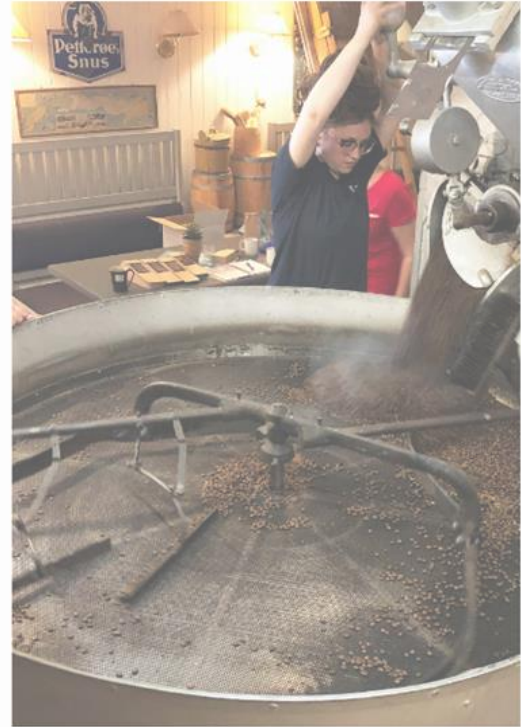


Formidlingsplan 2021-2024



Nordmøre museum

Innhold

1. Introduksjon	5
1.1 Prosess.....	5
1.2 Hva er formidling?.....	5
1.3 Overordnet mål.....	6
1.3.2 Satsingsområde fra strategiplanen til SNM	6
1.4 Bærekraft og formidling i SNM.....	8
1.5 Regionalt kystpilegrimssenter på Smøla.	8
2. MÅLGRUPPER	10
2.1 Målgrupper Pilgrim.....	10
3. Formidlingsressurser/rammefaktor i SNM	11
4. Utstillinger	12
4.1 Faste utstillinger	12
4.2 Vandretstillinger	12
5. Samarbeid mellom forskning og formidling	13
6. Digital formidling	14
6.1 Sosiale medier	15
7. Tilbud og aktiviteter	16
7.1 Sommersesong	16
7.2 Andre tilbud voksne brukergrupper.....	17

7.3 Familiearrangement.....	17
8. Pedagogiske opplegg	18
8.1 Forankring og informasjon; skoletilbud .	19
9. Frivillighet	20
10. Inkludering og mangfold	21
11. Museum som møteplass	22
12. Kompetansehevingstiltak	23
13. Aktivitetsplan	24



I. INTRODUKSJON

I.1 Prosess

Museets formidlingsplan er en av tre fagplaner i Stiftelsen Nordmøre museum(SNM). Den er utformet med tanke på helhetlig planverk og forankret gjennom både strategiplan og medvirkning fra ansatte i utformingsperioden, med flere Teams møter, utstillingssamling 14-15.oktober i Kristiansund samt samling på Gamle Kvernes bygdemuseum 12.10.21. Formidling i museene er en kjerneoppgave, den er det folk ser og det publikum forbinder aller mest med museum. Denne planen skal hjelpe museet med å svare ut forventningene til både museets vedtekter og andre styringsdokumenter som tilskudds brev fra Møre og Romsdal fylke, den nye museumsmeldingen, St.meld. nr.23 (2020-2021) «Musea i samfunnet-tillit, ting,tid» og læreplaner i skolesammenheng.

I.2 Hva er formidling?

Formidling er et begrep som blir brukt om musea sine tilbud til publikum. **Vi definerer her formidling som all utadrettet virksomhet for publikum.** Vi vil i denne planen definere de viktigste områdene og satsningene våre.

I følge St.meld. nr.23 (2020-2021) side 57 står det om forventningene til relevant formidling i musea:

”Å formidla kunnskapen dei sit på til ulike brukargrupper, er ei hovudoppgåve for musea. I dette er det sentralt at det som vert formidla, vert opplevd relevant og interessant for alle dei ulike brukarane av musea. Relevant formidlingsarbeid vil framover ikkje minst vera tufta på samspel og aktiv dialog med brukarane om kva dei meiner er relevante tematikkar og relevante formidlingsformer... Gjennom målretta tilrettelegging og nyskapande formidling skal musea fremja innsikt og refleksjon.”

Et videre fokus på inkludering, mangfold, brukergupper og digitalisering er også framhevet i museumsmeldingen. Dette er oppgaver vi allerede jobber med, men flere tiltak innen disse feltene vil bli skissert i denne planen.

I.3 Overordnet mål

I følge vedtektene for SNM er formålet: Gjennom de ulike museumseningene å aktivisere innbyggerne i regionen, kartlegge, samle inn, dokumentere, ta vare på, gjøre faglige undersøkelser, utvikle og formidle kunnskap om materielle og immaterielle kulturminner og kulturhistorie med særlig vekt på Nordmøre. Formidling til barn og unge skal vektlegges.

Museet skal samarbeide med og knytte nettverk til andre som driver kulturell virksomhet i samfunnet og yte museumsfaglige tjenester etter strenge krav til fylkeskommune, kommunene, organisasjoner og privatpersoner (Fra vedtektene §2)

«Musea i fylket speglar samfunnet dei er del av, og tilbyr formidling som skaper opplevingar, fremmer kunnskap, og gir grunnlag for kritisk refleksjon om fortid, notid og framtid» ifølge tilskuddsbrev fra Møre og Romsdal fylkeskommune 2021.

Formidlingen i SNM består i dag av varierte tilbud. De kan deles i følgende kategorier; arrangement, sommersesong med omvisninger og faste åpningstider, den lokale skolesekken, Den kulturelle skolesekken, utleievirksomhet med tilhørende tilpasset formidling, bøker, utstillinger, digital formidling gjennom nettside/kulturpunkt/SoMe.

Vi vil i denne planperioden peke på et fåtall utvalgte viktige historiske tema som satsningsområde framover. Hovedregelen vil være at alt utviklingsarbeid eller prosjektarbeid i formidling skal rette seg mot ett eller flere av disse temaene. Det betyr ikke at vi ikke formidler og jobber med andre tema, men målrettet innsnevring i planperioden vil gi oss muligheten til å fordype oss i disse temaene og dermed kunne levere formidling av høy kvalitet og finne fram til nye vinkler og problemstillinger.

1.3.2 Satsingsområde fra strategiplanen til SNM

Merk at SNM sin strategiplan skal fornyes i løpet av 2022. Denne delen må revideres etter det arbeidet er fullført.

- Utvikle utstilling og formidlingstilbud i nytt museum i kulturhuset i Kristiansund
- Utvikle nye tilbud for Den kulturelle skolesekken
- Stimulere til økte besøkstall

Overordnet mål for formidlingen i SNM i planperioden:

«Med målrettet formidling vil vi gi gode opplevelser, stimulere til læring og undring og være en møteplass for befolkningen.»

Hovedsatsninger for formidling i planperioden:

- Ny utstilling i nytt museum i Kristiansund
- Digital formidling
- Øke besøk blant flere brukergrupper
- Revidere, oppdatere og skape nytt innhold til både DKS og lokale tilbud
- Flere utviklingsprosjekt på tvers av avdelingene
- Inkludere og videreutvikle tilbudene til Regionalt Kystpilegrimssenter
- Stimulere frivillig arbeid
- Ny utstilling Geitbåtmuseet

I.4 Bærekraft og formidling i SNM



SNM er opptatt av og ser på det som en samfunnsplikt å etterleve FNs bærekraftsmål. Mål 3, 4, 11 og 12 er de som vi ser som spesielt aktuelle for vårt arbeid med formidling. Vår formidlingsaktivitet bidrar til god folkehelse og mental helse gjennom blant annet mestring og det å være en møteplass. Gjennom gode formidlingstilbud sørger vi for god utdanning til barn, unge og voksne. Som en aktiv deltager i lokalsamfunnene så er vi en viktig del av bærekraftige lokalsamfunn. Gjennom vår aktivitet er det attraktivt å bo der vi er. En annen del er at gjennom å involvere frivillighet i vår drift bidrar vi og på den måten til attraktive lokalsamfunn, ved å skape en sosial arena som også gir livsmestring. I tillegg er kulturarv en uttalt del av dette bærekrafts målet.

Mål 12 passer inn gjennom at vi formidler hvordan samfunn før i tiden var mer opptatt av sirkulær økonomi, gjenbruk og lavere forbruk og fremmer dem som idealer vi kan også leve etter i dag. Vi vil og jobbe mer for at vi aktivt bruker bærekraftsmålene i framtidig utvikling av formidlingen i SNM, og har som hovedregel å redusere eget avfall og når det er mulig gå for de mest bærekraftige alternativene i innkjøp til formidlingsaktivitet.

I.5 Regionalt kystpilegrimssenter på Smøla

Det er vedtatt at Regionalt Kystpilegrimssenter på Smøla, som dekker nøkkelsteder i 10 kommuner i 2 fylker, er organisert i Stiftelsen Nordmøre Museum. Endelig organisering landes gjennom den pågående rekonsolideringsprosessen, men det er naturlig å se senteret i sammenheng med museumsavdelingen på Smøla. Senteret jobber aktivt ut mot publikum for å spre kunnskap om sitt tilbud og samarbeider med kirke, fylket og reiselivet for å kunne levere gode opplevelser. Blant annet kan nevnes at Kvernes kulturhistoriske område med stavkirke er ett av nøkkelstedene og avdelingen vår på Kvernes samarbeider med Stavkirken om tilbud til pilegrimer. Det andre nøkkelstedet i vårt område er Edøya i Smøla

kommune, hvor SNMs prosjektleder har jobbet tett med blant annet Gurisenteret for å gjennomføre pilegrimssesong. Kystpilegrimsleia har også tatt i bruk appen Voice of Norway som har digital stedsbasert tekst, lyd og bildeforidling, og alle nøkkelstedene har levert innhold. Regionalt kystpilegrimssenter har fram til utgangen av 2021 vært et prosjekt med avslutning i 2021. Kystpilegrimssenteret som avdeling i SNM er i skrivende stund, desember 2021, ikke avklart.

2. MÅLGRUPPER

I følge stortingsmelding 23(2020-2021) så skal museene «utvikla meir kunnskap både om kven som oppsøker dei tilboda musea har, kven som sjeldan eller aldri gjer det, og kva hinder som kan liggja til grunn for dette. Gjennom målretta arbeid mot konkrete grupper av brukarar og ikkje-brukarar kan musea lukkast med å verta relevante for endå fleire.» (s. 57)

SNM vil ta tak i denne problemstillingen og bruke flere virkemiddel for å lære mer om hvem som bruker og ikke bruker museet, og gjennom dette sette i verk tiltak for å øke vårt nedslagsfelt og besøkstall.

Aktuelle tiltak kan være publikumsundersøkelser, samarbeid med skoler/VGS o.l. for å gå i dialog med unge, spesielle markedsføringskampanjer og arrangement rettet mot dem som vanligvis ikke kommer på museum.

Publikumsundersøkelser er også definert som arbeidsoppgave for fellestjeneste formidling for musea i Møre og Romsdal. Dette er noe vi derfor skal samarbeide med fellestjeneste om. Andre aktuelle samarbeidsparter in dette arbeidet kan være reiselivet, f.eks. Visit Nordvest og selvsagt de andre regionsmuseene i fylket.

Spesielt prioriterte målgrupper i planperioden:

1. Barn og unge.
2. Nye innbyggere/fremmedspråklige.
3. Lokalbefolkning
4. Besøkende til regionen fra inn- og utland.

2.1 Målgrupper Pilgrim

Det regionale kystpilegrimssenteret følger Det nasjonale pilegrimssenteret sin strategiplan og har andre målgrupper enn det som nevnes i SNMs vedtekter. De har blant annet valgt seg ut målgruppe «Livsnyteren». tjenester.

Mål: Skaffe til veie oppdatert og bedre kunnskap om brukere og ikke-brukere, samt utvikle tilbud basert på ny informasjon.

3. FORMIDLINGSRESSURSER/RAMMEFAKTOR I SNM

Formidlingsressursen er integrert i de fleste stillingene, samt at man har en fagleder formidling. Det er mye god kompetanse og erfaring innen formidling, spesielt rettet mot barn og unge, men også andre formidlingstilbud. Ressursene er geografisk spredt, og alle stillinger er tillagt mange andre oppgaver. Det skaper utfordringer i samarbeid og utforming av større opplegg som krever flere formidlere for gjennomføring.

Vi skal jobbe aktivt for samarbeid, men i en travel arbeidshverdag krever det spesielle tiltak og prosjekt for å kunne prioriteres. Vi skal etterstrebe samarbeid på tvers av avdelingene og legge til rette for at det er lettere å sammen lage prosjekt og tiltak som bygger opp om dette.

Mål: Gode samarbeid og prosjekter på tvers av avdelingene, for å sammen kunne levere formidlingstilbud av høy kvalitet.

4. UTSTILLINGER

4.1 Faste utstillinger

Alle museumsavdelingene har faste basisutstillinger. De består ofte av gamle bygg med inventar, innredet etter forskjellige tidsperioder, både på original plassering og tilflyttet til museumstun. Men er også tradisjonelle utstillinger bestående av tekst på vegg og gjenstander i monter.

Disse er av varierende størrelse, alder og kvalitet. Et langsiktig mål er at gamle/utdaterte utstillinger skal revideres og oppgraderes til ønsket kvalitet, med nye relevante tema.

Spesialiseringsordningen, hvor hver avdeling har sitt historiske spesialiseringstema, har vært gjeldende en del år nå og vi ønsker nå å se nærmere på den og om den har gitt ønskede resultater.

4.2 Vandreutstillinger

SNM har til nå ikke fokusert på vandreutstillinger. Det å bygge midlertidige utstillinger som kan vandre blir et framtidig mål. I Normoria får vi gode lokaler for midlertidige utstillinger med aktuelle tema. Alle egenproduserte midlertidige utstillinger, så langt det er mulig, skal kunne tilpasses vandring og tilbys museets avdelinger samt andre museer i fylket der tema/lokaler tillater.

Museet vil samtidig og ta imot aktuelle, gode vandreutstillinger og vise dem fram der det er aktuelt.

Mål: Gode basisutstillinger i SNM som er presentert på nettsidene og oppdatert etter budsjett og kapasitet hvert 5. år.

Mål: Øke visning av midlertidige utstillinger i hele regionen.

5. SAMARBEID MELLOM FORSKING OG FORMIDLING

Det er ønskelig at formidling i museum skal være forskningsbasert. Forskning defineres i fagplan forskning som (sett in definisjon her.) Det er et mål for SNM å formidle all forskning som utføres i museet. Virkemidlene kan variere, eksempelvis foredragskvelder, bokutgivelser, utstillinger og formidlingsopplegg til barn og unge.

Aktuelle forskningsprosjekt vi vil formidle er våre samarbeidsprosjekt med de andre museene i Møre og Romsdal. «Fogderifylket Møre og Romsdal – eit forestilt fellesskap? Identitet i eit grenseland» som avsluttes i 2022 og det nye samarbeidsprosjektet, «Protestantisk etikk og kapitalistisk ånd? Næringslivshistorie frå Møre og Romsdal.», med oppstart desember 2021.

Mål: Formidle resultat av forskningsprosjekt i SNM til relevante målgrupper

6. DIGITAL FORMIDLING

Det digitale blir en stadig større del av menneskers hverdag. Covid-19 og nedstenginger har vist at museene har et stort potensial for og ønske om leveranse av digital formidling. Museene har et omdømme som leverandør av informasjon en kan stole på og er derfor være en viktig aktør i digital formidling. Dette er også noe som er løftet spesielt frem i stortingsmelding 23(2020-2021).

«Formidling er ikkje lenger avgrensa til dei fysiske utstillingane ved musea, og det digitale er ikkje lenger berre eit supplement til desse. Digitale plattformer er no i mange tilfelle utgangspunkt for sjølvstendige formidlingsgrep. Formidling via digitale plattformer aukar det handlingsrommet musea har for å nå ut breiare i samfunnet, men krev andre tenkjemåtar og andre prioriteringar i bruken av formidlingsressursar og -kompetanse.»

SNM bruker nettsider, sosiale medier, verktøy som digitalt museum og kulturpunkt til digital tilstedeværelse og formidling. Det er en satsning som vi kommer til å fortsette med. Spesielt formidling av våre kulturhistoriske anlegg og kulturlandskap gjennom Kulturpunkt. Vi vil jobbe med innholdet på denne plattformen og produsere god, målrettet formidling gjennom kulturpunkt. Både generell formidling og stedsbasert egenformidling for skoler, barnehager etc.

SNM er med i et FOU-prosjekt i samarbeid med Møre og Romsdal fylke. Prosjektet «Ein bit av historia» jobber med digital visualisering av kulturlandskap basert på arkeologiske funn. Andre deler av prosjektet har tidligere tatt for seg Veøya i Romsdal og Borgund på Sunnmøre. I Dette prosjektet vil vi få tilgang til digitalt innhold av høy kvalitet basert på forskning og funn til både Regionalt pilegrimssenter og Normoria.

6.1 Sosiale medier

Sosiale medier er ofte de stedene man oppsøker for rask kontakt og oppdatert informasjon. Brukere oppfatter sosiale medier som mindre statisk enn for eksempel en nettside. Derfor er det viktig å bruke sosiale medier aktivt. Har man ikke aktive sosiale medier kan man oppfattes som noen som kanskje ikke gjør så mye.

Det er også et sted for oss å møte våre brukere på en måte som engasjerer og som har lavere terskel for samhandling. Gjennom sosiale medier har også vi en mulighet til å vise det arbeidet som publikum ikke ser, som samlingsforvaltning, f.eks. fotosamling, og bygningsvedlikehold. Her må vi til enhver tid jobbe med kompetansen vår og gi alle ansatte verktøy på å kunne gjøre best mulig jobb.

Mål: Målrettet digital formidling, mer synliggjøring av det vi gjør via våre digitale verktøy.

7. TILBUD OG AKTIVITETER

I en plan som denne er det naturlig å fokusere spesielt på nye tiltak eller behov som er i endring. Samtidig er musea institusjoner med mange faste oppgaver og roller, og mange eksisterende formidlingstilbud som vi vil og må videreføre og utvikle. Eksempel på eksisterende tilbud ved mange av avdelingene:

- Museumsbesøk med omvisning.
- Aktivitetsrettede temadager der en lever seg inn i en tidsepoke (som steinalder/vikingtid) og prøver kopier av redskaper ol.
- Temadager med kulturhistoriske aktiviteter.
- Kultur- og naturhistoriske vandringer.
- Utadrettet virksomhet der museet besøker skoler, barnehager, institusjoner eller foreninger.
- Foredrag og kåserier

Musea som historiske miljø er som regel godt egnet som arena for aktivitet, rollespill og ulike former for levende formidling. Aktivitetsbasert formidling krever ofte tilgang til ekstra kapasitet og kompetanse, og mange samarbeidspartnere kan være aktuelle: Venneforening, historielag, husflidslag, kunstforening, bibliotek, kulturetaten i kommunen, grendelag, hagelag, den norske kirke, idrettslag, pensjonistuniversitetet, universitet og høyskoler.

7.1 Sommersesong

Sommersesongen, hvor museenes arenaer holder åpent med faste åpningstider med sesongansatte, er det største formidlingsgrepet SNM som helhet gjennomfører. Sommersesongen har det største aktivitetspresset, flest arrangement og høyest besøk. Den krever lang planlegging, ansettelser av sommerverter og mye arbeid opp mot åpning og et eventuelt åpningsarrangement. Det er som hovedregel i sommersesongen vi møter turister, både fra Norge og utlandet. Det krever at alle møtes på en god måte, og krever ekstra tilrettelegging f.eks. på språk. Vi etterstreber økte besøkstall og en sommersesong av god kvalitet. Vi skal som tiltak for en forbedret sommersesong jobbe fram rutiner rundt evaluering av sommersesong internt samt oppdatere alle guidemanus.

7.2 Andre tilbud voksne brukergrupper

Mange av våre arrangement, spesielt de utenom sommersesongen, er rettet mot en voksen brukergruppe. Det er de som oftest kommer på foredragskvelder, temakvelder, vandringer etc. Det er viktig å ivareta denne brukergruppen, men det er potensiale for å utvide dette besøket gjennom å finne fram til nye brukergrupper.

7.3 Familiearrangement

Mange anlegg gjennomfører diverse typer familiearrangement. Det kan være åpent museum dager i sommersesongen med tilpassede aktiviteter til barn, advent på museum med verksted etc. Disse er populære og godt besøkt.

Mål: Gjennomføre variert formidling med utgangspunkt i de historiske miljøene våre

Mål: Gjennom temavalg og målrettet markedsføring ønsker vi å nå flere og øke besøket på arrangement med målgruppe voksne

8. Pedagogiske opplegg

Et museumstilbud som tilbys til skoler og barnehager kan inneholde:

- Elevene møter godt forberedt på et spesielt tema. Under besøket kan en finne svar på problemstillinger, og knytte disse til konkrete læringsmål. Museumsbesøket skal ideelt sett gjøre elevene motiverte til å lære mer.
- Museumsbesøket kan ha som utgangspunkt å være en opplevelse av ei annen tid og et annet miljø enn det en er vant med. Elevene bruker sansene sine og får nye inntrykk gjennom syn, hørsel, lukt, smak og lyd. Det kan skape nysgjerrighet og interesse for videre kunnskap.

Våre opplegg for skole og barnehager er godt faglig forberedt fra museets side og skal:

- være relevant i forhold til gjeldende læreplan
- ha kvalitet i innhold og metodikk
- innebære at elevene lærer noe nytt
- inkludere elevmedvirkning gjennom aktivitet

Jf. Merete Frøylands teori om museumsformidling ”Mange erfaringar i mange rom”, der hun viser hvorfor det er viktig å bruke ulike arenaer i undervisninga.

Omvisning og historiefortelling i autentiske miljø vil fortsett være ei svært aktuell formidlingsform.

Alle våre pedagogiske opplegg skal være tilpasset gjeldende læreplaner for grunnskole og videregående opplæring, og oppdateres når planene også blir det. Vi ønsker å sette fokus på tilbudet vårt til videregående skole og utvide dette. Vi vil også i planperioden revidere gjeldende tilbud og oppdatere dem etter de nye læreplanene ved behov.

8.1 Forankring og informasjon; skoletilbud

Å forankre tilbud rettet mot barn og unge i barnehage og skole er viktig for at skolene skal komme tilbake hvert år og ha gode rutiner for kontakt med avdelingene.

Sentralt er det å nå ut med informasjon til: rektormøte, avdelingsledermøte, kulturkontaktene, personalmøte på skolene, FAU. Det er viktig å komme i dialog og få kunnskap om hvilke tilbud skolene trenger/ønsker.

Bruke SNM sine nettsider til å legge ut oversikt over det pedagogiske tilbudet ved hver enkelt avdeling.

Mål: Museets formidlere skal sammen utvikle formidlingsopplegg som kan tilpasses de enkelte avdelinger og tilbys hele regionen.

Mål: Opprette og opprettholde gode kontaktlinjer ut mot skoleverk og kommuner for å sikre alle en god opplevelse ved å gjennomføre opplegg med SNM.

9. FRIVILLIGHET

Flere av avdelingene i SNM har venneforeninger med sterk tilknytning og engasjement. Mange av disse bidrar med aktiviteter og annen formidling, spesielt på arrangementsdager og i skoleformidlingen. Det er viktig å hegne om disse ressursene.

Stortingsmelding 23 (2020-2021) sier om frivilligheten:

«Høg frivillig deltaking er avgjerande for den tilliten me har i samfunnet vårt, ein tillit som òg musea er med på å forvalta. Frivillig innsats medverkar til å sikra felles kulturarv og er avgjerande for mykje verksemd ved musea.»

SNM må likevel sørge for kvaliteten i det arbeidet som leveres gjennom frivilligheten. Det er de frivillige som bidrar med arbeidskraft, men vi er de som blir forbundet med jobben de gjør.

Dermed må man ha gode rutiner og tiltak rundt frivilligheten og kvalitetssikring. Formidlingsleder vil sammen med ledelse og ansatte utvikle en frivilligplan.

I 2022 er det nasjonale frivillighetsåret. Dette vil gjenspeiles i vår aktivitet men vil synligjøres gjennom frivilligplanen.

Mål: Ivareta frivilligheten gjennom god dialog og sørge for kompetanseheving der det er nødvendig.

10. INKLUDERING OG MANGFOLD

Inkluderings og mangfolds arbeid er et viktig aspekt av jobben. Museet har ett oppdrag hvor vi som institusjon skal være tilgjengelige for og speile hele befolkningen. Inkluderingsarbeid er dermed en del av det vi skal gjøre for å ivareta vårt samfunnsoppdrag. Vi skal jobbe med inkluderingsarbeid, være tilgjengelig for hele befolkningen og aktivt søke samarbeid med voksenopplæring, røde kors og flyktningetjenestene i kommunene. Vi skal og legge til rette for lavterskeltilbud ved alle anlegg.

I følge siste museumsmelding fra Regjeringen:

« I den utåtretta verksemda gjer musea val som verkar inn på kva for brukargrupper museet er tilgjengeleg for, og kven formidlinga har potensial til å nå. Ulikskapar i sosial og kulturell kapital kan vera barrierar mot deltaking i kunst- og kulturlivet, òg i musea. Den fysiske utforminga av bygningane og fasilitetane for publikum har òg innverknad på det reelle tilgjenget» Stortingsmeld 23(2020-2021) s 58.

Det vil i klartekst si at vi skal gjøre vårt ytterste for å gjøre oss tilgjengelige for alle, tross fysiske, psykiske eller andre utfordringer.

«Mangfald som verdi inneber å gjera synleg og verdsetja at me ber med oss ulike røymsler og perspektiv som kan tilføra fellesskapen noko positivt og utvida forståinga av, og forteljinga om, oss alle som ein stor heilskap.» Stortingsmeld 23(2020-2021) s59.

Mål: Museets ledelse sammen med ansatte skal jobbe med kommunene for å sammen få dekket et gratistilbud til skoler og befolkning.

Mål: Alle museets nye utstillinger skal etterstrebe universell utforming og ha informasjon på flere språk

Mål: Vi skal jobbe målrettet for å inkludere vanskelige historier i vår formidling, gjelde det seg minoritetshistorie, skeiv historie eller andre tema som har vært fraværende på museene.

II. MUSEUM SOM MØTEPLASS

Flere av våre avdelinger har venneforeninger. Mange av de frivillige er pensjonister som får mye ut av å bidra i en venneforening, både sosialt og noe som gir mening. Dermed blir museet mer enn en institusjon eller en plass for læring, det blir en møteplass. Museer som møteplass er nevnt i museumsmelding 23 s60.

«Å ha ein inkluderande funksjon kan innebera mykje og premissane for, og målsetjingane med, denne typen arbeid vil vera ulike for ulike museum. Musea er stader for møte mellom menneske, anten det er gjennom tradisjonell formidling, kurs, arrangement eller ein-til-ein kontakt med folk som søker kunnskap og innsikt i fagområdet til museet. Statistikken for museum syner at dei er viktige møteplassar, og at dei tilbyr eit breitt spekter av aktivitetar og publikumsarrangement i tillegg til tradisjonell utstillingsverksemd. Dette er eit godt utgangspunkt for dialog og inkludering.»

Det er et unikt miljø og gir muligheter for utvikling av denne møteplassen. Museene er også møteplasser mellom generasjoner og blir ofte besøkt av flere generasjoner samtidig. De kan ønske å vise dem museet de besøkte som små, eller fortelle om egen barndom som har likhetstrekk med det som formidles på museet. Et viktig aspekt er museet som integreringsarena. Ved å legge til rette for møter mellom innvandrere og nordmenn ligger museene godt til rette for å gjøre en jobb rundt dette, mange gjør det allerede. Eksempler på dette er strikkekafeer, kurs, matsentriske arrangement og andre lignende arrangement hvor mange kan komme og treffe hverandre og lære hverandre å kjenne. Museene oppfattes som en trygg plass med stor faglig tyngde hvor flere grupper kan treffes, være sosiale og føle mestring.

Mål: Legge til rette for arrangement som er i trefningspunktet mellom sosialt, lærerikt og integrerende.

12. KOMPETANSEHEVINGSTILTAK

Arrangere interne fagsamlinger med rom for dialog, tilbakemeldinger og kompetansehevingstiltak, heldagssamling 1-2 ganger i året.

Digitale formidlingsmøter hver måned. Temaet bestemmes av gruppen på forrige møte, det vil være mulig å melde inn ting man ønsker å prate om i forkant. Hver første onsdag i måneden.

Gode samarbeid med skoleverket gjennom dialog med skolene lokalt, DKS sentralt og arbeid med kompetansemål i utviklingsfasen av nye tilbud.

Samarbeid på tvers av avdelingene gjennom utviklingsprosjekter.

Lav terskel for å kontakte kolleger og fagleder formidling for innspill/støtte/hjelp til utvikling og gjennomføring av formidlingsaktivitet, være det seg skoleformidling, sommersesong eller annen formidling.

Samarbeide mer om arrangement. Bidra til andre avdelingers store «signatur» arrangement på rundgang. Man er flere som vil være behjelpelig på andre avdelingers arrangement på dagen. Eks: ett år hvor man er flere på Sunndal sin vikingfestival, ett annet år på Averøys Olsok feiring etc.

Legge til rette for bedre formidling gjennom god tilgang på kostymer, rekvisita etc.

Jobbe mer aktivt for å inkludere handlingsbåren kunnskap og immateriell kulturarv i formidlingen.

Minimum ett kompetansehevingstilbud på formidling i året.

13. AKTIVITETSPLAN

Tiltak	Kommune	Ansvarlig	Frist	Kapittel med målet som svares ut
Utvikle skoledag på Kråksundet		Formidlingsleder Avdelingsleder Aure	Innen vår 2022	8
Sosiale medier kurs		Formidlingsleder Markedsføringsansvarlig	Vår 2022?	6
Digitale verktøy kurs		Formidlingsleder Markedsføringsansvarlig	2022	6
Etablere rutiner for evaluering av sommersesong		Formidlingsleder Markedsføringsansvarlig Avdelingsledere	Utgang sommersesong 2022	7.1

Oppdatere alle guidemanus i museets avdelinger	Alle	Formidlingsleder Avdelingsledere Andre ansatte med formidlingskompetanse	Vår 2023	7.1
Evaluere spesialiseringsordningen i formidlingssammenheng	Alle	Formidlingsleder Avdelingsledere	Høst 2023	4.1
Samling med utvikling av felles pedagogiske formidlingsopplegg.	Alle	Formidlingsleder Avdelingsledere Andre ansatte med formidlingskompetanse	Vår 2023	3
Revidering gjeldende pedagogiske formidlingsopplegg i hele SNM.	Alle	Formidlingsleder Avdelingsledere	Desember 2022	8
Utvikle familiearrangement på de avdelinger som ikke har det.	Kristiansund Gjemnes Heim Surnadal	Formidlingsleder Aktuelle avdelingsledere	Sommersesong 2023	7.3

Skape faste kontaktpunkter mot kommuner/skoler, og rutiner for å opprettholde disse	Alle	Formidlingsleder Avdelingsledere	Desember -22	8.1
Skape fast årlig møte mellom museum og kulturavdelingene i kommunene for informasjonsutveksling	Alle	Formidlingsleder Øvrig ledelse Avdelingsledere	Vår 2023	8.1
Integrere vanskelig historie i formidling, eget prosjekt	Alle	Formidlingsleder Avdelingsledere	Høst 2023	10
Samarbeid fellestjeneste formidling brukerundersøkelser om målgrupper.		Formidlingsleder Øvrig ledelse Fagleder formidling	1. halvår 2022	2
Smiprojekt beslag til faste utstillinger (historiske miljø)	Aktuelle kommuner	Formidlingsleder Smed/slippmester Avdelingsleder Kr.Sund	2022-2023	3
Samarbeidsprosjekt lin	Kristiansund, Surnadal, Heim	Aktuelle Avdelingsledere	2022-2023	3

Utvikle formidling Normoria	Alle	Formidlingsleder	Høst/vinter 22/23	4.1, 4.2
Egne samlinger		Utstillingsleder		
Utvikle ny utstilling Geitbåtmuseet	Heim	Formidlingsleder? Avdelingsleder Heim? Utstillingsleder?	2023?	4.1
Oppdatert innhold nettside	Alle	Formidlingsleder Avdelingsledere	Vinter 2022	6
Kulturpunktsamling?			Vinter 22/23	6
Utvikle felles opplegg sommerverter		Formidlingsleder Avdelingsledere	Innen sommer 2024	7.1
Utvikle tilbud i samarbeid med frivillige og aktuelle samarbeidspartnere for integrering		Formidlingsleder Aktuelle avdelingsledere	Innen høst 2023	10
Prosjekt: brukermedvirkning i Normoria		Formidlingsleder Utstillingsleder Utstillingsgruppa	2022	11,2,4.1

FOU prosjekt Edøy/innhold Kystpilegrimssenter		2024	5, 6 og 7
Utvikle aktivitetstilbud Gjemnes i samarbeid m kommune og museumslag	Formidlingsleder	2022	7
