeling, enkeltprosjekter eller kvalitetskriterier for presentasjon av bygninger, utearealer, skilting, renhold etc. Kvalitetskriteriene er nedfelt i museets *Håndbok for sesongansatte*, som deles ut til ansatte og sesongarbeidere. Planen behandler heller ikke rent markedsarbeid, synlighet og profilering utover det som har en tydelig forankring i det formidlingsfaglige. Markedsarbeidet blir beskrevet i egen *Markedsplan for Vest-Agder-museet*. Museet har også en *digital strategi*, som angir retningslinjer for arbeidet med sosiale medier og museets faglige tilstedeværelse på internett.

Vest-Agder-museets formidlingsarbeid vil årlig evalueres i forhold til måloppnåelse etter formidlingsplanen.

1.2 Organisering av formidlingsarbeidet i Vest-Agder-museet

Utøvelse og ansvar for museenes formidling ligger til den enkelte avdeling, men VAM tilstreber samarbeid på tvers av avdelingene og med eksterne aktører og institusjoner, det være seg andre museer, fylkeskommunen eller kommunene, kunstnere, frie kulturarbeidere og frivillige m.fl.

¹ Tingvatn fornminnepark og besøkscenter er ikke formelt en avdeling av Vest-Agder-museet pr. april 2018, men i foreliggende formidlingsplan legger vi driftsavtalen (2016-2018) om tjenestekjøp innen formidling til grunn og opererer med Tingvatn som besøkssted på lik linje med de andre avdelingene.

- Overordnet, faglig utviklingsarbeid på formidlingsområdet ledes av *formidlingsgruppa*. Gruppa består av medlemmer som har hele eller store deler av arbeidet sitt knyttet til formidling. De fleste avdelinger er representert.
- *Formidlingsleder* ved Vest-Agder-museet, ansatt i fagseksjonen, leder arbeidet i gruppa.
- Øvrig utviklingsarbeid og koordinering av felles formidling er organisert i avdelingsoverbyggende arbeidsgrupper:
 - pedagogisk virksomhet og innhold i sesongtilbud
 - digital formidling, informasjon og kommunikasjon
 - ad hoc-grupper for prosjekter, utstillinger, fellesarrangement etc.

Felles formidlingsprosjekter er i hovedsak knyttet til fagseksjonen. Forslag og ideer til større utstillingsproduksjoner eller andre store formidlingstiltak skal alltid drøftes med fagseksjonen og på ledernivå.



Konsentrasjon om Revespillet i hagen til Flekkefjord museum. Foto: Anita Nilsen.

2. OVERORDNEDE FØRINGER FOR FORMIDLINGSARBEIDET VED VEST-AGDER-MUSEET

2.1. Den statlige museumspolitikken

Vest-Agder-museet følger retningslinjer i den nasjonale museumspolitikken, nedfelt i ulike sentrale styringsdokumenter, i første rekke NOU 2013: 4, *Kulturutredningen 2014* og St.meld. 49 (Museumsmeldinga): *Framtidas museum. Forvaltning, forskning, formidling, fornying* (2008-2009) med bakgrunn i St. meld. nr.22 (ABM-meldinga) *Kjelder til kunnskap og oppleving* (1999-2000). Også St.meld. nr. 24 (2008-2009): *Nasjonal strategi for digital bevaring og formidling av kulturarv* er relevant. Andre viktige styringsdokumenter for formidlingsvirksomheten ved Vest-Agder-museet er de årlige tildelingsbrevene fra Kulturdepartementet og Vest-Agder fylkeskommune.

I museumsmeldinga trekkes "formidling og kommunikasjon" fram som ett av fire sentrale tiltaksområder. Museenes *tilgjengelighet og samfunnsansvar* er hovedpunkt i meldinga. Føringene understrekes i de siste års tildelingsbrev fra departementet.

”Museene skal nå publikum med kunnskap og opplevelse og være tilgjengelig for alle, blant annet gjennom målrettet tilrettelegging for ulike grupper og aktuell formidling som fremmer kritisk refleksjon og skapende innsikt” (St.meld. 49, kap. 2.3, s. 13)

I meldinga står *fornyingsperspektivet* sentralt. Områder som skal prioriteres:

- Digital formidling
- Kobling mellom samlingsforvaltning, forskning og formidling

2.2 ICOMs etiske regelverk

Vest-Agder-museet arbeider i overensstemmelse med den internasjonale museumsorganisasjonen ICOMs etiske regelverk. Også her vektlegges museenes samfunnsrolle i formidlingsarbeidet:

”Museer har plikt til å utvikle sin viktige folkeopplysningsrolle og trekke til seg et bredere publikum fra lokalsamfunnet, området eller gruppen som 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”.

(http://www.icom-norway.org/icom_regel_web.pdf)

2.3 Vest-Agder-museets etiske plattform

Vest-Agder-museet har i tillegg utarbeidet sin egen *etiske plattform* (2015), som angir verdiene som legges til grunn for alt faglig arbeid ved institusjonen, internt og i samspill med omgivelsene.

Vest-Agder-museet bidrar aktivt til en positiv samfunnsutvikling:

- ved å være i dialog med våre omgivelser og å møte medmennesker på en respektfull, inkluderende og lyttende måte.
- ved å løfte frem mennesker og grupper som blir oversett eller utsatt for urett.
- ved å bruke vår kunnskap og faglig integritet til å løse moralske utfordringer gjennom en reflektert og balansert tilnærming.

<https://www.vestagdermuseum.no/wp-content/uploads/2015/12/Vest-Agder-museets-etiske-plattform.pdf>

2.4 Vest-Agder-museets visjon og mål – strategisk plan (2015-2019)

Vest-Agder-museet utarbeidet i 2014 et verdidokument og en strategisk femårsplan for perioden 2015-2019. Foreliggende formidlingsplan bygger på strategiplanens verdigrunnlag og tar direkte utgangspunkt i planens føringer og mål:

Visjon: *Sammen skal vi flytte grenser!*
Strategi: *Synlighet, fart og retning*
Slagord: *Vi forteller din historie*

Synlighet, fart og retning:

- Tydeligere faglige prioriteringer: VAM skal i planperioden fokusere på:
 - de enkelte besøksmålenes/avdelingenes lokalhistorie
 - bygningsvern

- industrihistorie
- nyere sjøfartshistorie
- militærhistorie
- VAM skal i planperioden vesentlig øke egeninntjeningen og arbeide med markedstilpasning.
- VAM skal være ekte, fleksibel og kreativ. Museet skal være en aktuell, relevant, nyskapende og oppdatert samfunnsaktør.

Mål for formidling:

*Et stort og begeistret publikum, som har lært noe nytt,
snakker positivt om oss og ønsker seg tilbake.*

Tiltak:

- Etablere nye og varierte utstillinger.
- Videreutvikle tilbudet til barn.
- Utvikle formidlingstilbud spesielt rettet mot voksne.
- Være et aktuelt og relevant museum, som møter publikum på nye og andre arenaer og tilstreber flerveis kommunikasjon med et bredt publikum.

I tillegg til mål og tiltak i strategisk plan ligger følgende overordnede perspektiver til grunn for formidlingen i Vest-Agder-museet:

- Formidlingen skal sees i sammenheng med museets øvrige virksomhet, spesielt forskning og samlingsforvaltning.
- VAM formidler i den grad det er mulig, til alle, uavhengig av funksjonsnivå. Ved planlegging av formidlingsprosjekter skal det alltid foretas en vurdering av tiltak for universell tilrettelegging.



Synlighet, fart og retning på Kristiansand museum. Foto: Inger Marie Pedersen.

3. FORMIDLINGSARENAER OG -RESSURSER I VEST-AGDER-MUSEET

Det er et vidt spenn i Vest-Agder-museets publikumstilbud og avdelingenes rammevilkår for formidling og fornyelse. Oversikten viser museenes kjernetilbud til publikum, muligheter for

temporære utstillinger og faste stillingsressurser øremerket formidling pr. 2018. I tillegg benytter alle avdelinger variabel arbeidskraft i sesong og helger. Andre fast ansatte bidrar også i formidlingsvirksomheten, spesielt i forbindelse med arrangementer.

3.1 Flekkefjord museum

Publikumstilbud:	Et skipper- og kjøpmannshjem med gjenstander fra 17-, 18- og 1900-tallet, de nyere Sjøbuene med utstillingssaler, fiskeskøyta Solstrand fra 1936 og Krambua med museumsbutikk og kafé.
Faste formidlingsressurser:	En 100 % formidlingsstilling/utadrettet virksomhet.
Utstillingsareal for skiftende utstillinger:	To utstillingssaler og én kombinert møte/utstillingssal i Sjøbuene, hver ca. 100 m2, hvorav den ene er tiltenkt lokalhistorisk basisutstilling. Totalt utstillingsareal: ca. 300 m2.

3.2 Lista museum

Publikumstilbud:	Flere besøksmål i Farsund kommune: Østhassel redningsstasjon, Listeskøyta kystkultursenter på Borhaug, friluftsmuseum og Hetland skolemuseum i Vanse, Hervoll møller og hovedsetet Nordberg fort med formidlingsbygg fra 2009.
Faste formidlingsressurser:	En 80 % formidlingsstilling/utadrettet virksomhet.
Utstillingsareal for skiftende utstillinger:	Nordberg fort: Deler av utstillingsareal i formidlingsbygg og rød brakke er bundet opp i fastere utstillinger, men lokaler frigjøres til temporær utstillingsvirksomhet. Brakke 22 (120 m2) tilrettelegges for krigshistorisk utstilling.

3.3 Tingvatn fornminnepark og besøkssenter

Publikumstilbud:	Tingplass med gravhauger, steinsettinger og bautaer. Besøkssenter (2011) med utstillingssaler, musikksal, kafé, museumsbutikk og turistinformasjon. Fokus på folkevandrings- og vikingtid.
Faste formidlingsressurser:	En 50 % stilling som stedsansvarlig, anslagsvis 30 % formidling/utadrettet virksomhet; 20 % drift.
Utstillingsareal til skiftende utstillinger:	Besøkssenteret har totalt 296 m2 utstillingsareal, hvorav 278 m2 kan frigjøres til skiftende utstillinger.

3.4 Sjølingstad Uldvarefabrik

Publikumstilbud:	Autentisk fabrikanlegg (grunnlagt 1894), med maskiner som vedlikeholdes gjennom produksjon – fra råull til ferdige varer. Publikumsinntak med kafé og museumsbutikk. Lokaler for ullverksted for barn.
Faste formidlingsressurser:	En 70 % formidlingsstilling/utadrettet virksomhet. Butikk/kafé betjenes av konsulent innen regnskap.
Utstillingsareal til skiftende	Ca. 100 m2 areal i publikumsmottaket og "galleriet"(20 m2) i andre

utstillinger: etasje brukes til skiftende utstillinger, hovedsakelig tekstilrelaterte.

3.5 Mandal museum og Vigeland hus

Publikumstilbud: Den fredede Andorsengården, oppført 1801-05, og Vigeland hus, barndomshjemmet til kunstnerbrødrene Gustav og Emanuel Vigeland. Utstillingene viser kunst, sjøfart, fiskeri og interiør.

Faste formidlingsressurser: En 30 % formidlingsstilling.

Utstillingsareal til skiftende utstillinger: Lokaler lite egnet til temporær utstillingsvirksomhet. Ca. 90 m² fordelt på forskjellige rom i økonomibygningen brukes likevel til formålet. Større arealer ledige i Andorsengården, men trenger omfattende renovering.

3.6 Setesdalsbanen

Publikumstilbud: En av fem etablerte museumsbaner i Norge. Smalsporet jernbane kjøres med damptog mellom Grovane og Røyknes stasjoner i sommersesongen. Kafé og butikkutsalg på Grovane, kiosk på Røyknes. Noe barneaktivitet på stasjonsområdet.

Faste formidlingsressurser: Driften foregår i et samarbeid mellom Vest-Agder-museet og Setesdalsbanens Venner. Ingen fast ansatt formidlingsressurs.

Utstillingsareal til skiftende utstillinger: Ingen egnede lokaler, men venterommet på Grovane kan huse mindre installasjoner.

3.7 Gimle Gård

Publikumstilbud: Herregård i Kristiansand, oppført 1797-1807, omgitt av en engelsk landskapspark. Fem generasjoner Holm-Arenfeldt-Omdal har etterlatt seg mange kulturhistoriske skatter.

Faste formidlingsressurser: En mindre andel av museumspedagogstillingen ved Kristiansand museum og en 5 % andel av konservatorstilling ved fagseksjonen er knyttet til formidling ved Gimle Gård.

Utstillingsareal til skiftende utstillinger: Ingen egnede arealer, men de autentiske rommene kan brukes til passende utstillinger tilpasset Gimle, spesielt i kjelleretasjen.

3.8 Kristiansand museum

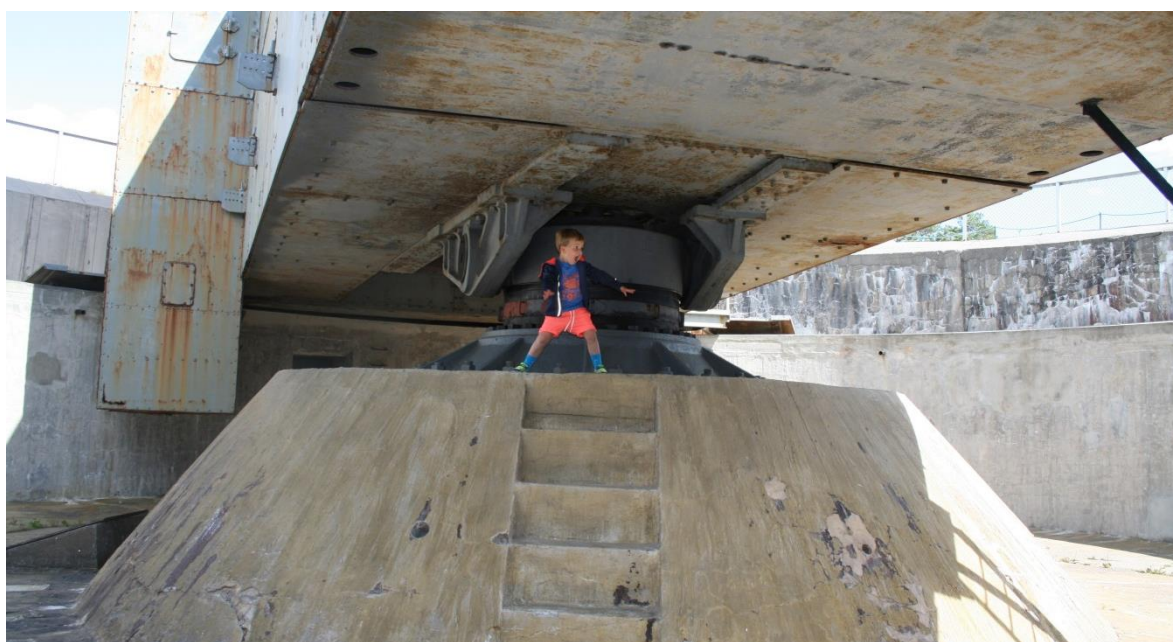
Publikumstilbud: Friluftsmuseum med rundt 40 kulturhistoriske bygninger plassert i en Bygade, et Setesdalstun og et Vest-Agdertun. I tillegg småskalamodeller i Minibyen og utstillingsarealer i administrasjonsbygget. Kaféutsalg i sesongen.

Faste formidlingsressurser: En 100 % museumspedagogstilling, hvorav en mindre andel deles med Gimle Gård samt ca. 10 % av konservatorstilling ved fagseksjonen tilfaller formidling ved Kristiansand museum.

Utstillingsareal til skiftende utstillinger: 184 m² utstillingsarealer i administrasjonsbygget og et kombinasjonslokale (Torsteinssal) på 77 m² som kan brukes til utstillinger. Kvaliteten på lokalene er lite tilfredsstillende.

3.9 Kristiansand kanonmuseum

Publikumstilbud:	Møvig Fort fra andre verdenskrig med verdens nest største kanon montert på land. Utstillinger i bunker. Turer med ammunisjonsjernbanen (reetablert i 2016) tilbys i sesongen.
Faste formidlingsressurser:	En 100 % stilling som driftsleder/formidler, anslagsvis 50 % formidling/utadrettet virksomhet, 50 % drift.
Utstillingsareal til skiftende utstillinger:	Tre bunkere på området kan med enkelte tilretteleggingsgrep brukes til utstillinger tilpasset kanonmuseet: kasemattbunkeren, ammunisjonsbunkeren og sambandsbunkeren. Sistnevnte er av hensyn til tilstand og beliggenhet best egnet.



Kristiansand kanonmuseum. Foto: Inger Marie Pedersen.

3.10 D/S Hestmanden – Norsk krigsseilmuseum

Publikumstilbud:	Museum og et nasjonalt minnesmerke over krigsseilerne i eneste gjenværende norske handelsskip som seilte under både første og andre verdenskrig. Både utstillinger om krigsseilerne i lasterom og skip åpnet for publikum i 2017.
Faste formidlingsressurser:	En 60 % stilling som driftsleder/formidler, for tiden anslagsvis 10 % formidling/utadrettet virksomhet; 50 % drift. I tillegg frivillig innsats.
Utstillingsareal til skiftende utstillinger:	Ingen egnede arealer til skiftende utstillinger utover det som er tilpasset D/S Hestmanden.

3.11 Odderøya museumshavn

Publikumstilbud:	Aktivitetshus (2015) og utendørs installasjoner med flytende båtutstilling om sommeren. Fokus på maritime aktiviteter for store og små med spesiell vektlegging av plastbåtenes historie.
------------------	---

Faste formidlingsressurser:	En 70 % stilling som driftsleder/formidler, anslagsvis 50 % formidling/utadrettet virksomhet, 20 % drift.
Utstillingsareal til skiftende utstillinger:	I utgangspunktet ikke egnede lokaler til utstilling, men møterom i 2. etasje (40 m2) brukes til utstilling.

Merknader:

Formidlingsarenaer i tilknytning til Odderøya museumshavn: Vest-Agder-museet har en tiårig avtale om leie av *Odderøya fyr* til formidling/utadrettet virksomhet. Utstillingen *Unik og uniformert* på *Lasarethøyden* driftes hovedsakelig fra museumshavna.

Nytt formidlingsbygg i Nodeviga: Museumsområdet på Odderøya står overfor store utviklingsmuligheter og endringer i perioden som kommer. Nytt formidlingsbygg er prosjektert til å stå klart i 2022. Det vil gi:

- En universelt tilpasset bygningsmasse
- Moderne utstillingsarealer på ca. 1630 m2
- Muligheter for å skape et møtested for profesjonelle og frivillige på det kulturhistoriske feltet.
- Kafé, museumsbutikk, tumlerom, verksteder og undervisningsrom som åpner for god formidling til alle målgrupper.

Prosjektering av utstillinger, tilrettelegging for formidling og etablering av en driftsorganisasjon for det nye formidlingsbygget vil kreve ekstra ressurser i planperioden.



Prospekt NAVET – nytt formidlingsbygg i Nodeviga, Helen & Hard, 2017.

3.12 Ikke-konsoliderte lokalmuseer

Vest-Agder-museet er et interkommunalt selskap med et regionalt samfunnsansvar. Vi har en positiv innstilling til å bidra og dele vår kunnskap med ubemannede museer i hele fylket og slik bidra til økt aktivitet ved lokale museer også utenfor VAMs organisasjon. Vi vektlegger også samarbeidet med kolleger i hele Agder.

Mål:

Vest-Agder-museet skal være en pådriver og ressurs i arbeidet for tilgjengelighet og formidling ved museene i Vest-Agder.

Strategier og tiltak:

- Rådgivning og kursing på formidlingsfeltet.
- Jevnlige møter, erfaringsutveksling og gjennomføring av felles tiltak med kolleger i hele Agder.
- Dialog med Vest-Agder museums lag.
- Gi økonomisk støtte til prioriterte prosjekter gjennom utlyste prosjektmidler.
- Gi tilbud om vandreutstillinger til museer og andre visningssteder i regionen.
- Gi tilbud om utlån av utstillingsvegger og annet formidlingsutstyr fra VAMs utlånsbank.

4. TILGJENGELIGHET

Vest-Agder-museet har som mål å være tilgjengelig for alle. Formidlingsplanen angir mål og strategier for tilgjengelighet på følgende felter: Åpningstider, priser, universell utforming, språk og geografisk nærhet til publikum.

4.1 Åpningstider

Åpningstidene er et sentralt element i tilgjengeligheten til museet. I dag har alle avdelinger av Vest-Agder-museet åpent for alle i sommersesongen, mens de ellers i året er tilgjengelige i kontortida og etter avtale. Museumsområdene er imidlertid åpne og fritt tilgjengelige året rundt, og flere avdelinger har også åpne publikumsarrangementer og aktiviteter ellers i året, f.eks. i skoleferier.

Utfordringer:

- Vest-Agder-museets åpningstider varierer fra avdeling til avdeling og fra år til år. Store variasjoner gjør det vanskelig å kommunisere med publikum.
- Vest-Agder-museets generelle åpningstid, da museet er fritt tilgjengelig for alle, er relativt kort. Åpent museum er kostbart å bemanne, og tilgangen på variabel arbeidskraft utover sommerferien er en utfordring for de fleste avdelinger.
- Av erfaring vet vi likevel at vi får lite besøk ved å utvide åpningstida alene, uten styrking av formidlingstilbudet.

Mål:

- Et museum som oppfattes som åpent og tilgjengelig.

Strategier og tiltak:

- Utvide åpningstider utenom sesongen gjennom spissede publikumstilbud (nye utstillinger, publikumsaktiviteter, foredrag, tilrettelagte omvisninger m.v.) og presis markedsføring.
- Forutsigbare og mer harmoniserte åpningstider.

4.2 Priser

Vest-Agder-museet har differensierte priser for inngangsbillett for barn og voksne basert på tilbud og aktivitet. Årskort for hele museet ble innført i 2017, og fra 2018 også familiekort, som er inntjent ved tredje besøk. Vi har en ordning gjennom kommunene med utdeling av gratis årskort til familier med

ekstra behov og til flyktninger.² I regelen har skoler og barnehager i organisert undervisning gratis inngang, med mindre tilbudet inneholder aktiviteter som medfører større materialkostnader³.

Mål:

- Vest-Agder-museet skal føre en bevisst prispolitikk og være et kostnadsmessig lavterskeltilbud, men likevel sørge for lønnsomhet i prising av billetter og tjenester.
- Det skal være et samsvar mellom pris og tilbud.

Strategier og tiltak:

- Eksisterende ordning og prispolitikk videreføres. Endringer i pris tas opp i museets ledergruppe årlig.

4.3 Universell utforming

FNs menneskerettigheter fastslår at alle har rett til å delta i kulturelle aktiviteter, uavhengig av funksjonsnivå. "Med *universell utforming* menes utforming av produkter, omgivelser, programmer og tjenester på en slik måte at de kan brukes av alle mennesker, i så stor utstrekning som mulig, uten behov for tilpasning og en spesiell utforming".⁴

Universell utforming kan deles inn i tre arbeidsområder (st.meld. nr. 49, s. 109):

- Tilgjengelighet ute og inne (fysiske tilpasninger)
- Formidling og skriftlig informasjon
- Tilgjengelige nettsteder⁵

Utfordringer:

Vest-Agder-museet har pr. i dag store utfordringer på feltet universell utforming – med sine mange antikvariske bygninger og mangel på moderne utstillingslokaler.

Mål:

Tilgjengelighet for alle til våre tilbud så langt museets rammer tillater det.

Strategier og tiltak:

- Alle museets formidlingsarenaer skal kartlegges med tanke på universell tilrettelegging. Kartleggingen skal følges av en tiltaksplan innen 2020.
- Universell utforming skal ligge til grunn for alle nye anlegg, utstillinger og formidlingsopplegg i Vest-Agder-museet.
- Vi arbeider aktivt for nytt formidlingsbygg på Odderøya i Kristiansand, der tilgjengelighet for alle er et bærende prinsipp.
- Universelt tilrettelagt formidling vil være et satsningsområde for formidlingsgruppa i perioden:
 - Kurs for formidlere og førstelinjetjeneste.
 - Konkrete tiltak som bruk av språk, tilrettelagte tekster og taktile innslag i formidlingen.
 - Tilrettelegging for grupper med særskilte behov, språklige og fysiske.

² Andre grupper med gratis adgang: Ledsagere med ledsagerbevis (halv pris for bruker), VAM-ansatte, styremedlemmer og medlemmer av VAMs venneforeninger, medlemmer av Norges museumsforbund og ICOM, trivselsledere.

³ Et unntak er togkjøring på Setesdalsbanen.

⁴ FNs konvensjon om rettighetene til mennesker med nedsatt funksjonsevne, artikkel 2, gjengitt i "Bare gjør det! Hvordan gjøre museet mer tilgjengelig for alle", Mellemsether 2017:9.

⁵ Vest-Agder-museet fikk nytt design på nettsidene i februar 2018. Prinsippene i Difis retningslinjer for universell utforming mht. kontrast og navigasjon er ivarettatt.

4.4 Språk

Mål:

Vest-Agder-museet skal legge til rette for fremmedspråklige besøkende.

Strategier og tiltak:

- Utstillingstekster i nye utstillinger produsert av Vest-Agder-museet skal oversettes til minimum engelsk og fortrinnsvis også tysk.
- Vest-Agder-museets brosjyrer og annet grunnleggende informasjonsmateriale skal oversettes til engelsk og tysk.⁶
- Fremmedspråklig kompetanse vektlegges ved ansettelse av formidlere/fortellere, og deres kompetanse brukes bevisst i museets formidling, f.eks. gjennom annonserte omvisninger og vandringer på andre språk.

4.5 Nærhet til publikum

Utfordring:

Enkelte av Vest-Agder-museets avdelinger ligger langt fra der folk bor og oppholder seg.

Mål:

Museet skal komme nærmere folk der de bor og oppholder seg.

Tiltak og strategier:

- Vi bruker nye og andre formidlingsarenaer utenfor våre tradisjonelle museumsområder (skoler, institusjoner, det offentlige rom etc.).
- Museet skal drive aktiv formidling på nettet, spesifisert i digital strategi.
- Vi har alltid vandreutstillinger under planlegging og i gang.
- Vi arbeider aktivt for nytt formidlingsbygg på Odderøya i Kristiansand.

5. TILBUD OG INNHOLD

Vest-Agder-museets formidlingstilbud består av tilrettelegging på ulike formidlingsarenaer (bygningstilgjengelighet, uteområder og teknisk-industrielle kulturminner), utstillinger, pedagogisk virksomhet, arrangementer og publikumsaktiviteter, digital formidling og publikasjoner⁷.

Målene for museets formidlingstilbud og -innhold følger VAMs strategiplans (2015-2019) anvisninger, side 5 og 6.

Hovedmål for formidlingen i Vest-Agder-museet:

Et stort og begeistret publikum, som har lært noe nytt, snakker positivt om oss og ønsker seg tilbake.

Felles plattform for alle formidlingsfeltene:

- Vest-Agder-museets slagord er: *Vi forteller din historie.*
- Vest-Agder-museet setter i sin formidling *gjestens opplevelse* i sentrum.
- Vest-Agder-museets formidlingstilbud er kunnskapsbasert og av *høy faglig kvalitet*.
- Vest-Agder-museet tar *samfunnsrollen* på alvor, tilrettelegger for involvering og mangfold, formidler materiell så vel som immateriell kulturarv og tenker *tilgjengelighet for alle*.

⁶ Google Translate brukes for oversettelse til alle språk på nettsidene. Fra mobile enheter oversettes sidene automatisk til brukerens angitte hovedspråk.

⁷ Museets publikasjonsvirksomhet behandles ikke i denne planen, men under forskning.

- Vest-Agder-museet vil stadig *fornye* seg i formidlingsarbeidet.
- Vest-Agder-museet vil spesielt tilrettelegge for sine definerte *hovedmålgrupper*: skoler og barnehager, barnefamilier og faglig interesserte voksne (den andre ungdom 50+).
- Vest-Agder-museet vil arbeide for en etablering av museets *formidlingsbygg* på Odderøya som en felles formidlingsarena for museet.
- Vest-Agder-museet vil være *synlig* på *mange arenaer*, også utenfor museets fysiske område.
- Vest-Agder-museet er bevisst på egen praksis og *evaluerer* alle sine publikumstilbud. Alle formidlingstiltak av en viss størrelse etterfølges av en rapport.

5.1 Utstillinger (basis-, temporær-, nett-)

Mål:

Utstillingene setter publikums opplevelse i sentrum.

Strategier og tiltak:

- Vi skal *varierte* bruk av *formidlingsformer* og *virkemidler*, tenke interaktivt og ta i bruk ny teknikk i utstillingsproduksjonen.
- Vi skal bruke *personhistorier* som inngang til større fortellinger.

Mål:

Vi skal ha fokus på fornying, aktualitet og kritisk refleksjon i utstillingsarbeidet.

Strategier og tiltak:

- Vi arbeider etter oppsatt plan med produksjon av *lokalhistoriske basisutstillinger* ved alle avdelinger: Kristiansand kanonmuseum 2019 og Mandal museum 2021.
- Vi skal følge med i *samfunnsaktuelle tema* og forholde oss til diskusjoner i lokalsamfunnet, forsøke å sette dem inn i en kulturhistorisk sammenheng som formidles visuelt til publikum.
- Vi skal bygge ned grensene mellom museet og publikum og alltid tenke *involvering* av publikum i utstillingene våre og å samarbeide med frivillige ressurspersoner.



Vandreutstillingen "Ikke bare greit? Om å være fattig på Sørlandet" i Tresse i Kristiansand. Foto: Gunhild Aaby.

Mål:

Utstillingene skal nå et bredt publikum.

Strategier og tiltak:

- Vi skal i ta i bruk *nye arenaer* og vise utstillinger der folk er og oppholder seg.
- Alle avdelinger som har utstillingsareal skal *ha minst ett nytt utstillingstilbud* hvert år.
- VAM skal tilstrebe fornying av utstillingstilbudet gjennom *skiftende utstillinger*, innleide og egenproduserte. Vandreutstillinger skal også kunne tilbys lokalmuseer og andre visningssteder i regionen.
- Alle utstillinger vi produserer skal brukes i *flere enn én formidlingskanal*, dvs. utstillinger produsert ved én avdeling skal også kunne bli vandreutstilling, nettutstilling, skoleopplegg, utstillingskatalog, publisasjon el.l.

5.2 Pedagogisk tilbud til skoler og barnehager

Mål:

VAM skal tilby tilpassede, relevante og inspirerende formidlingsopplegg på barnehage-, grunnskole-, videregående- og voksenopplæringsnivå.

Strategier og tiltak:

- Pedagogiske tilbud fra VAM skal være i tråd med gjeldende *læreplaner*.
- Alle organiserte pedagogiske opplegg fra VAM inneholder en form for *aktiv involvering* av elevene: i verkstedsaktiviteter, oppgaveløsning, rollespill, lek el.l.
- Vi tilstreber å lage *elevhefter og/eller lærerveiledning* med ressurshefte til undervisningsopplegg utarbeidet av VAM. Materialet legges ut som nedlastbare lærerressurser på nettsidene våre.
- Vi prioriterer *samarbeid* og utveksling av kompetanse mellom museumsformidlere i VAM, ved andre museer og med eksterne aktører og frivillige om utarbeiding og gjennomføring av pedagogiske opplegg.

Mål:

VAM når ut til hele fylket med sine tilbud til skoler og barnehager.

Strategier og tiltak:

- VAM skal være en aktiv samarbeidspartner i *Den kulturelle skolesekken* (DKS) for fylkeskommunen og primærkommunene.
- VAM satser i perioden på utvikling og markedsføring av formidlingstilbud til skoler og barnehager *utenfor DKS*, eksempelvis barnehagedager og større temadager.
- Vi tilbyr opplegg på *flere arenaer*: formidling på museet, i museets nærmiljø, skoleturneer og museumsturneer m.m.
- Alle avdelinger skal ha *års- eller halvårsprogram* som sendes til skolene og legges tilgjengelig på nettsidene.
- VAM lager hver høst en *felles presentasjon av tilbud* for skoler og barnehager ved *alle museer i hele fylket*, til utdeling under Sørlandsk lærerstevne og som digitalt tilgjengelig informasjon.

Mål:

Det pedagogiske tilbudet er alltid under oppdatering og fornying.

Strategier og tiltak:

- Alle avdelinger med formidlingspersonal skal ha minst ett nytt formidlingstilbud til skoler/barnehager hvert år.
- VAM har alltid minst ett pedagogisk, internt fellesprosjekt under utvikling eller gjennomføring.

5.2 Formidlingstilbud til voksne

Mål:

VAM skal tilrettelegge for gode opplevelser for et interessert, voksent publikum. Et variert publikumstilbud til ulike målgrupper avspeiler museets faglige virksomhet og spesialområder.

Strategier og tiltak:

- Alle avdelinger skal ha et tilbud om en faglig godt forankret *omvisning eller tilsvarende* som formidler hovedtrekk i besøksmålets tematikk og innhold til sine gjester.
- Museet tenker kreativt for å utvikle *målrettede og spissede tilbud og arrangementer* til ulike typer gjester, eksempelvis håndverkerkafeer, kurs i gamle håndverksteknikker, opplegg for cruisegrupper, tematiske byvandring, tilrettelagte omvisninger på ulike minoritetsspråk, foredrags- eller kulturkvelder knyttet til relevante tema.
- Vi publiserer jevnlig utdypende, *faglige artikler* på nett og deler kunnskap om våre spesialtema med publikum gjennom media.

Mål:

Museet er en ressurs i lokalsamfunnet.

- Museet arbeider mer aktivt for å utvikle tilbud til *Den kulturelle spaserstokken* eller tilsvarende i kommunene.
- VAM støtter opp om og deltar i *felles nasjonale, regionale og lokale markeringer* og samordningstiltak.

5.4 Generelt publikumstilbud – sesong

Med generelt publikumstilbud mener vi det ordinære tilbudet gjestene får når de besøker museet i sommersesongen og i andre skoleferier.

Mål:

VAM skal ha et fyldig og variert publikumsprogram i sesongen. Tilbudet skal avspeile avdelingenes særtrekk og innholdsmessige profil.

Strategier og tiltak:

- Alle gjester har *krav på omvisning* eller tilsvarende tilrettelagt tilbud når de løser billett til VAM i åpningstida.
- Alle avdelinger skal hvert år ha en gjennomgang og skissere *tiltak* for hvordan besøksmålet kan *forbedre formidlingstilbudet* sitt, eksempelvis gjennom levendegjøring av omvisninger, demonstrasjoner av håndverk eller prosesser, dramatiseringer, familieaktiviteter, konkurranser m.m.
- Vi arrangerer ett årlig aktivitetsbasert *fellesarrangement til sesongåpning*. Det rullerer mellom avdelingene.
- VAM spiller på lag med og rekrutterer *frivillige* ressurspersoner i lokalmiljøet for å bedre publikumstilbudet.

Mål:

Tilbudet skal være spesielt tilrettelagt for barnefamilier i sesongen⁸.

Strategier og tiltak:

- Alle avdelinger skal hvert år aktivt utvikle *spesielt tilrettelagte tilbud for barn*, tilpasset avdelingens profil: verkstedsaktiviteter, barneomvisninger, eventyrstund, rollespill, leker etc.

⁸ D/S Hestmanden – Norsk krigsseilermuseum er ikke underlagt denne målsetningen for 2018-2020.

- *Skoleferier utenom sommeren* er også å regne for sesong ved avdelinger som har formidlere i staben. Det skal tilrettelegges for publikumsaktivitet i disse periodene.
- VAM følger opp regionale og lokale satsninger/arrangementer på kultur for barn og unge.
- Ny kunnskap og oppskrifter på aktiviteter *samles og deles* med alle kolleger på kurs og på intranett.

Mål:

Alle VAMs gjester skal tas imot på en positiv og høflig måte. Mottakelse og kundebehandling skal mer enn innfri forventningene hos publikum.

Strategier og tiltak:

- VAM tar *rekruttering* av sesongansatte på alvor. Serviceinnstilling og holdninger er like viktig som faglig kompetanse.
- VAMs omvisere kalles "fortellere" og skal arbeide etter mottoet: "*Vi forteller din historie*".
- Alle som arbeider i førstelinjetjenesten i VAM skal ha gjennomgått VAMs verdigrunnlag og rutiner gjennom *Håndbok for sesongansatte* og skal ha deltatt i internkuset *Kurs for sommeransatte* med fokus på gjestebehandling og formidlingsteknikk.
- Alle avdelinger skal ha et *kafétilbud* i sesongen. Et minimum er selvbetjening av kaffe og saft.



Omvisning med skuespiller på Gimle Gård. Foto: Inger Marie Pedersen.

5.5 Digital formidling og kommunikasjon

Formidlingsplanen angir hovedretningslinjer for museets *faglige* digitale formidling og kommunikasjon. Mer utdypende om bruk av kanaler for faglig kommunikasjon finnes i del to av VAMs til enhver tid oppdaterte digitale strategi. *Markedskommunikasjon* er behandlet i markedsplanen og i første del av digital strategi.

Mål:

VAM skal være en synlig innholdsleverandør på nettet.

Strategier og tiltak:

- *Vest-Agder-museets nettsider* er under kontinuerlig utvikling og forbedring.⁹
- Vi publiserer jevnlig *utdypende faglige artikler* på VAMs nettsider. Ansatte i fagseksjonen følger oppsatt publiseringskalender. Alle avdelinger skal *oppdatere sine nettsider*. Informasjon om kommende utstillinger, sesongtilbud og oppdaterte skoletilbud skal til enhver tid være tilgjengelig.
- Alle avdelinger bruker *sosiale medier* som en formidlings- og kommunikasjonskanal, jf. museets digitale strategi.
- Museet legger kontinuerlig ut materiale på *DigitaltMuseum* og publiserer minst to digitale utstillinger på DigitaltMuseum i året. Disse skal reflektere alle avdelinger og vise fram ulike deler av samlingene.
- VAM leverer innhold til *Agderbilder.no* og *Industrimuseum.no*

Mål:

VAM skal være oppdatert på nye digitale formidlingsmetoder og ta i bruk ny teknologi der det er hensiktsmessig.

Strategier og tiltak:

- Økt bruk av *video* og digitale fortellinger i all formidlingsaktivitet – i utstillinger, på nettsidene og i sosiale medier.
- VAM deltar i *Usus-nettverkets prosjekt* om digital formidling og vil ta veivalg basert på utfallet av felles drøftinger i nettverket. Prosjektet vurderer bl.a. mobilformidling gjennom digital skilting og nettvarder og forsterkede kulturopplevelser gjennom digitale løsninger (eks. AR-teknologi og spillifisering).

6. KOMPETANSEHEVING

Mål:

VAM skal være oppdatert på nye metoder og formidlingsformer.

Strategier og tiltak:

- Det skal *settes av tid* til kompetanseheving for museets ansatte. Kompetansehevingstiltak innarbeides i museets årsplaner.
- Vi *samarbeider* med andre i utvikling av kurs og seminarer og bidrar selv aktivt med *kunnskapsutveksling* i interne og eksterne fora. Vi deltar aktivt i museumsformidlernettverket i Agder.
- Det avholdes minst ett *internkurs* årlig på formidlingsfeltet. Kurs i universell tilrettelegging og formidling prioriteres i denne perioden.
- Vi søker å oppnå en større internasjonal satsing i perioden som kommer. Utveksling, hospitering og faglige reiser finansiert gjennom eksterne støtteordninger vil bli prioritert.

Mål:

VAM skal være en organisasjon i stadig fornying, som prioriterer kompetanseheving innen formidling bredt hos alle ansatte, ikke bare ansatte på formidlingsfeltet.

⁹ Nettsidene gjennomgikk en større oppgradering i 2018 med vekt på brukervennlighet og mobil visning. Universell tilrettelegging og ny personvernlovgivning er ivarettatt.

Strategier og tiltak:

- Ved nyansettelser i alle stillinger vil formidlingsevner- og kompetanse vektlegges.
- Alle ansatte oppdateres jevnlig på museets kvalitetskriterier for gjestebehandling. Papirutgave av *håndbok for sommeransatte* er tilgjengelig på hver avdeling, samt på intranett, og kurs (for sesongansatte) holdes hvert år i slutten av juni.

Mål:

Vi skal bidra aktivt med kompetansehevende tiltak på formidlingsfeltet for lokalmuseer i fylket utenfor VAM.

Strategier og tiltak:

- Vi samarbeider med Aust-Agder museum og arkiv om et godt kommunisert kurs/skoleringstilbud på formidlingsfeltet for lokalmuseer og det frivillige feltet i regionen.
- Alle lokalmuseer får hvert år tilbud om å delta på VAMs kurs for sesongansatte.

BAKGRUNNSLITTERATUR OG REFERANSER

- Direktoratet for forvaltning og IKT (Difi): Retningslinjer for universell utforming, WCAG 2.0-standarden for nettsider: <https://uu.difi.no/krav-og-regelverk/wcag-20-standarden>
- Formidlingsplan for Vest-Agder-museet (2011->)
- ICOMs etiske regelverk
- Mellemsether, Hanna: *Bare gjør det! Hvordan gjøre museet mer tilgjengelig for alle*, MiST 2017
- NOU 2013: 4, *Kulturutredningen 2014*
- St.meld. 49 (Museumsmeldinga): *Framtidas museum. Forvaltning, forskning, formidling, fornying* (2008-2009)
- St. meld. nr.22 (ABM-meldinga) *Kjelder til kunnskap og oppleving* (1999-2000).
- St.meld. nr. 24 (2008-2009): *Nasjonal strategi for digital bevaring og formidling av kulturarv*"
- Vest-Agder-museets etiske plattform (2015)
- Vest-Agder-museets verdihåndbok – *Vi forteller din historie* (2014)
- Vest-Agder-museets strategiske plan (2015-2019)