

NEOTROPISK REGION

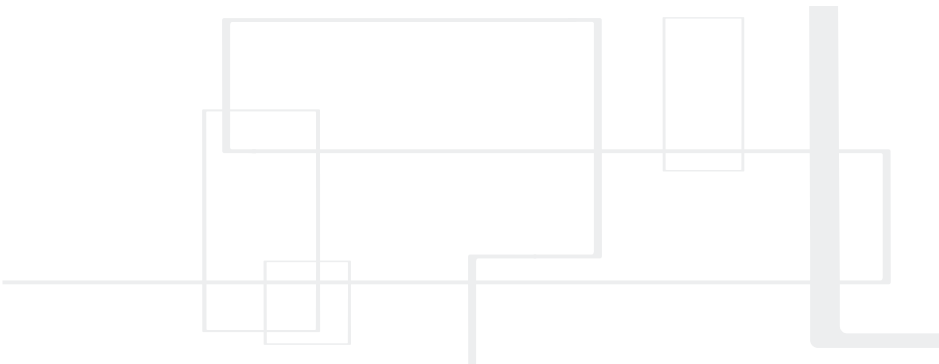
Sør-Amerika lavland

23



MANGE MENINGER OM MUSEENE

RED: MERETHE FRØYLAND, KIRSTEN RØVIG HÅBERG
OG ÅSHILD ANDREA BREKKE



ABM-UTVIKLING
POSTBOKS 8145 DEP
N-0033 OSLO

TELEFON: 23 11 75 00
TELEFAKS: 23 11 75 01

POST@ABM-UTVIKLING.NO
WWW.ABM-UTVIKLING.NO

FORSIDEBILDE:
NATURHISTORISK MUSEUM,
OSLO. FOTO: BJØRN DJUPVIK

ABM-UTVIKLING 2008



INNHOOLD

| | |
|--|-----------|
| Forord | 4 |
| 1. Innledning | 6 |
| 2. Med tærne i tangen og museum som siste reserve? | 10 |
| 3. Lyst på museum | 26 |
| 4. Museer og terapeuter | 36 |
| 5. Langsomt ble landet vårt eget - men kva skjedde sidan? | 44 |
| 6. Utstillingen «på tynnere is» - noe for ungdomsskolen? | 56 |

FORORD

I 2007 hadde norske museum over ti millionar besøkande. Kvifor kjem så mange til musea, og kva opplever dei der? Statistikken seier ingenting om kven som ikkje går på museum. Er dette spesielle grupper? Kvifor kjem dei ikkje?

Dette er sentrale spørsmål i formidlingsarbeidet til musea. Musea er viktige kjelder til oppleving og kunnskap, og skal fungera som gode møteplassar for folk i alle aldrar og samfunnslag, enten dei kjem tilreisande eller bur i lokalmiljøa. Internasjonal forskning syner at det ligg eit stort potensial for musea i å bruka tid og ressursar på systematiske publikumsundersøkingar, slik at dei vert i betre stand til å møta museumsgjestene på ein engasjerande måte – eller

rett og slett til å nå fram til nye, spennande, men hittil ”uoppdaga”, målgrupper.

Våren 2007 gjennomførte studentar ved årsstudiet i museumsformidling ved Høgskolen i Oslo (HiO) ei rekkje kvalitative publikumsundersøkingar ved ulike museum. Denne rapporten er sett saman av eit utval artiklar basert på desse undersøkingane, som var del av eksamensopplegget frå modulen ”Museenes målgrupper”.

Studentane fekk i oppdrag å gjennomføra ei publikumsundersøking med fritt vald målgruppe og museum, der dei skulle bruka kvalitative metodar (intervju, fokusgruppe osv.). Målet var blant anna å utforska moglegheitene som ligg i bruk av denne typen metode, til

skilnad frå ein reint kvantitativ innfallsvinkel (ut frå talfakta og statistikk). Fordi kvalitative data er meir personlege, er det mogleg å skaffa seg djupare innsikt i publikum sine haldningar og tankar om museumsbesøket.

Målgruppene som vert skildra i rapporten, er ganske ulike. Dei inkluderer både organiserte grupper, som skuleklassar, og meir uformelle typar publikum, som tilfeldige museumsgjester. Artiklane syner likevel at det er mogleg å få meir kunnskap om kva ulike grupper tenkjer om eller ønskjer seg av musea, enten dei har mykje eller lite erfaring med å gå på museum.

Artikkelsamlinga er ei oppfølging av rapporten ”Barn og unges meninger om museer” (ABM-skrift #37), og er eit

resultat av samarbeidet mellom Høgskolen i Oslo og ABM-utvikling om Årsstudium i museumsformidling 2006-2008.

Ein stor takk til Kirsten Røvig Håberg og Merethe Frøyland for det gode initiativet til og arbeidet med denne rapporten. Vi ønskjer òg å takka alle bidragsytarar, og vonar at rapporten vil inspirera og engasjera fleire til å freista å skaffa seg meir kunnskap om korleis folk brukar, eller ikkje brukar, musea – slik at dei kan bli reelle og inkluderande møteplassar for flere.

Leikny Haga Indergaard
Direktør

Randi Ertesvåg
Avdelingsdirektør



Naturhistorisk museum, Oslo. Foto: Bjørn Djupvik

INNLEDNING

Denne rapporten inneholder et utvalg artikler som alle beskriver hva ulike målgrupper mener om museene. Rapporten er en oppfølger til ABM-skriftet som kom ut i 2007 med tittelen "Barn og unges meninger om museer". Begge rapportene baserer seg på eksamensoppgaver fra studenter ved studiet i museumsformidling ved Høgskolen i Oslo. Den første rapporten dreide seg hovedsakelig om barns og unges meninger, mens denne rapporten presenterer et bredere perspektiv på museenes reelle og potensielle målgrupper. Eksamensoppgavene ble levert våren 2007 og er bearbeidet til artikler i løpet av våren 2008.

Bakgrunnen for utvalget av artiklene i rapporten

Studentene ble bedt om å gjennomføre en publikumsundersøkelse på et museum og finne ut hva en valgt målgruppe mente om, eller opplevde, på museet. For å finne ut av dette måtte studentene ta i bruk kvalitative metoder, som dybdeintervju eller referansegrupper, noen ganger kombinert med observasjon. Studentene kunne selv velge hvilke målgruppe de ønsket å fokusere

på. De ble også oppfordret til å tenke utradisjonelt når det gjaldt målgrupper, og ikke minst til å fokusere på grupper som i dag ikke besøker museene.

Ikke alle eksamensoppgavene er presentert i denne rapporten. Kriteriene for utvalget har vært flere. Vi ønsket blant annet å vise en bredde i valg av målgrupper – både målgrupper som ofte går på museum, i tillegg til grupper som aldri, eller i liten grad, besøker museene. Noen av artiklene gir også en fin gjennomgang av hvordan gjennomføre en publikumsundersøkelse.

Mål med rapporten

Rapporten har som mål å:

- Inspirere til å bruke publikumsundersøkelser i museumsarbeidet
- Synliggjøre hvor mangfoldige og ulike museenes besøkende er
- Gi noen råd om hvordan gjennomføre samtale med ulike målgrupper
- Gi et innblikk i hva de utvalgte målgruppene mener om museer

Det er flere grunner til at vi mener at det er svært viktig at museer gjennomfører publikumsundersøkelser. For det første gir samtaler med publikum de museumsansatte en bedre forståelse av hvordan museet fungerer, og av hva som kan gjøres for å forbedre og endre det. For det andre vil denne typen undersøkelser kunne gi museet tilgang på nye, ukjente målgrupper, noe som igjen vil kunne føre til en spennende utvikling av museet som møteplass for flere enn de mest garvede museumsgjengerne. Vi mener også at det er viktig at museene i størst mulig grad gjennomfører slike undersøkelser selv, slik at kunnskapen får en solid forankring i museet.

Litt om kvalitativ metode

Kvalitative undersøkelser beskrives som personlige data, hvor holdninger gjerne er synlige. Kvalitativ metodikk egner seg godt for dyptgående spørsmål og gjør det enklere å bli kjent med målgruppen og hvordan den tenker.

Metodene er kjennetegnet ved at man ved hjelp av f.eks. observasjoner, fokusgrupper eller intervjuer går i dybden med et mindre antall informanter eller enkelttilfeller. Målet er forståelse, ikke generalisering, og det er informantenes syn som skal komme fram, ikke forskerens.

Denne typen metoder baserer seg bl.a. på kontekstuell forståelse og helhetstenking, og krever en kritisk bevissthet omkring egen rolle og etiske problemstillinger. Kvalitative enkeltundersøkelser kan utvides, suppleres og kvalitetssikres med f.eks. litteraturstudier, flere/varierte kvalitative undersøkelser eller kvantitative metoder.

Valg av rett metode forutsetter at målet med

undersøkelsen er avklart fra starten. Når målene er klare kan man analysere med henvisning til målene. Det kan være nyttig å bruke mer enn én metode for å få et tydeligere bilde av resultatene i kvalitative undersøkelser (triangulering), noe artikkelforfatterne i denne rapporten har gjort. De brukte ulike kombinasjoner av følgende metoder:

- forundersøkelser
- observasjon/fotfølging ("tracking")
- summative undersøkelser
- strukturerte intervju
- intervju på telefon eller e-post
- spørreskjema

For mer informasjon om og nyttige tips til utforming og gjennomføring av publikumsundersøkelser, se for eksempel følgende litteratur:

Falk, John H. & Lynn D. Dierking (2000): *Learning from Museums. Visitor Experiences and the Making of Meaning*. Alta Mira Press, Maryland, USA.

James, Alison og Merethe Frøyland, (2002). *Hva mener publikum? Publikumsundersøkelser i museer*. Oslo: Norsk museumsutvikling.

Litt om innholdet

I denne rapporten får vi presentert en rekke teoretiske og praktiske utfordringer knyttet til valg av metode og målgruppe. De tematiske vinklingene i artiklene er ulike, men alle artiklene gjør bruk av en eller flere kvalitative metoder for å få tak i nødvendige data. Her følger en kort oversikt over artiklenes tematiske innhold:

...om å gjennomføre publikumsundersøkelse

Heidi Arild fokuserer på hytteeiere og hva som skal til for å få dem til å besøke museet som ligger i nærheten av hyttene. Artikkelen presenterer også gode og nyttige refleksjoner rundt det å gjennomføre publikumsundersøkelser, ikke minst når det gjelder å få ikke-brukerne i tale. Her kan det være flere tips til museer som ligger i nærheten av et hytteområde. Vi anbefaler også å lese gjennom denne artikkelen før man starter en publikumsundersøkelse på sitt eget museum.

...om et BRUDD-tema

Stine Kühle-Hansen skisserer hvordan museene kan bidra med forebyggende arbeid i forhold til seksuelle overgrep. Hun har gjennomført en større spørreundersøkelse blant ungdommer om deres synspunkter rundt seksualopplysning og drøfter hvordan dette kan tolkes og brukes videre av museene. Slik setter hun fokus på det mange vil oppleve som et "vanskelig" tema, et BRUDD-tema, og gir et viktig bidrag til hvilken rolle museene kan spille i dagens samfunn.

...om en BRUDD-målgruppe

Sissel Bjørkan Bukkemoen, Cathrine Dettmer og Elén Iversen er opptatt av museer og kulturformidling som helsegevinst. De drøfter om og hvordan museene kan brukes i terapeutiske sammenhenger overfor mennesker med psykiske lidelser. Artikkelen viser hvor vanskelig denne gruppen er å få i tale, noe som kanskje er et tegn på hvor uvanlig det faktisk er å bruke museer i slike sammenhenger. Vi tok med denne artikkelen fordi vi mener at forfatterne retter oppmerksomheten mot et viktig tema og en viktig målgruppe som kanskje flere museer bør vurdere å samarbeide med.

...om når utstillingen blir gammel

Trude Aas, Hildegunn Bjørgen, Åshild Andrea Brekke og Katrin Grenzer diskuterer en del utfordringer knyttet til eldre utstillinger. Hvor lang levetid har egentlig en utstilling og hvem bestemmer det? Utstillingen artikkelforfatterne tar for seg, var meget påkostet og moderne da den ble laget. Det var formulert klare mål med den og den rettet seg mot bestemte målgrupper. I dag har utstillingen stått mer eller mindre uforandret nesten dobbelt så lenge som opprinnelig planlagt. Artikkelen drøfter utstillingens relevans i dag og hvordan utstillingen blir oppfattet av dagens besøkende og ansatte.

... om museenes rolle i forhold til dagsaktuelle tema

Bjørn E. Skaug drøfter hvordan museene kan være en hjelp for skolene til å fylle tomrommet mellom faglig innhold i lærebøker og siste nytt innenfor dagsaktuelle problemstillinger. Gjennom undersøkelsen viser han oss hvor mange synspunkter museene må ta hensyn til når de skal utvikle utstillinger og undervisningsopplegg; læreplan, elever, lærere og museets egne mål. Artikkelen fokuserer spesielt på utfordringen knyttet til at lærere er museenes inngangsport til elevene. Klarer ikke museene å kommunisere med lærerne, får de heller ikke kontakt med elevene.

God lesning!



MED TÆRNE I TANGEN- OG MUSEUM SOM SISTE RESERVE?

SAMTALER MED HYTTEEIERE I TVEDESTRAND OM BRUK AV LOKALE MUSEER

Mange nordmenn bruker mye tid på hytta, ikke minst på Sørlandet der denne undersøkelsen er gjort. Vi veit egentlig forbausende lite om hva de gjør der bortsett fra å snekre, slappe av og bade. Går de f.eks. på museum? Hvilke museer, i så fall? Og hva synes de om museene?

«Det er når det er dårlig vær at man tenker på alternativer», sier en hytteeier i denne undersøkelsen. Og alternativer (til vanlige «godværsferiesysler»), det kan blant annet være museer, viser det seg. I undersøkelsen får 18 av beboerne i de 1300 fritidsboligene i Tvedestrand komme til orde og fortelle om sitt forhold til museer generelt, og Næs Jernverksmuseum spesielt.

Jeg ville gjennomføre en undersøkelse som kunne bidra til at både Næs Jernverksmuseum som institusjon og jeg som formidler ved museet kunne få en god start på evaluerings- og forbedringsarbeid, etablere en prosess som kunne brukes, og lære oss å lytte og få tilbakemelding.

Jeg bestemte meg for å ta fatt i en gruppe som vi veit lite om, en gruppe som vi tror vi ikke ser så ofte på museet, og en gruppe som jeg samtidig

hadde interesse for og var nysgjerrig på; nemlig hytteeiere.

Hyttefolk, lokale museer og informasjonskanaler

«Hytteeiere i Tvedestrand» er for så vidt en klart definert målgruppe, men den er ganske stor, og trolig lite homogen. Siden dette primært skulle være en kvalitativ og ikke en kvantitativ undersøkelse behøvde jeg ikke bekymre meg om å finne et representativt utvalg, men jeg måtte likevel finne en måte å finne fram til og velge ut informanter på, og jeg måtte avgrense temaet for undersøkelsen.

Interesseområdet var klart, så var det tematikken. Hva kunne det være nyttig for museet å få synspunkter på fra representanter for gruppa «hytteeiere»? Jeg fant ut at vi ved museet først og fremst var opptatt av to ting; målgruppas kjennskap til og bruk av museet vårt (og kanskje andre museer og kulturtilbud i regionen), og deres kanaler til informasjon om det som skjer lokalt. Kanskje kunne vi også gjennom dette få en antydning om hvordan museets omdømme (image) er i denne gruppa?

- Jeg ville altså prøve å finne ut
- om informantene fra denne målgruppa overhodet bruker lokale museer
- om de kjenner til eller bruker jernverksmuseet (og hva de veit og tenker om det)
- noe om deres tanker og erfaringer omkring museer mer generelt
- hvorfor (og når/hvordan) de bruker - evt ikke bruker - museene
- om de bruker andre lokale kulturtilbud (identifisere konkurrenter)
- hvor de evt. henter informasjon om slike tilbud fra

Gjennom dette håpet jeg å få en pekepinn på om det ligger et uutnyttet potensiale (for museene) i denne målgruppa, og hva som i så fall skal til for å nå dem. Om vi seinere supplerer denne undersøkelsen med en breiere kartlegging av hvem som faktisk besøker museet gjennom en sesong, er vi litt nærmere noe av løsningen på denne utfordringen

Jeg ville derfor skaffe meg en del fakta om selve målgruppa for å ha en basis å stå på i samtale med dem. Jeg ønsket også et rammeverk å sette undersøkelsen inn i, dvs at jeg ville kartlegge en del aktuell statistikk og forskning, andre undersøkelser, faglitteratur mm. som kunne komme til nytte i tolkningen av resultatene. En tverrfaglig tilnærming ble valgt for å finne relevante referanser.

Både tema og hensikt framsto derfor på dette tidspunktet som tredelt:

Tematisk ville jeg konsentrere meg om hyttefolk, lokale museer og informasjonskanaler.

Hensikten eller målene med undersøkelsen skulle være

- å etablere et rammeverk av kunnskaper om det tredelte temaet
- å få synspunkter på tematikken fra en del representanter for hytteeierne
- å kunne bruke resultatene i en framtidig vurdering av målgrupper og informasjonskanaler for jernverksmuseet

Jeg hadde bestemt meg for å få synspunkter fra noen representanter for gruppa hytteeiere. Det naturlige metodevalget var da intervju eller samtaler. Disse kunne ikke skje på museet, siden det var utenfor sesongen. Jeg tenkte at det ville være best å gjennomføre samtale ansikt til ansikt hvis det var mulig, alternativt på telefon. En halvstrukturert form ble valgt, og jeg utarbeidet en veiledende intervjuguide. Jeg ønsket også å få kvantitative data fra litt flere informanter for å ha et breiere grunnlag å jobbe videre på seinere.

Hyggelige samtaler

Informantutvalget mitt hadde jeg tenkt å bygge opp på denne måten:

- Skaffe et register over hytteeiere fra kommunen (tilgjengelige data om gruppa)
- Finne hytteeiere som har bostedsadresse i Oslo og omegn, og hytteadresse i «typiske, sjønære hytteområder»
- Velge ut 50 eller 100 av disse, og sende ut spørreskjema m/ følgebrev til alle
- Velge 5-10 intervjuobjekter blant dem som svarer ja til en utdypende samtale

Det var altså verken et representativt eller et strategisk utvalg jeg planla, men en form for «tilgjengelighetsutvalg». Metodisk mente jeg uansett



Foto: Asbjørn Aanonsen, Tvedestrand kommune

at jeg hadde et godt grunnlag for kvalitetssikring, med en kombinasjon av spørreskjemaer, intervjuer, litteraturstudier og samtaler med lokale ressurspersoner (kultursjef, turistsjef, avdelingsingeniør).

I praksis ble det ikke helt som skissert, fordi adressesøk og utsending tok for lang tid. Jeg måtte supplere med hjelp fra venner og kjente som ga meg adresser til hyttenaboer, og i påvente

av et fullstendig register måtte jeg starte med intervjuer basert på disse tipsene og søk i telefonkatalogen. Det ble til fire hyggelige samtaler, to direkte og to på telefon, på dette grunnlaget. Den ene samtalen ble gjennomført med en hel familie sammen, så totalt snakket jeg med 7 personer. Tre av samtalene ble tatt opp på bånd med informan-tenes tillatelse. Jeg fikk til slutt også sendt ut 25 skjemaer, og intervjuet to personer til på telefon

basert på de 11 svarskjemaene som kom inn i tide.

Grunnlagsmaterialet mitt består dermed av 11 besvarte spørreskjemaer (av 25 utsendte) og 6 intervjuer med til sammen 9 informanter. To av intervjuene ble gjort som utdypende samtaler etter innsendte skjemaer. Det er altså 18 personer totalt som har levert data i form av korte skjemasvar og/eller mer utdypende opplysninger i samtaler.

Kystkommunen Tvedestrand

Tvedestrand er en liten kystkommune i Aust-Agder, beliggende mellom Risør og Arendal. Pr. 1/1-07 var det 5822 innbyggere i Tvedestrand, fordelt i ca 2500 boligbygg. Kommunen hadde pr. samme dato over 1300 fritidsboliger (iflg SSB, kommunen selv opererer med over 1500), og ligger dermed på andreplass i Aust-Agder fylke når det gjelder hyttetetthet pr. km². (Det er bare i Lillesand hyttene ligger tettere.) Nabokommunene Arendal og Risør - med henholdsvis 40 000 og 6 800 innbyggere - har omtrent like mange hytter hver.

Hyttene i Tvedestrand er i stor grad kystbaserte, og mange av dem er gamle. Enten tidligere bolighus, eller hytter fra flere tiår tilbake. Dette innebærer også at mange av hyttefamiliene har en eller annen slektstilknytning til området. De passer godt inn i bildet som turistsjefen i Arendal tegner av de «typiske sørlandsturistene»; de har alle sammen vært her før, og alle har sin egen seng (i hytte, campingvogn eller hos familie). Mange hytteeiere i Tvedestrand har båt.

Tvedestrand kommune har tre museer, med Næs Jernverksmuseum som det klart største (konsolidert museum, fem fast ansatte + sommer-

hjelp mm, 8-10.000 besøkende/år). Jernverksmuseet ligger ca 7 km fra Tvedestrand havn og sentrum, ved Storelva på landsida av E18.

Hytter som vellykket familieprosjekt

Nasjonal kultur- og museumsstatistikk sier ingenting om hvorvidt folk bruker museer eller andre kulturtilbud når de er på hytta. Statistikken registrerer om folk bruker museer, og hvem og hvor mange de er, men ikke ved hvilke anledninger. I norsk kulturbarometer 2004 får vi vite at "museer og kulturfestivaler har størst andel besøkende om sommeren" – men utover dette gis det ingen relevante spesifikasjoner (for mitt formål). (Etter at jeg gjorde min undersøkelse har det derimot blitt presentert en såkalt omdømmeundersøkelse for norske museer, bestilt av Norges Museumsforbund. Den viser blant annet at så mange som 72 % av de spurte sjelden eller aldri besøker museer når de er på ferie i Norge, Kaizen, 2007).

Det er gjort en del undersøkelser - hovedsakelig med regionalpolitiske eller økonomiske siktemål - for å kartlegge effekter av hyttebygging i lokalmiljøer. Disse undersøkelsene er nesten uten unntak gjort i grisgrendte innlands- og fjellområder. Ikke uventet viser de blant annet at friluftsliv er en vesentlig begrunnelse for hyttekjøp og hytteopphold i disse områdene. Det er vanskelig å lese seg til hvorvidt dette også kan antas å gjelde i kystsonen, men en titt på mengden fritidsbåter og antall mennesker utendørs i juli gir jo en viss indikasjon på hyttefolks preferanser.

Etnologen Ingun Grimstad Klepp har sett på hytters generelle funksjon som det hun kaller «vellykket familieprosjekt». Hytta fungerer ifølge Klepp som en arena for samvær med familien,

naturopplevelser, avslapning på ei strand - og som et sted der menn kan være menn. Hun påpeker at «arbeid er noe av det som på en vesentlig måte skiller hytteliv fra andre ferieformer» - og gjennom dette arbeidet får familien (og i hovedsak menn) utløp for en del skaper- og aktivitetstrang som ikke nødvendigvis kan tilfredsstilles i hverdagen. (Klepp 1993.) Det er sannsynlig at dette arbeidet - enten det er lystbetont eller ei - fyller en del av tida også for hytteeiere i Tvedestrand.

Mange kommuner og regioner markedsfører ivrig sine «kulturtilbud» eller «kulturopplevelser» bl.a. på nettsted der de henvender seg til hyttefolk. Slike muligheter framheves også gjerne ved salg eller beskrivelse av hytter og hytteområder. Også i kommunalt og fylkeskommunalt plan- og næringsarbeid finner vi disse koblingene mellom hyttefolk og kulturtilbud. «Vi vet at mange hytteeiere er opptatt av lokalt tjenestetilbud, lokal kultur og på mange måter er viktige forsvarere av lokale verdier» kan vi lese på nettsidene til det regionale utviklingsselskapet DBC næringshage i Buskerud. Dette lyder kanskje logisk, men det er svært vanskelig å finne data som underbygger disse «kultur-hypotesene».

Organisasjonen «Reiseliv Indre Østfold» skriver på sine nettsider: «Hytteeiere og campingturister representerer en «ligge-stille-turisme». Denne turismen gir normalt store overrassingseffekter i form av kjøp av varer og tjenester. Tall fra Vestfold viser imidlertid at sesongcampere i liten grad besøker museer og lignende der de ferierer». (Det kan være at det er ulike sosialgrupperinger som eier henholdsvis campingvogner på fast plass i Vestfold og hytter i Tvedestrand, og at hytteeiere dermed er ”mer kulturelle” enn sesongcamperne,

men samtidig skulle man tro at de som bor i hytter har mindre fritid fordi bygge- og vedlikeholdsarbeidet tar tid.)

Dette var noe av bakgrunnskunnskapene jeg hadde med meg da jeg startet på samtalene med hytteeierne og familiene deres.

Hytteeierne forteller

Jeg valgte å ikke legge skjul på min tilknytning til museet i min kontakt med informantene, og dette kan selvsagt ha farget intervjuobjektene uttalelser. Samtidig tror jeg det faktum at jeg bor i området, og jobber på et museum, gjorde at de var positivt innstilt til å snakke med meg. Jeg synes intervjuguiden fungerte greit, men jeg forholdt meg nokså fritt til den, og samtalene ble ganske ulike. Det viste seg også at detaljspørsmålene jeg hadde forberedt om jernverksmuseet i liten grad kom til nytte, fordi få av de jeg snakket med hadde besøkt jernverksmuseet så nylig at de hadde synspunkter på disse detaljene.

I drøfting av resultatene legger jeg hovedvekt på intervjuene og sitater fra informantene, men supplerer med opplysninger fra de skjemaene som kom inn. Jeg reflekterer også over funn og utsagn i forhold til egne hypoteser, generell statistikk og ulike typer faglitteratur. Jeg har sortert materialet etter de samme hovedtemaer som spørreskjemaene og intervjuguiden tok opp; å gå på museum, bruk av lokale museer og andre kulturtilbud, Næs Jernverksmuseum, fritida på hytta, og informasjon.

«Det er fint når det skjer noe»

Jeg spurte alle om når de sist var på museum, og hvilket museum det var, for å kartlegge ”muse-

umsvaner”. I intervjuene spurte jeg også etter beste museumsminne (eller favorittmuseum), og ba dem begrunne det eller fortelle om det. Jeg regnet med at det var lettere å få dem til å si noe konkret om dette, enn å spørre dem mer generelt om hva slags museer eller utstillinger de liker, eller hva som appellerer til dem når de skal velge besøksmål. Det var bare en som svarte benektende på alle spørsmål om museumsbesøk. De øvrige hadde alle sammen besøkt ett eller flere museer i løpet av de siste to årene, mange av dem ganske nylig. De hadde gjort det i utlandet (Amsterdam, Fyn, Sevilla), eller i Oslo-området, hovedsakelig større kulturhistoriske museer (Folkemuseet, Oslo Bymuseum) eller kunstmuseer (Nasjonalgalleriet, F15, Haugar kunstmuseum). Teknisk Museum og museene på Tøyen ble også nevnt, og en nevnte flymuseet i Bodø. Et par stykker bekjente raskt at museer ikke sto øverst på prioriteringslista, f.eks. en som sier «Vi har ikke noe kjempekultur der, altså», eller en annen som sammenlikner seg med sin egen hyttenabo, og sier at «Vi er ikke like kulturelle som xxx».

Deltakerne i undersøkelsen beskriver det positive ved museumsbesøk og ved yndlingsmuseet sitt på mange slags måter, og mye av det de sier berører ulike teoretiske perspektiver på opplevelser og læring. De voksnes tendens til å vurdere museer ut fra hvor bra de er for barna kommer også tydelig fram. Her er noen eksempler:

”Det er fint når det skjer noe. Særlig julemarkedet på Folkemuseet. Jentene er veldig glad i å dra på Folkemuseet - bake lefser og male egg og sånt. (--) Det er viktig at det er bra for ungene, og det bør ikke være så mye sånn action, ikke sånn Kaptein Sabeltann-moro, liksom, mer at det er noe

sånn - steke pannekaker eller, altså, noe som er tilrettelagt for dem.” (mor til to mindreårige barn)

”På Teknisk Museum i Oslo altså der er det en kjeller, der er det masse ting barna kan gjøre.” (jente, 10 år)

”Vi var på Teknisk Museum. Det var kjempeartig det, og så var det noen sånne interaktive greier som barna kunne bale med. Vi var der fordi det var kjempedårlig vær og det var ikke noe annet å finne på.” (far til barn på 8 og 12 år)

Dette samsvarer godt med forskning fra både Danmark og Storbritannia.

En mann på ca 50 år, er rask med å hente fram yndlingsmuseet sitt – og begrunnelsen for det: ”Mitt yndlingsmuseum? Nordiska! Det er så mye historie der, så bredt, og det linker til så mange ting man har hørt eller vet litt om.” For ham handler det blant annet om gjenkjennelse – han finner noe han liker, han har noe kunnskap å bygge videre på. Her er det tydelig at museet har lykkes med å forankre opplevelsen i noe gjenkjennelig, og derved bidratt til å skape mening for betrakteren. Og så kommer han på et museum til, noe som gir ham en positiv opplevelse av sammenheng og mening: ”Og Smithsonian i Washington. Det binder liksom sammen historien, binder sammen samtid og fortid. Veldig flott.”

En kvinne i samme alder, gir en litt mer diffus begrunnelse for sitt valg av favorittmuseum, nemlig Ringve utenfor Trondheim, et sted hun tydeligvis har vært mange ganger: ”Jeg synes det er fint på Ringve, da, bygningsmessig, og... Det er sånn historisk sus over hele stedet.” Samtidig gir dette enkle utsagnet et tydelig signal om at hun setter pris på og trives med gjenkjennelsen, tryggheten og helhetsopplevelsen av hele det historiske mil-



jøet. Her er det kanskje ikke den personlige konteksten som er i fokus, men den fysiske - museet som opplevelsesrom (Mossberg 2007 kap. 6).

I flere av samtalene var vi også innom mer konkrete, praktiske forhold ved museumsmiljøet, som også er en del av helhetsopplevelsen. Er det for eksempel viktig å ha museumsbutikk eller kafé på et museum? Derom strides de lærde, ser det ut til. I den danske Imageundersøgelsen konkluderer man med at "de forhold, der har mindst betydning for, om man kommer på et kulturhistorisk museum er muligheden for at handle i en museumsbutik, og tilstedeværelsen af restaurant eller



Foto: Nees Jerveksmuseum

cafeteria", mens professor i opplevelsesøkonomi Lena Mossberg i sin omtale av opplevelsesrommet skriver at "selvfølgelig er en flott utstilling en attraksjon i seg selv, men det er kanskje museets butikk og restaurant som er avgjørende for at folk velger akkurat det museet. (Mossberg 2007 s. 140).

De jeg snakket med var like splittet i sitt syn på saken. En av dem sa at "det må være kafé der så barna kan springe rundt og jeg kan slappe av." Mens en annen – da hun ble spurt direkte – sa: «Nei, kafeen er ikke viktig, det er eventuelt noe jeg legger merke til der og da.»

Natur, kultur og kjedelige, lange regnværsdager

Bare tre av totalt 18 oppgir at de ikke har besøkt noe lokalt museum de siste to årene (både i samtaler og på skjemaer har de fått eksempler og valgmuligheter). Noen har besøkt ett, andre flere, både i Tvedestrand og Arendal. Det er altså helt åpenbart ikke slik at jeg på bakgrunn av mine få informanter får en bekreftelse på at hyttefolk ikke bruker lokale museer. Det framgår imidlertid ganske tydelig i samtalene at som hytteboer har man et avslappet forhold til tid. Når det gjelder hyttelivet planlegger man for evigheten: "Jo, vi har da vært der - for en to-tre-fem-seks år siden... vi tar nok en tur dit igjen - en gang det passer sånn... trenger en anledning..." osv. Museene blir nok liggende der, og kan besøkes seinere en gang.

Det er antakelig også slik at museumsbesøk står et stykke nede på prioriteringslista, bak f.eks. båtturer, bading, byturer osv. Flere utsagn viser det tydelig: «Vi klarer ikke gå så mye inn, vi, når vi er her nede» sier en, og fortsetter: "Det er når det er dårlig vær at man tenker på alternativer». En annen sier også implisitt noe om prioriteringer og værets betydning når han forteller hvilke museer familien har besøkt: «Vi har jo vært på Aust-Agder-museet, ikke sant, på kjedelige lange regnværsdager».

I intervjuene er det ett lokalt museum som skiller seg ut i spesielt positiv retning. «Vi har vært på skippermuseet på Merdø flere ganger, arrivert med båt der ute, det er veldig hyggelig, synes vi», sa f.eks. en av de jeg snakket med.

Merdø er en gammel losøy utenfor Arendal, og man må i båt for å komme dit. Et skipperhus er innredet til museum (en avdeling av Aust-Agder kulturhistoriske senter), og det er badestrand

og kafé rett ved siden av. Øya framstår på et vis som det ultimate utfluktsmål for feriegjester, en helhetsopplevelse, for man kan både få sjø, natur, mat og kultur på én gang. To av de jeg snakket med beskrev opplevelsen slik:

«Merdø - for der er jo både museet (-) og hele øya, og en kafé. Og så blir det jo en båttur for å komme dit, og man kan gå rundt og se og være ute. Da er det noe mer, liksom.»

"En kjempedag, altså, jeg kunne godt tenke meg å komme tilbake dit.."

Jeg hadde ikke tenkt på at Merdø var et museumsbesøksmål, og hadde derfor ikke tatt det med som alternativ på skjemaene. Det var åpenbart en glipp!

På spørsmål om de bruker andre kulturtilbud i Tvedestrand eller nabokommunene når de er på ferie, er det kun to som sier «nei» (også etter å ha fått ei liste med forslag/eksempler). De øvrige nevner et vidt spekter av steder og aktiviteter, fra bibliotek og bokby, via konserter og utstillinger til lokale festivaler. Bokbyen og Kystkulturuka i Tvedestrand nevnes oftest, og utfluktsmål så langt unna som Kristiansand (Dyreparken) og Tovdal (Hillestad-galleriet) trekkes også inn. Ganske mange av tilbudene utnyttet som del av et bybesøk i Tvedestrand, Arendal eller Risør, eller som del av et mer helhetlig opplevelsestilbud (festivaler, Dyreparken o.l.). Dette kan jeg umiddelbart knytte til i alle fall to sentrale – og til dels motstridende - påstander fra statistikk og markedsteori om museer; nemlig at de som bruker museer også er flittige brukere av andre kulturtilbud, og at museenes konkurrenter ikke bare er andre museer, men mange typer kultur-, aktivitets- og fritidstilbud.

Ellers gir enkelte av deltakerne i undersøkelsen min klar og tydelig ros til både kommunen og spesielle kulturtilbud, som de synes det er imponerende og prisverdig at "lille Tvedestrand" kan få til. Den som målbærer det tydeligst er (tilfeldigvis?) den som er født og oppvokst i en annen landsdel, og som ikke har noen slektstilknytning til området. Hun sier mot slutten av samtalen på eget initiativ "... at det der med kystkulturuka – så syns jeg de har vært veldig flinke til å ha et mangfoldig og fint tilbud. På en sånn liten plass, det er jo virkelig beundringsverdig, det er godt gjort."

Som kontrast til dette er det et par av de andre som klager over manglende bredde i tilbudet, for eksempel en som sier at "det virker som det skjer mye for dem under 12 og dem godt over 50 her, men ikke så mye for vanlige voksne". Den samme personen klager også over at det kan være vanskelig å få tak i billetter til enkelte ting, og at det er vanskelig å finne informasjon. Den som er mest negativ til kommunen og lokalbefolkningen, er interessant nok en som nærmest regner seg som innfødt fordi han har tilbrakt alle sommerferier hos besteforeldrene i det huset som nå er hans egen feriebolig. Han nekter å betegne huset som hytte, han synes sørlendingene er defensive, han beundrer og savner det Tvedestrand som en gang var, men har lite til overs for Tvedestrand slik den faktisk er. Han gir uttrykk for en slags sårhet, over både å høre til og være fremmed på en gang. Samtidig er han en bekreftelse på den påstanden jeg nevnte innledningsvis; at det faktisk er en del hyttefolk som har et sterkt forhold til lokalmiljøet og kulturen der:

"Vi er jo mange som egentlig gjerne vil bakke opp, tror jeg, og sånt no, kunsten er å finne en

kommunikasjonsform, og en samtaleform slik at det på en måte vekkes litt patriotisme for å støtte opp lokalmiljøet. Det gjelder å bruke oss, ikke misbruke oss!"

Museet «in the middle of nowhere»

Hva slags forhold hadde så deltakerne i denne undersøkelsen til Næs Jernverksmuseum?

Både i telefonhenvendelser og i brevet som fulgte med spørreskjemaet framgikk det tydelig at jeg var ansatt ved dette museet. Jeg la samtidig vekt på at undersøkelsen skulle ta for seg lokale kulturtilbud mer generelt, og at dette ikke handlet om å kunne noe, eller tilfredsstille mitt behov for å høre noe positivt om eget museum. Sju av de 11 som returnerte skjemaer hadde vært på Næs Jernverksmuseum de siste to åra (og tre av disse hadde kun vært på Næs, og ingen andre lokale museer, i den perioden). Dette kan kanskje tyde på at de som kjente jernverksmuseet i noe større grad enn de som ikke gjorde det følte at det var ok å delta i undersøkelsen? Av dem jeg intervjuet hadde tre av de voksne informantene vært på Næs, de andre ikke. Ingen uttalte seg negativt om museet eller det de hadde hørt om det, og ingen sa at de ikke var interessert i å dra dit. (Jeg sørget selvsagt for at alle fikk museets brosjyre og arrangementsoversikt og en fribillett for familien.)

Her er et knippe uttalelser om jernverksmuseet:

"Var der for mange år siden - altfor lenge siden. Og så har jeg jo hørt at det har blitt så flott der med golfbanen og sånn. Det gjør det vel mer tilgjengelig?"

"Jada. Jeg har fulgt med. Jeg vet jo det at det er opparbeidet og at det er gjort mye rundt på ver-

ket. Så vi har vært og kjørt rundt der og vist fram og gått tur i parken og sånn. Kjempefint område. Vi spiller ikke golf, altså, men vi har venner som gjør det. (-- Vi stikker nok opp på Næs igjen, for jeg vet jo det er gjort så mye siden sist.”

”Man har hørt at det har skjedd no på jernverket, men vet ikke helt hva, eller når, eller om det skjer noe spesielt akkurat nå, eller...”

”No får vi søster mi på besøk i juni, og da ska vi nok opp der”

”Lissom - et jernverksmuseum - det blir sånn - gamle - vi har vært på Røros, ikke sant, det er et eller annet.”

”Man hører jo om jernverket hvor man enn går her nede - det er jo ikke som om det var et svart hull. Alle snakker jo om det, og at det har vært viktig for historien og sånn.”

”Vi har vært på Nes Verk. Det er jo virkelig beundringsverdig - det er jo «in the middle of nowhere», egentlig.”

”Nes Verk er noe vi tyr fort til, hvertfall sånn utenifra, vi har ikke gått inn hver gang. Det er jo nydelig omkring der, Nes Verk i seg selv er jo utrolig vakkert.”

Det interessante fra min og museets synsvinkel ved disse svarene og utsagnene, er at de i stor grad bekrefter ting vi antok i forvegen, blant annet

- at noen synes museet ligger useentralt (selv om det er bare 2 km fra E18)
- at mange har hørt om oss, snakker pent om oss og har en intensjon om besøk (og kanskje også kjører/rusler i området)
- at det likevel kan gå lang tid før museumsbesøket realiseres (eller gjentas)
- at folk trolig ikke kjenner innholdet eller bredden i tilbudet vårt, altså aktivitetene og helheten

vi kan tilby

- at det kan være vanskelig å formidle hva som er interessant med et jernverksmuseum – terskelen for å bestemme seg for å velge det blir (unødig) høy
- at de som har vært hos oss er positivt innstilt (gode ambassadører) og gjerne vil ta med seg andre dit

Det handler om omdømme, det handler om å skape mening, å beskrive usynlige og til dels ganske verdiladete opplevelser (Burgers 2002 s. 15), og det handler om forventninger. Forskerne er ganske samstemte i at et museums omdømme påvirker folks beslutninger, men de er mindre samstemte når det kommer til behovet for aktivt å bygge et museums ”image”, og hvilke virkemidler og metoder som bør tas i bruk. Skal man dyrke særpreget – eller kanskje fagligheten – eller skal man rett og slett spørre hva folk vil ha – og gi dem det? Museet er ikke en frittstående enhet, men en del av en (eller flere) kontekster, der det står for eller tillegges ulike betydninger.

Alle de jeg snakket med har noen mentale bilder av jernverksmuseet som destinasjon, men de er ikke veldig presise. En av museets utfordringer i kommunikasjonen med hytteeierne som målgruppe blir da å formidle klar og konkret informasjon, slik at de får et tydeligere bilde av hva vi er og hva de kan forvente hos oss. Da tør de kanskje komme, og så får de utvidet og korrigert de mentale bildene de allerede har. Om de får en god opplevelse på museet, og deretter blir foret med ytterligere informasjon, kan de både bli gode ambassadører og komme oftere på besøk. En person sa tydelig hvordan hans mentale bilder

av museene generelt var: «Vi er ikke veldig aktive, nei, det er såpass lite fornyelse (på museene) at det blir ikke så mye...». Han forsøkte med dette å forklare hvorfor museumsbesøkene for hans del ofte endte med å bli engangsbesøk.

Hvis et besøkmåls omdømme er utydelig, og forventningene uklare, tør man i alle fall ikke ta andre med seg på et besøk. Da er sjansen for at det kommer noen i det hele tatt ganske liten, for det å gå på museum er en sosial foreteelse .

En av de jeg snakket med ga klar melding om hva hun foretrekker når hun skal gå på museum: "Jeg gjør alt sammen med noen, jeg, nesten. Noen som har samme interesse, liksom, det gir bedre utbytte, altså. Og jentene mine er også veldig glad i å være med. Museer er populært, de er vant til det, tror jeg."

Jeg har tidligere nevnt betydningen av personlig kontekst og fysisk kontekst i forbindelse med læring, og her gir personen et eksempel på hvor viktig den sosiale konteksten er. Hun er ikke i tvil om at det gir bedre utbytte både for henne, døtrene hennes, og hennes gamle mor som hun gjerne vil ha med på jernverksmuseet. Jeg spør når hun har tenkt seg dit, og da sier hun: "Mest sannsynlig hvis moren min kommer nå til sommer 'n - det står øverst på ønskelista hennes, altså. Helt klassisk. Helt sånn typisk. Må ha en anledning."

Noen trenger altså en anledning eller et lite dytt for å bestemme seg for å dra på museum i ferien:

"Det at du kommer nå og snakker om det, det gjør jo at vi blir nysgjerrige, og så kommer vi!"

"Nå som det er blitt sånt museum, og har fått noe sånn tusenårsutmerkelse eller noe sånt, så

kanskje en regnfull dag til sommer 'n så kanskje vi stikker dit, ikke sant."

Så da har museet en ny image-utfordring; vi har jo park og badeplass og turstier også, som gjør seg best i finvær.

Kulturell tran eller frivillig vitamininnsprøytning?

Jeg har konstatert at mange av informantene faktisk bruker museer, om enn ikke så ofte eller planmessig. Og helst ikke i fint vær. Et par av informantene ga også forklaringer på hvorfor de ikke hadde museer så høyt oppe på lista over aktiviteter: "vi har så mye annet å gjøre", "det hadde vært annerledes om vi lå i telt", "hvis du ikke gjør det hjemme gjør du det hvertfall ikke her" osv. Dette samsvarer også med den nye, norske omdømmeundersøkelsen, der 69 % svarer at "andre attraksjoner er mer interessante når man er på ferie".

Men hva gjør de egentlig, disse hytteeierne, når de er der? Jeg spurte først en innflytter med sju års erfaring fra kommunens VAR-avdeling, og han var overhodet ikke i tvil: «Ka hyttefolkan gjør når de e her? De snekre. Og så ringe de oss (altså kommunen) om saksbehandlingen eller andre kommunale tjenester. Dessverre e ikke alle like fornøyd.»

Da jeg kom i bil til mitt første intervju møtte jeg av de jeg skulle snakke med utenfor sommerhuset, der han var i gang med å snekre på en platting... En annen hadde nettopp skifta vinduer, og klaget over prisene hos lokale leverandører av maling mm. Tre andre nevnte ikke disse aktivitetene med et ord. En av kvinnene jeg snakket med kjente derimot godt til hyttefolkens arbeidsinnsats:

"Mange er vel sånn som meg - de er kanskje 14

dager eller i beste fall 3 uker hvis du får tid, og så holder vi på, da, på tomt og på hus og på vegger og... De fine dagene er vi på skjæra, og så er det tilbake for å jobbe videre. Vi er på Johnsen og kjøper maling og sånn, en må bare holde på, altså!” Og så lo hun høyt og hjertelig.

Hvis det er sånn mange av hytteeierne tilbringer en del av feriedagene, er det kanskje ikke så rart at aktivitet nummer to er total avslapning, tett fulgt av båt og bading:

”Det skjer så mye, hverdagene er så hektiske, det å komme ned hit det er å gjøre ingenting”
”Jentene vil bare møte de menneskene de var sammen med i fjor og i forfjor, vite at alt er sånn som de er vant til.”

”.og ellers så har vi liggi på brygga og bada. Det er bare det å nyte og være i båten og på brygga og nyte dagene...Å kunne ta det slaraffenlivet, det er veldig, veldig deilig.”

”... og er det godt vær – å dra på skjæra”

”Det er jo lett at vi tar med båten, ikke sant, hvis det er kjempefint vær, og drar til Arendal eller Lyngør eller...”

”Folk vil jo i båt, alle vil jo til Lyngør, eller Møkalasset, det er liksom i den trekanten det skjer”

Disse samtalene fikk meg til å reflektere over hvilken (eller hvilke) funksjoner museer fyller for ulike mennesker. For noen er de kanskje en slags «kulturell tran» eller sikringskost som vi synes vi må ha i passe doser i hverdagen? Og som vi derfor kutter ut når vi har ferie? Museer er kanskje også en del av det vi synes vi ”må” innom når vi drar et fremmed sted - fordi vi skal lære noe eller ha noe å fortelle når vi kommer hjem, eller noe vi må ta med oss når vi er der for vi veit ikke når vi kommer tilbake? (Og derfor trenger vi ikke bry oss

med det når vi er på hytta – eller hjemme.) Som kommuneingeniøren sa: «Vi e jo innom «alle» musean når vi fær på ferie i bobilen, men ikke her. Kanskje det e likens med dæm som bor på hytta, at de e fastboandes, liksom?»

Eller er museumsbesøk en avkobling (eller vitamininnsprøyting) i stressa hverdager - noe annet å tenke på - nytt påfyll - som vi derfor ikke trenger når vi er på hytta, fordi hytteoppholdet gir avkobling og vitaminer i seg sjøl?

Når det gjelder hyttefolkene er det kanskje først og fremst de tre s-ene snekring, seiling og sjø som er museenes argeste ”konkurrenter”? I tillegg oppdaget jeg at i alle fall noen av hytteeierne lider av ”vi-kan-jo-Tvedestrand-syndromet”, og derfor i liten grad oppsøker ny informasjon om hva som skjer lokalt.

«Det er mye som går på folkemunne der ute»

Når man studerer artikler og nettsider om hytteutbygging og hyttekommuner i innlandet, får man inntrykk av en litt annen type hyttebruk (og hytteeiere?) enn langs sørlandskysten. Natur og friluftsliv er vesentlig, men det legges også vekt på tilgang til internett/breiband og gode nettsider for hytteområdene og regionen. Innlandshytter brukes i større grad vinterstid, og det er flere av døgnets timer som er disponible til for eksempel å surfe på nettet – eller delta i lokale kultur- og fritidsaktiviteter om man ønsker det.

Jeg valgte å spørre informantene om hvordan de skaffet seg informasjon om det som skjer i Tvedestrand. Ingen av dem jeg intervjuet, og bare to av dem som hadde fylt ut skjema, oppga at de brukte internett som informasjonskanal på hytta. Hjemmefra er det litt flere som har krysset av for



Den gjenoppbygde masovnsbygningen på Næs med vannrenne og vannhjul. Foto: Torkil Ausel, Næs Jernverksmuseum

det, men av dem jeg snakket med var det bare én som nevnte nett-informasjon; han fortalte at kona pleide å gå på nett for å sjekke programmet og bestille billetter til kammermusikkfestivalen i Risør.

”Vi synes vi kan regionen” og ”her drar jeg i min gamle trakt” sa en da jeg spurte om de brukte internett hjemmefra for å orientere seg i tilbudene i Tvedestrand og omegn. (Etterpå viste det

seg at det var mye han og familien ikke visste, om for eksempel jernverksmuseet og andre lokale attraksjoner.) Han antyder samtidig at internett er noe man bruker om man skal på Interrail eller til utlandet eller noe sånt. Selv om forbausende mange oppgir at de (eller andre i familien) leser Tvedestrandsposten enten hjemme eller på hytta eller begge deler (”for det må man jo, liksom, for å holde seg orientert, da”) - så virker de jeg snakket

med lite motivert for aktivt å oppsøke ny kunnskap om tilbud og aktiviteter. Bare én av dem virker oppriktig frustrert over sin egen mangel på oversikt. Han forteller at ”vi oppdager ofte ting etterpå, da, altså etter at de har vært ... går nok glipp av en del” og han ønsker seg ”at det var en enkel måte å orientere seg på, ett felles nettsted eller noe sånt”. Da jeg fortalte ham at det faktisk finnes et slikt nettsted han etterlyser (www.arendal.com), hadde han aldri hørt om det.

En dansk undersøkelse viser at bare 7-8 % av de museumsbesøkende generelt får informasjon om museumsutstillinger via internett. Så på akkurat det feltet virker det som om jeg har fått fatt i et ganske representativt utvalg. Det som kanskje er mer overraskende, er begeistring over et lokalt feriefenomen; sommeraviser. Mange byer og regioner lager egne magasiner eller aviser som både distribueres via lokale aviser, via turistkontorene, og direkte i postkassene til absolutt alle husstander/hytteiere en eller flere ganger i sesongen. Som potensiell annonsør strever museet med å orientere seg og prioritere blant de ulike sommeravis- og brosjyreproduksjonene, men i denne undersøkelsen fikk vi i alle fall klare indikasjoner på at sommeraviser – de blir lest:

”De sommerbilagene, de er bra!”

”Åja, de tar vi alltid vare på, det syns jeg har vært veldig nyttig, altså”

”Disse herre sommerbladene som ligger rundt og slenger er veldig hyggelig lesestoff når man lik som bare kuler ´n helt. Man kan bli frista til å være med på ting.”

Også plakater på lokale oppslagstavler i hytteområdene blir studert med interesse, og til en viss grad flyers i postkassa. Og så snakker man

– med hyttenaboer og fastboende – og utveksler nyheter og sladder og småprat. ”Det er mye som går på folkemunne der ute”, forteller en, og mener på Borøya. For noen handler det om å kjenne de riktige menneskene – på dette feltet som ellers i samfunnet: ”Jeg kjenner jo folk som er veldig oppdatert, så da er det lettere å bruke dem”.

Det ser altså ut til at de fleste av de jeg har vært i kontakt med prioriterer å bla litt i lokalavisa for å ”følge med”, og så er det de uformelle – og i markedssammenheng gratis- eller lavkost-kanalene – med prating, plakater og flygeblader som faktisk blir satt mest pris på. De mer formelle kanalene; internett, radio/TV, turistkontor osv. brukes mindre. Dette er helt parallelt til hva man kan lese seg til om omfanget og verdien av positiv omtale og munn-til-munn-metoden i markedsføring. Den er vanskelig å styre, men bidrar til et godt omdømme og høy troverdighet.

Utfordringer og muligheter

Til tross for at kvalitative metoder ikke bør friste til generaliseringer eller lettvinde konklusjoner, skal jeg forsøke å sammenfatte noen resultater. Hva har jeg egentlig funnet ut? Bekreftes noen av antakelsene eller hypotesene? Er det noen tydelige tendenser? Kan dette brukes til noe? Hvilke utfordringer og muligheter synliggjøres?

Undersøkelsen har gitt en god start på museets evaluerings- og forbedringsarbeid, jeg har etablert en prosess og noen metoder museet kan bruke seinere, og jeg har øvd meg på å lytte og få tilbakemelding. Det tredelte målet mener jeg også at jeg har oppnådd: For det første har jeg opplevd det som vesentlig og viktig med en kontekstuell og tverrfaglig tilnærming. Det bakgrunnstoffet

og rammeverket av statistikk og faglitteratur jeg har samlet og gjennomgått, har gitt både meg og museet ny kunnskap. For det andre har jeg fått mange interessante synspunkter fra representanter for målgruppa, hvorav noen er presentert i denne artikkelen. Og for det tredje mener jeg at resultatene kan brukes i museets videre arbeid med målgrupper og informasjonskanaler.

Her følger noen hovedpunkter, og en antydning om hva funnene kan brukes til:

1) Oppfølgende undersøkelser blant lokalbefolkningen: Hytteeiere (i alle fall mine samtalepartnere i Tvedestrand) bruker faktisk museer. Man kan supplere funnene med å gjøre tellinger/undersøkelser på museet gjennom en sesong for å finne ut hvem som faktisk er fastboende, hyttefolk, turister på gjennomreise osv for å tilpasse tilbudene bedre til målgruppene.

2) Bedre og mer aktiv bruk av formelle og uformelle informasjonskanaler: Det ligger uten tvil et uutnyttet besøks-potensiale blant hytteeierne, i denne gruppa finnes det åpenbart mange velutdanna kulturkonsumenter, som ganske sikkert kan tenke seg å besøke museet (igjen) hvis de informeres på den rette måten og i de rette kanalene. Noen av dem kan også være viktige støttespillere i ulike sammenhenger. Undersøkelsen har gitt noen tips om hvordan noen fra denne målgruppa tenker, og hva slags informasjonskanaler man kan nå dem gjennom.

Uformelle, lavkost-informasjonskanaler ser ut til å være vel så viktige som formelle. Det ser også ut til at mange leser lokalavisa. Skal man dømme etter disse samtalene bør museet

i alle fall satse på å være synlig i sommeraviser og på plakater hvis denne målgruppa overhodet skal oppdage/huske oss. Internett og brosjyrer når i mindre grad fram.

3) Samordning av lokale tilbud: Informantene bruker i stor grad også andre kulturtilbud. Men er disse tilbudene museets konkurrenter? Eller er det først og fremst hytta, sjøen, været, slaffenlivet/håndverkerlivet som konkurrerer om tida til sommergjestene? Det er uansett en utfordring å samordne tilbudene lokalt og regionalt, og forsøke å oppnå synergieffekter framfor konkurransesituasjoner. For jernverksmuseets del handler det også om å dyrke vår faglighet i full bredde (og fortelle om det på en god måte) så museet appellerer til flest mulig – også i fint vær...

4) Informasjonsutveksling med andre aktører: Museet har også fått en del kunnskap om målgruppa, både i generell og spesiell forstand. På mange måter kan det være riktig å si at disse hytteeierne er en "glemt" eller underkjent gruppe i kommunen. Dette er synspunkter som det kan være viktig å dele med andre aktører i regionen, i likhet med noen av de andre resultatene som har kommet fram her.

Som en siste konklusjon vil jeg si at en kontekstuell tilnærming til forståelsen av museets roller er vesentlig. Vi må forholde oss til at ethvert museum oppfattes ulikt og fyller ulike forestillinger og funksjoner for ulike grupper av mennesker. Museet kan forstås som en kontaktsone og et opplevelsesrom, der et variert innhold kan

gi ulike mennesker gode opplevelser. Hvis vi bare klarer å nå fram med et forstålig "image" slik at museet kommer høyere opp på prioriteringslista over ferieaktiviteter.

Referanseliste

Burgers, M. (2002): Markedsføring af museer - og andre attraksjoner. Dymphenha Exhibit Advice/ Arbejdermuseum, Danmark

Hawthorne, E. (ed): Ask the audience - evaluating resources & activities with visitors to museums. West Midlands Regional Museums Council. Uten årstall

Hooper-Greenhill, E. (1994): Museums and their visitors. Routledge, London/New York

Klepp, I. G. (1993): «Hytta som leilighetens mannlige annek» i Den mangfoldige fritiden red. av A. Klepp og L. E. Thorsen. Ad Notam Gyldendal AS

Mossberg, L. (2007): Å skape opplevelser. Fra OK til WoW. Fagbokforlaget

Thagård, T. (2000): Forelesninger i kvalitative metoder til Sosiologi hovedfag, UiO. Lokalisert på <http://www.giaever.com/sosiologi/KM.htm> i august 2008

Søndag Aften (07/2000): Vi ka'li´ museer og Har museerne et problem? Om Imageundersøkelsen 2000. Lokalisert på <http://www.cultur.com/2000/0705.html> og [0704.html](http://www.cultur.com/2000/0704.html) i august 2008

Undersøkelse utført av Kaizen AS for Norges Museumsforbund (2007): Norske museums omdømme og attraktivitet - nordmenns oppfatning av museum som attraksjoner i feriesammenheng. Lokalisert på <http://www.museumsforbundet.no/pdf/Omd%C3%B8mmeunders%C3%B8kelsen.pdf> i august 2008

Kulturstatistikk og Norsk kulturbarometer finnes til enhver tid i oppdatert versjon på http://www.ssb.no/emner/07/sa_kultur/

LYST PÅ MUSEUM

EN KVALITATIV UNDERSØKELSE OM SEKSUALUNDERVISNING PÅ MUSEUM

Økt omfang av seksuell trakassering og overgrep blant ungdom begått av ungdom har skapt bekymring blant forskere. I ungdomstiden legges de første seksuelle erfaringene og ungdommene får det meste av sin seksualkunnskap via uformelle kilder som nettporno, jevnaldrende og ukepressen.

I dag ligger ansvaret for seksualopplysning hos foreldre, skolen og helsestasjonene. Seksualundervisningen i norsk skole har imidlertid blitt gjenstand for krass kritikk fordi den ikke er oppdatert ift. sexologisk forskning og den virkeligheten ungdommene møter og vokser opp i.

Kan seksualundervisning foregå på alternative måter, med andre fagfolk og på andre arenaer - f.eks. ved et museum?

Høye krav til profesjonalitet

Hovedhensikten med spørreundersøkelsen var å få innblikk i hvilke reaksjoner, tanker, og holdninger ungdommer har til museum som læringsarena for seksualundervisning - ville de ha besøkt et museum som tok opp seksualiteter som tema

og hvilke krav og ønsker har ungdom til formidling der?

Sekundært skulle målgruppeundersøkelsen prøve å avdekke hva ungdommene anså som seriøse og ikke seriøse steder og kilder for seksualopplysning.

Spørreundersøkelsen ble gjennomført våren 2007 blant 39 ungdommer mellom 17 - 19 år i Oslo. Den gav klart svar på at skolen verken oppleves som rett sted eller kompetent nok til å ha aleneansvaret for dette. Undersøkelsen viste også at ungdom søker mange kilder for å få mer kompetanse om seksualitet, men de er alene om å orientere seg blant alle aktørene i samfunnet. De fleste klarer å skille mellom seriøse og useriøse kilder. Det kom frem at flertallet av ungdommene stiller høye krav til profesjonalitet når noen skal snakke med dem om seksualitet, og det kom da frem at lærere var de siste de ønsket å få undervisning fra eller ha dialog med om seksualitet.

Undersøkelsen viste videre at målgruppen var positiv til å la et museum drive med seksualundervisning. Dette forutsatte imidlertid at museet

fremstod seriøst, fordomsfritt og kunnskapsrikt. Det kom også frem at ungdommene ville ha samtaler og guiding av fagfolk som sexologer, leger og psykologer.

Besvarelsene avdekket også at ungdom mener museets estetikk, interiør og eksteriør er elementer som avgjør om det er seriøst eller ikke. Deres tilbakemeldinger var at det skulle være moderne, delikat og lyst. Flertallet av ungdommene definerte sitt drømmemuseum inn i en kultur og vitenskapstradisjon, og ikke inn i en mer pornografisk sjanger.

Ungdom og seksualvaner

17, 9 % av norske 19 år gamle jenter har opplevd minst ett tilfelle av samleie mot sin vilje. Dette viser en undersøkelse fra 2007 foretatt av NOVA blant 4900 ungdommer i alderen mellom 17 og 19 år. 7 % av guttene oppga at de var blitt utsatt for alvorlige seksuelle krenkelser. I begge kategorier var de fleste overgrepene begått av jevnaldrene. Ungdomstiden er m.a.o. en meget viktig tid for å prioritere seksualundervisning slik at man kan forebygge overgrep. Jo mer seksualkunnskap man har jo lettere er det å ta reflekterte gode valg og skille seriøse aktører fra de useriøse.

Det er gjennomført flere undersøkelser i Norge de siste årene som har satt søkelys på seksualitet og ungdom. Det er tunge aktører som står bak undersøkelsene, som Nordisk Ministerråd i 2004: «Unge, kjønn og pornografi i Norden med fokus på 14-18 åriges forhold til pornografi», NOVA i 2005: «Ung i Norge», Professor Pedersen i 2005: «Nye Seksualiteter», Grande i 2005: Sex og sann og Nasjonalt folkehelseinstitutt ved Professor Træen i 2003: «Seksualvaneundersøkelsene».

Disse undersøkelsene har hatt hovedfokus på ungdoms seksualvaner og forbruk av porno på Internett. Media har i denne anledning satt søkelys på om skolens seksualundervisning holder mål og invitert fagfolk til å uttale seg om seksualundervisning. Skolen har fått mye kritikk.

Redd Barnas undersøkelse konkluderer med at skolens seksualundervisning er mangelfull og tilfeldig. Backe-Hansen fra NOVA understreker hvor sårbar ungdomstiden er, og forskere med Professor Willy Pedersen i spissen etterlyser mer satsing på seksualkunnskap i forhold til ungdom. Han mener at skolen, foreldre og alle typer ungdomsorganisasjoner bør snakke mer om ungdommers forhold til sex og hvor grensene går for seksuell trakassering og overgrep.

Det er imidlertid lite diskutert hva skolen er god på, og hva de faktisk bør ha ansvar for i seksualundervisningen og hva de ikke bør bli pålagt. Spørsmål jeg har stilt meg er om ikke deler av seksualundervisningen kan gjøres bedre av andre fagfolk, og om den kan gjøres på andre arenaer for å bidra til å snu den triste overgrepstatistikken.

Etiske utfordringer

Før utforming av undersøkelsen var jeg klar over at et så krevende tema som seksualitet kunne føre med seg noen etiske utfordringer i forhold til gjennomføring av spørreundersøkelsen. For det ligger mange myter, tabuer og fordommer knyttet til seksualitet. Siden det også ofte er en del sjenanse, usikkerhet og sårbarhet forbundet med temaet antok jeg derfor at det kunne være en fordel at spørsmålene og svarene gikk via et anonymt individuelt spørsmålshefte. Skriftlig intervju med full anonymisering viste seg å bli en suksess. Ung-

dommenes respons totalt sett var formidabel.

Hva svarte ungdommene?

Ungdommene skrev mye om sine vaner, ønsker og holdninger i forhold til steder som drev opplysning om seksualitet. De bar preg, ikke helt uventet, av å være i en fase i livet der seksualitet betydde mye for dem. Svarene kan antyde at begge kjønn bruker mye tid på temaer om sex uansett om det er underholdning eller opplysning.

Ord, assosiasjoner og mulige misforståelser

Ungdommenes assosiasjoner til ord som sex, seksualitet, erotikk, viste at for dem så var ordet erotisk og erotikk det mest lidenskapelige. Når vi voksne bruker ordet erotisk og erotikk i stedet for sex i den tro at det er mindre «dampende», bør vi lyttet til ungdommenes svar nedenfor på hva de assosierer ordet erotikk med:

Karma Sutra, - opphisselse, - hvordan man SKAL gjøre det, - om det som kommer før sex, - svært seksuelle ting, - mer lidenskap, ikke bare sex - mer følelse - lov å prøve med en av samme kjønn

Ordet sex blir av målgruppen ofte brukt synonymt med å ha samleie. Dette er nok en av grunnene til at det skjer misforståelser. For noen betyr Ja til sex, Ja til samleie. Mens for andre betyr det kanskje bare klining. Med andre ord ulik oppfatelse av ord, kan gi seg utslag i uklare grenser.

I mine øyne vitner svarene deres om en moden aldersgruppe som kan motta mer kunnskap om følelser og nytelse, men de trenger økt kompetanse i å kommunisere sine følelser, ønsker og behov. Slik kan jenter og gutter kanskje bedre ta

vare på sin egen seksualitet og utvikle respekt og empati for andres.

Undersøkelser fra Nederland (Olav André Manum, 2001) viser nettopp at det at ungdom får tidligere og mer seksualundervisning (allerede fra 5 års alderen) virker positivt på ungdoms forhold til seksuell praksis. For eksempel har tiltaket i Nederland faktisk ikke senket den seksuelle samleiedebut - alder, men hevet den! Dette avliver myten om at ungdom vil debutere tidligere hvis de får seksualundervisning tidlig.

Kilder til kunnskap

På spørsmål om hvor ungdommene henter kunnskap om seksualitet fra, oppgir de både uformelle (ungdomsblader, TV serier, venner) og formelle kilder (skole, helsestasjon, lege). Jentene hadde mest erfaring fra de formelle kildene med å bruke helsestasjoner, leger, venner og kjærester. Guttenes eneste formelle kilder var stort sett timer i regi av skolen og naturfagboka, ellers var deres hovedkilde om seksualitet porno på nettet.

Aller mest erfaring hadde ungdommene med nettsider. Her kunne de være anonyme og spørre om hva ville, sa de. Undersøkelsen viste at guttene sitter alene foran seksualopplyningskilder, men ser porno i felleskap. Jenter derimot kan innta seksualopplysning i felleskap, men ser på porno alene. Dette er i samsvar med hva andre undersøkelser viser, bl.a. Nordisk ministerråd, 2004: Unge, kjønn og pornografi i Norden med fokus på 14-18 åriges forhold til pornografi.

Flertallet av ungdommene krysset av nettporno og pornoblader som useriøse. Til sammenligning gav flertallet av ungdommene flest kryss for seriøsitet til: leger, helsestasjon, Zoologisk museum,

Medisinernes Seksualopplysning (MSO) og Klinikk for Seksuell Opplysning (KSO).

Det å ta skrittet ut i det offentlige rom for å besøke helsestasjoner, leger eller ungdomssentre hadde de fleste gutter ikke gjort på egen hånd. Det er i regi av skolen at de hadde besøkt ungdomsrettede helsestasjoner.

Lyst, ulyst og kjønnsykdommer

Det kom tydelig frem i undersøkelsen at i tillegg til å ville lære mer om relasjoner, følelser og kommunikasjon var ungdommene opptatt av kjønnsykdommer og prevensjonsmidler. Det er usikkert om dette er et resultat av undervisning med fokus på det kliniske, eller om det bunner i at ungdom faktisk tar slike ting som smitte og uønsket svangerskap på alvor. Jeg tror det siste. Det er ikke et enten eller men et både og. Majoriteten ønsket å lære om alt.

De fleste ønsket mer tid til å samtale og reflektere over begrep som lyst og ulyst. Mer enn 50% av de spurte ungdommene oppga disse motivene som særlig viktig temaer for å oppsøke kunnskap om seksualitet - nysgjerrighet, - å være trygge i forhold til kropp og sex, - for å unngå å bli gravid, - når jeg sliter med noe seksuelt, - orgasme.

Dette viser at ungdommene ikke bare vil lære om det biologiske, men også ønsker rådgiving i forhold til de sexologiske aspekter ved seksualitet. Dette finner vi også i andre undersøkelser f.eks blant svensk ungdom. De sier at kunnskap om relasjoner lærer de ikke i skolen eller av nettpornoen (Professor Sven-Axel Månsson, 2006).

Kunst som bærer av tema seksualitet

Kunst tilhører vår kulturarv og gjenspeiler ulike

syn på seksualitet. Kunst kan derfor være egnet som refleksjonsobjekter i seksualundervisning. Derfor spurte jeg i hvor stor grad målgruppen min anså at kunst kunne være budbringer for seksuelle følelser og holdninger?

På dette svarte ungdommene blant annet:

- bra, kan få ungdom interessert i kunst, - fint om det kom ny kunst med et skeptisk "strøk" med penselen, - må i tilfelle ikke forveksles med pornografi, - kunst skal ikke brukes som erotikk, - det kan være for nært innpå.

16 av ungdommene antok at kunst kunne fungere positivt for unge, 7 visst ikke og 10 var negative. Noen av de negative svarene lød slik:

- tror ikke kunst kan være en effektiv kilde til seksualopplysning, - kanskje det vil utløse for mange hormoner, - det er subtilt og vanskelig å tolke, - det er et individuelt modningsspørsmål, - kan variere fra person til person.

Mange av svarene gir inntrykk av at ungdom er kjent med kunst og klar over problematikken: hvor går grensen mellom erotisk kunst, porno og opplysningsbilde?

Ulike kunstuttrykk har tradisjon på å formidle begjær, sanselighet, sjalusi, grenseoverskridelser og kjærlighet, både gjennom bilder, musikk og ord. Oppsummert kan man si at de fleste ungdommene hadde oppfattet at kunsten kunne være budbringer for slike følelser. De gav uttrykk for at det gikk an å få en viss innsikt i seksualitet via et slikt subtilt språk. Svarene deres her viser kanskje at de er mer åpne for ulike språk og innfallsvinkler til seksualitet, enn bare eksplisitt sex via porno og kliniske plakater av organer. Den norske kunsthistoriker Holger Koefoed har fremhevet - ... at kunst kan forhindre oss i å bli "forstenet". Kunst

kan synliggjøre det sanselige, følelser og ikke minst synliggjøre visjoner på tvers av gjeldene moralnormer og pornografiens presentasjoner. Spekulativ porno og underholdningsindustrien må ikke ha monopol på presentasjon av kropp og seksualitet." (Koefoed, 1982).

Jeg mener et sexologisk museum kan ta denne utfordringen, å nettopp være en motvekt til porno og underholdningsindustrien. Fagdidaktiske virkemidler i en seksualundervisning kan være bruk av kunst og vitenskap for å tilføre faglig kvalitet.

"henda på ryggen, ikke rør!" - seksualitet som tema inn på museum

Ungdommene assosierte museum som nedstøvete, kjedelige og med fokus på fortiden. På spørsmål - hva er det første du tenker på når du hører ordet museum?

- gamle gjenstander, - støvete, - ofte kjedelig, - henda på ryggen ikke rør,
- naturvitenskap, - mange tørre fakta, - skjelett, - mye venting på foreldre, - ting som skjedde for lenge siden

Noen assosierte også slik:

- ofte veldig lærerikt, - alt bortsett fra seksualitet, - trapper og korridorer, - ting som skjedde for lenge siden, - glassmontre, - forsiktighet, - forhistorie, - kunnskap, - stillhet, - ro og konsentrasjon, - gamle gjenstander

Svarene tyder på at ungdommene oppfatter museer som konserverende og et sted der gamle ting blir utstilt. Få av ungdommene så for seg et moderne dynamisk museum med aktuelle temaer og oppdatert kunnskap.

Når målgruppen skulle forholde seg til tema seksualitet i forhold til et tenkt museum ble noen

av svarene slik:

- det får nok flere til å gå på museum, - passer godt, men uten guide kan det fort tolkes feil, - museum forbindes med vitenskap, - veldig godt, - det er noe av det viktigste i menneske og dyreriket, - likte det museet på Tøyen veldig godt (Utstillingen om homofili i dyreriket), - det har da ikke godt ut på dato, - godt, men museum er vel til for å vise eldre ting? - dårlig, det er jo ikke antikt, - rimelig bra, museum er til for å opplyse, - jeg synes kunstneriske ting med utgangspunkt i omdiskuterte ting kan fungere godt, - bra, det normaliserer forskjellige typer sex, - det blir fort diskusjoner hvorvidt det blir porno eller om noe har kunstnerisk verdi.

Noen av svarene viser samtidig at ungdommene forbinder seriøsitet med museum.

- det blir noe litt mer seriøst over det, - museum forbindes med vitenskap, - jeg mener .. hvor ikke ?, - det får nok flere til å gå på museum, - dødsbra, - det er radikalt, - kommer an på hvordan det gjøres, - rimelig bra, museer er til for å opplyse, - godt, men museum er vel for å vise eldre ting ? - tror det kommer flere yngre enn eldre, men det kommer an på vinklingen.

Dette indikerer at terskelen for denne målgruppen blir betraktelig lavere når seksualitet presenteres innenfor museets tradisjoner. Det kan se ut som at det konservative ivaretar et tema som ungdom ellers møter noe anmasende fra andre mer uformelle og kommersielle aktører.

"Folk der skal ikke belære!" - ønsker og krav til museet

På spørsmål om hva et museum må gjøre for at målgruppen skal føle seg velkommen, svarer

de at de vil bli sett, vil ha en dialog med fagfolk. De stiller krav til at dette skjer på en fordomsfri og profesjonell måte og at formidlingen ikke er moraliserende:

- hyggelig folk, - ikke være for liberal i fremtoningen, - intellektuelle folk, - universitetsnivå, - flere med medisinsk utdanning, - blanding av eldre og yngre, - folk der skal ikke belære, besøkende skal få være med, - humor, - rene lokaler, - unge medarbeidere som er flinke til å prate med folk, - anonymitet, - snakke om naturlige ting innen følelser og lyst og som man kan kjenne igjen, - personlig kontakt

Seksualundervisning i skolens regi har så langt skjedd på jentenes premisser. Dette kommer også tilsyne i undersøkelsen hvor det kan virke som at guttene føler seg tilsidesatt. Kanskje fordi temaer i seksualundervisningen ofte er knyttet til jenters biologi; menstruasjon, svangerskap, prevensjon.

Noen av guttenes svar var sågar at:

- tvang-send gutter. De vil ha godt av det, men tør ikke gå ditt selv, - begge kjønn må med, - markedsføring av tilbud for gutter, - treffe meg, gjør at jeg ikke føler meg alene

Svarene kan tyde på at skolen trenger hjelp fra eksterne fagfolk når seksualundervisning skal planlegges og gjennomføres.

Trygge og innbydende omgivelser

På spørsmål om hvordan museet med seksualundervisning skulle fremstå i forhold til service, image og temaer, svarer ungdommene slik:

I forhold til service

- er hyggelige og nøytrale, - at man kan prate utforstyrret, - at de kan mye og har erfaring, - ikke vær for liberale, - stå for at seksualitet er natur-

- lig, - åpenhet, - bilder, - kvinner og menn som arbeider der skal være varme og glade mennesker, - humor uten å bli latterlig/tullete, - behandle ungdom med respekt og ikke som den "kåte-ungdom" kategorien

Det betyr mye for ungdom at stedet besitter kompetanse i kraft av erfarne fagfolk innen sexologi som kan føre samtaler uten "tull", fordommer eller stigmatisering. I tillegg er det tydelig at ungdommene ønsker en fortrolig samtale.

I forhold til image

- moderne, rene lyse lokaler, - høy faglig kompetanse, - respekt for individuell frihet – frihet til å feile, - ingenting skal være feil og ikke for mye moralisering, - at senteret tenker stort, både prevensjon, sykdom, lyst, - beroligende farger, - rolig og avslappende stemning, - seriøs og fordomsfri belysning.

Trygge omgivelser var også sentralt. Litt uventet var det at ungdommene i så stor grad vektla bygningstekniske ting, lyse og fine bygninger. Det er altså av betydning at omgivelsene ikke bare er trygge, men også innbydende. Viktig er det å legge merke til at mange nevner beroligende og ikke «opphissende» farger/lyssetting. Det tyder på at de går ikke til drømmestedet sitt for å bli kåte, men for å få kunnskap.

Noen satte likhetstegn mellom å ikke drive reklame og å være seriøs. Det tolker jeg dit hen at ungdom er klar over at "sex - bransjen" selger seg aggressivt bl.a. i form av et overforenklet innhold og mye reklame blant annet på internett.

I forhold til temaer

- åpent, mer om følelser ikke bare klinisk, - alt, det tjener ikke noen å ikke vite, for da blir man nødt til å prøve seg frem, - konsekvenser av over-

grep og utnyttelse, - tvangsekteskap og omskjæring, homoseksualitet – ta opp tabuer for å bryte de med ord og gode holdninger, - Følelser rundt et Nei, - Likestilling ift. sex, - Lover, tilbud, sykdom, - Lyst og tiltrekning

Gitt alle forutsetningene som ble fremført, ville om lag 2/3 deler av respondentene besøkt et museum med seksualitet som tema. Ser man på de 31 % av respondentene som svart Nei, ville de ha svart Ja og besøkt museet dersom de visste hvor det lå og hva det inneholdt. Dette sier ikke at ungdommene bare er negative, men snarere at de gir uttrykk for en sunn skepsis. De har jo ofte fått presentert seksualitet i en meget negativ kontekst, bl.a. i media og på Internett.

Overraskende positive

Forut for denne undersøkelsen hadde jeg gjort meg noen tanker om at denne målgruppen ikke ville være positive til et museum som hadde seksualitet som tema. Det var to hovedgrunner til dette:

- Den ene grunnen var tidligere generelle undersøkelser som fortalte at ungdom ofte uttrykker at de kjeder seg på museum.
- Den andre var undersøkelsene som viste hvor ofte og mye ungdom brukte Internett som "opplysningskilde" og tidsfordriv.

Jeg ble derfor overrasket over resultatene. Det kan ut ifra undersøkelsen faktisk se ut som at denne målgruppen har et reelt ønske og behov for å lære om seksualitet på nye arenaer.

Deres forventninger og krav til seriøsitet er store. Det å bli tatt på alvor er i de unges øyne synonymt med at de voksne tør ta opp alle temaer

innen seksualitet og å snakke med dem på en profesjonell måte. Slik jeg ser det er dette et sunnhetstegn; de unge er mer klar over de useriøse aktørene enn vi voksne kanskje tror. Derfor søker de mot faglig kvalitet.

Svarene fra undersøkelsen sier mye om målgruppens refleksjoner rundt seksualundervisning og konteksten til den. Det virker som om aldersgruppen er oppmerksom på at det er lite som skal til for at noe kan virke snuskete og useriøst.

«Museenes viktigste oppgave i et informasjonssamfunn, er å gjøre folk i stand til å være kritiske til informasjon», sier Merethe Frøyland, (Forskerforum 10/2002). Det virker som om ungdom gjerne vil diskutere mye og kritisere måter seksualitet presenteres i samfunnet. Med tanke på hva de har og forholde seg til - pornoen, overgrep og sex-trakassering - så trenger de flere kunnskapsarenaer.

Et moderne museum med sexologer og en tverrfaglig ressursgruppe kunne være et egnet sted. Seksualitet handler om mye mer enn bare penetrasjon. Det handler om lyst og ulyst, og som Professor Willy Pedersen har uttalt det, «det trengs mer forskning på hvorfor gutter ikke tar et Nei for et Nei». (Puls, NRK 28.08.06)

Lover og regler

Mye har skjedd i Norge innen lovverket som liberaliserer avbilding av nakenhet.

Etter at høyesterett besluttet å fjerne sladden på hhv. pornoblader og pornofilmer i 2005/2006, har pornobransjen fått flere aktører og markedet flere kjøpere. Et virkemiddel pornosjangeren ofte benytter for å gi intensitet til bildene/filmene er iscenesettelse av overgrep. En scene kan f.eks

starte med voldtekt og enda med at kvinnen sier Ja, det er dette jeg vil ha. I følge norsk lov er all sex som ikke er samtykkende et overgrep. Hvis personen er sovende, ruset eller motvillig og blir tvunget til noe seksuelt er dette å regne som et overgrep.

Det har derimot ikke kommet noe skolepolitisk eller kulturpolitisk forslag som lovfester at barn og unge skal ha en egne timer til seksualundervisning. Det har heller ikke blitt satt av ressurser for å gi lærere eller lærerstudenter økt kunnskap i sexologi.

Hadde lovverket satset mer på seksualundervisning i skole- og museumssektoren er jeg overbevist om at ungdom ville fått mer kunnskap og trygghet på egen seksualitet i forhold til identitet, selvfølelse, grenser og kommunikasjon.

Seksuelle rettigheter

I 1975 definerte verdens helseorganisasjon (WHO) seksuell helse som:

«Integreringen av somatiske, intellektuelle og sosiale aspekter av seksuell væren på måter som er positivt berikende og som utvikler personlighet, kommunikasjon og kjærlighet»

Museer har etter museumsreformen i 2003 skapt en ny trend; å sette menneskerettigheter på dagsorden - stille ut holdninger og ikke bare ting. Seksualitet er en slik rettighet. Utdanning og holdningsendring er vel og merke avgjørende for at menneskerettigheter skal kunne bli realisert.

Seksualitet betyr mye for de fleste mennesker og handler om livskvalitet. Det er dessverre sjelden at temaet blir fremstilt i et positivt lys. Ofte er seksualitet presentert i en meget negativ kontekst der misbruk, prostitusjon, voldtekter, sykdommer,

utroskap eller promiskuitet er inne i bilde. Dette preger ungdom og kommer til syne i min undersøkelse; de vil lære like mye om gleder og nytelsen ved seksualitet, som farer.

Når seksualitet forvaltes destruktivt, trenger vi helsepersonell og terapeuter. Men utdanningspersonell jobber gjerne i forkant uansett om de jobber i skolen eller på museum og har en vesentlig oppdragerrolle. Tilrettelagt seksualundervisning skal gi like mye oppdatert sexologisk kunnskap som sosial kompetanse. Her har museene en oppgave og det er å møte denne målgruppen sine behov for fagkunnskap og kulturkompetanse med et tverrfaglig team. Slik kan museet være en ressurs for skolen og for ungdommene og bidra som kunnskapsbank og kompetansesenter. Bare gjennom kunnskap og refleksjon kan vi jobbe med holdninger. Slik må vi jobbe når vi skal forebygge seksuelle overgrep blant ungdom.

Veien videre

Etter å ha gjennomført analyse og sortering av dataene ble jeg overrasket over at så mange som om lag 2/3 av de spurte ungdommene ville ha besøkt et museum med seksualitet som tema.

På spørsmål om hvem som bør drive seksualundervisning, svarer ungdommene at det bør gjøres av sexologer, leger og psykologer i regi av staten. Dette til tross for at de fleste ungdommene i dag har mange muligheter til å få informasjon om seksualitet via internett. Utfordringen er altså å gi ungdommer nok kunnskap til å kunne forvalte egen seksualitet på en trygg måte.

Det er per i dag ikke et museum eller senter i Norge som har seksualitet, erotikk, eller kjærlighet som tema. Basert på resultatene fra min

undersøkelse, er jeg styrket i min overbevisning om at Norge trenger et eget museum for sexologi. Det må være bygget på kjerneverdier som dokumentasjon, bevaring, forskning, formidling og inkludering.

Museene i Norge har sterke fagmiljøer innen vitenskap og kunst. Etter museumsreformen i 2003 er museenes rolle som aktiv samfunnsaktør forsterket og de har blitt mer opptatt av målgrupper og evalueringer i sitt arbeid. De siste årene har museene også blitt mer tverrfaglige og dyktigere på formidling også til ungdom. Jeg tror derfor at et museum for sexologi kan bidra til at ungdom og vi alle får et sunnere og mer reflektert syn på seksualitet.

Referanseliste

Backe-Hansen, Elisabeth 1992-2002, NOVA: Ung i Norge, (I begge studiene deltok 12 000, 13 -19 år).

Frøyland, Merethe 10/2002, Forskerforum

Grande, Heidi Brynildsen 2005, Redd Barna, «Sex og sånn»

Kofoed, Holger 1982, «Eros i norsk malekunst»

Löfgren-Mårtenson, L. & Månsson, S-A. 2006, «Det pornografiska scriptet – om unga och pornografi, Unga, kön och pornografi I Norden – Kvalitativa studier», TemaNord 2006:545

Manum, Olav André 2001, "Nederland - barn undervises i sex fra femårsalderen", oversatt fra

The Independent og International Planned Parenthood Federation (IPPF).

Månsson, Sven-Axel 2006, "Intervjuer med svensk ungdom i alderen 14 – 20 år om porno"

Nordisk ministerråd 2004-2006, «Unge, kjønn og pornografi i Norden med fokus på 14-18 åriges forhold til pornografi», Projektet er gjennomført af Nordisk institutt for kvinde- og kønsforskning (NIKK).

Pedersen, Willy 2006, NRK Puls 28.08.06

Pedersen, Willy 2005, «Nye Seksualiteter»

Træen, Bente 2003, «Rapport fra seksualvaneundersøkelsene. (Undersøkelser foretaes hvert 5. år i regi av Statens institutt for folkehelse)

MUSEER OG TERAPEUTER

KAN ET SAMARBEID HA NYTTEVERDI FOR MENNESKER MED PSYKISKE LIDELSER?

Helsedepartementet og Kultur- og kirkedepartementet ved Norsk Kulturråd og Rikskonsertene foretok et prosjekt i tidsperioden 1996-1999, der de skulle prøve ut om satsing på kultur kunne gi bedre helsegevinst. Evalueringen konkluderte med at også personer med psykiske problemer hadde godt utbytte både gjennom kulturens egenverdi og på det sosiale plan (St.meld.22 2002-2003:86). Har institusjonene den samme formenningen?

Denne artikkelen er et resultat av en publikumsundersøkelse gjennomført våren 2007. Bakgrunnen for prosjektet var ideen om kultur, i denne sammenheng museer, kan brukes bevisst og strategisk i terapeutisk sammenheng. Målgruppen i undersøkelsen var mennesker med psykiske lidelser, der terapeuten blir den naturlige samarbeidspartner på grunnlag av hans erfaring, kunnskap og innsikt i pasientenes helsetilstand. Psykiske lidelser er et aktuelt tema som er relevant i et nasjonalt så vel som i et internasjonalt perspektiv. Vi mener at denne bruker gruppen er interessant på bakgrunn av at deres skjebne frem-

deles er et tabubelagt emne i samfunnet. Museene skal være for allmennheten (Apall-Olsen, 1997:5), og vi mener at også denne gruppen inngår i denne definisjonen. Faktum er at psykiske lidelser rammer én av fire nordmenn én eller flere ganger i løpet av livet, derfor er dette en stor og viktig målgruppe som vi tror i liten grad er berørt (Rådet for psykisk helse, 2007:elektonisk referanse).

I den forbindelse valgte vi å jobbe med terapeuter som har spesialisert seg innen billedterapi, da vi så en åpning for at denne gruppen muligens kan bruke museer og utstillinger i en aktiv terapeutisk sammenheng. Målet med denne undersøkelsen ble derfor: å finne ut om et eventuelt samarbeid mellom museer og terapeuter innen psykiske helse kan ha nytteverdi. Hvordan kan i så fall museet legge til rette for å bli mer tilgjengelig for målgruppen?

Å male sine indre følelser

Edvard Munch gir en personlig og karakteristisk betegnelse av kunst som uttrykk gjennom følgende definisjon: ”Jeg tror ikke på den kunst

som ikke er tvungen sig frem ved menneskets trang til at åpne sit hjerte ... Al kunst litratur som musikk må være frembragt med ens hjerteblod ... Kunsten er ens hjerteblod (Minde, 2005:15)". Det å male sine indre følelser er også noe som er fundamentalt i bruk av billedterapi der man uavhengig av tegneferdigheter har muligheten til å visualisere tanker og følelser som et supplement til ord (Høgskolen i Oslo, 2007:elektronisk referanse). I den forbindelse kan man trekke paralleller helt tilbake til antikken og Aristoteles som lanserte begrepet Katharsis (Minde, 2000:22). Han beskriver dette begrepet som en sjelens renselse. Gjennom kunstnerisk utfoldelse kunne mennesket unngå å bli gal, fordi man da fikk tømt kroppen for giftstoffer. "En billedskapende prosess kan også føre til at man finner ordene og dermed kan sette navn på viktige følelser og hendelser (Høgskolen i Oslo, 2002:elektronisk referanse)".

Ingen lignende tilbud

I følge Linken Apall-Olsen får publikum en positiv opplevelse ved et museumsbesøk når de forstår noen nytt og kan se nye sammenhenger, og dette er et mål for de fleste museer. For at møtet skal bli vellykket må museets personale være forberedt og møte publikum på deres premisser. Da må man nødvendigvis analysere publikum, finne ut hvem de er og hva de ønsker (Apall-Olsen, 1997:7). Vi mente at det viktigste i forhold til målgruppen vår var å kartlegge behovene deres slik at eventuelle tiltak reflekterte deres ønsker og behov, vi har derfor utført en forundersøkelse generelt om museer. "Forundersøkelser kan gi råd og ideer om hva man bør unngå, og hvordan man best kan tilpasse tilbudet til publikum. Et godt til-

passet tilbud gir fornøyde besøkende, og fornøyde besøkende sprer "det gode budskap" til andre potensielle besøkende" (James, 2002:8). Dette var helt nødvendig etter vårt skjønn da vi ikke kjente til lignende tilbud. Det var helt essensielt at vi fikk en dypere forståelse av målgruppen ved å lytte til deres råd, meninger, erfaringer og eventuelle problemer slik at vi kunne utforme et godt og kanskje bedre museumstilbud for denne målgruppen enn hva som eksisterte på daværende tidspunkt. Hvis det er slik at terapeutene ikke velger å ta med pasientene på museum, så er det muligens fordi gruppen ikke tidligere har fått utdypet sine ønsker, eller kanskje de rett og slett ikke er prioritert som en mulig brukergruppe.

Kontakt, kommunikasjon og kompromisser

Vi startet med å kontakte flere institusjoner både over e-post og telefon. Vi presenterte oss som studenter fra høgskolen, faget vårt og hva oppgaven gikk ut på. Vi la videre vekt på at svarene ble anonymisert og at deltakelsen var fullstendig frivillig. Et gjennomgående problem i prosessen var at vi ved noen institusjoner aldri fikk tilbakemelding, eller at de ikke hadde noen ansatt innenfor dette området.

Fordi vi hadde vanskeligheter med å få tak i informanter var det nødvendig å inngå et kompromiss med de som faktisk hadde en reell interesse for prosjektet vårt, og der to av intervjuene måtte foregå per e-post. Grunnen for at dette var ønskelig fra informantene side var at de kunne svare når de fant tid. En annen hindring for å møtes personlig var avstanden. Ettersom vi ikke fant informanter i Oslo området, måtte vi kontakte institusjoner i andre deler av landet. På dette



tidspunktet i prosessen var tiden knapp og personlig møte utelukket. Vi har med våre informanter hatt toveiskommunikasjon via e-post som har gitt mulighet for tilbakemeldinger og innspill, og der vi presiserte at de ville bli kontaktet dersom noe var uklart eller trengte utdypning. God dialog er et nøkkelord da vi skal utarbeide et tilbud som er meningsfullt for begge parter.

Strukturerte spørsmål

For å komme frem til gode spørsmål som kunne

gi oss svar på om dette var gjennomførbart, måtte vi nødvendigvis ta utgangspunkt i målet vårt. Det var viktig for oss å ha et estetisk aspekt på hvordan et samarbeid kunne utformes uten at vi trakk terapeutene eller de med psykiske lidelser på tærne. I den forbindelse hadde vi behov for å kartlegge om dagens museer i det hele tatt har noe å tilby institusjoner. Vi mener at ved å se på hvor institusjonen står i dag, hva slags ønsker og behov man har og eventuelle hindringer, vil man få et realistisk bilde av hva som er gjennomførbart.

At et intervju over e-post ikke var den mest ideelle arbeidsmåten var vi hele tiden klar over, og var derfor bevisste på hvordan spørsmålene var formulert. Våre rammebetingelser med utgangspunkt i et skriftlig intervju, gjorde det nødvendig å bruke en strukturert intervjuform. Ved å ha underspørsmål som bygde opp under hovedspørsmålene håpet vi å fange inn og åpne for at informanten ville utdype sine svar. I den forbindelse spesifiserte vi også i teksten at svarene deres burde være utfyllende, og stilte hvordan/hvorfor spørsmål. Et siste punkt i spørsmålsguiden var der informantene kunne legge til kommentarer eller annen informasjon de ville opplyse om. Vi mener å ha brukt åpne spørsmål som ikke ledet og farget informantens mening. Dette gjenspeiler seg i de svarene vi mottok ved at det tydelig ikke hadde vært et "fasitsvar".

Ærlige svar eller selvsensur?

Som nevnt tidligere ble det en nødvendighet å utføre spørreundersøkelsen via e-post, noe som kan by på en del utfordringer; et mulig problem er at informantene får tid til å tenke før de responderer, og vil derfor kanskje fatte seg i korthet og

sensurer seg selv. Man oppnår ikke det samme forholdet som man ville hvis man hadde møttes ansikt til ansikt. Det gjør det også vanskeligere å tolke besvarelsene da en ikke kan lese kroppsspråk og ansiktsuttrykk. I vårt tilfelle førte denne mangelen av personlig kontakt til at enkelte av informantene ikke holdt tidsfristen, og vi kunne ikke kontrollere når vi fikk svar, i verste fall meldte intervjuobjektene avbud.

På den annen side tror vi ikke denne typen intervju bare har ulemper. Kanskje kan det være enklere å være ærlig i forhold til egne meninger da man ikke møter intervjueren personlig. Forhåpentligvis vil de heller ikke føle seg forpliktet til å gi oss de "riktige" svarene, men heller si det de egentlig mener. Det kan ligge en del føringer ved at vi er tilstede og farger intervjuet da vi representerer den utdannelsen vi gjør. Når det gjelder selve arbeidet av analysen har vi jobbet direkte i materialet ved at vi sitter med informantens egne notater. Leddet der man transkriberer er ikke tilstede, og eventuelle hull i notatene fra intervjuet er ikke tilstede og man slipper og undre seg over hva som egentlig ble sagt.

De tre terapeutene

For å få et innblikk i våre informanter kommer det her en kort presentasjon av de enkelte. Terapeut 1 går nå det femte av seks år ved Profesjonsstudiet i psykologi, og har praksis ved Avdeling for personlighetspsykiatri. Hans stillingsoppgaver innebærer billedterapi, angstterapi, gruppeterapi, individuellterapi og kroppsbevissthetsterapi. Terapeut 2 er utdannet ergoterapeut og bildeterapeut. Hun jobber ved Distriktpsykiatrisk Senter der hennes stillingsoppgaver er kartlegging,

tilrettelegging og behandling, både individuelt og i grupper. Terapeut 3 jobber ved Avdeling for Barne- og Ungdomspsykiatri (ABUP) der hun har pasienter til avtalte timer. Hun har en rekonvalesensgruppe med asylsøkere og flyktninger.

Alle de tre jobber med personer fra ulike aldersgrupper, institusjoner og geografisk tilknytning. Intervju med T1 og T2 foregikk over e-post, og med T3 hadde vi et telefonintervju.

"Har ikke tenkt på dette før"

Vi velger å presentere resultatene som en del av analysen, siden vi ser at disse har en del fellestrekk. Vi vil likevel presentere analysen på en annen måte, der vi er mer distanserte i forhold til materialet og legge mer vekt på vår egen forståelse og meninger om svarene.

Kun én av terapeutene viste til tidligere museumsbesøk. Dette begrenset seg imidlertid til et besøk per år. De fleste av informantene virker positive til at et museumstilbud kan realiseres, men det ser ut til at enkelte tenker på terapi kun i tradisjonelle former og vegrer seg for å tenke utenfor institusjonens hvitmalte vegger. Dette begrunner vi med at når vi spør om et eventuelt samarbeid med et museum er ønskelig, svarer T2; "har ikke tenkt på dette før", "ingen spesielle" og "dette engasjerer meg ikke". Mens T3 svarte svært utdypende og entusiastisk; "Har noen tenkt på det tidligere? Jeg er veldig, veldig positivt innstilt til dette! Hvis pasientene har interesse i den retningen så bør museer absolutt være en mulighet." Dette viser et varierende engasjement blant terapeutene og deres mulighet for å tenke kreativt i forhold til bruk av kultur institusjoner i behandlingsøyemed.

T1 og T3 var svært interesserte i et eventuelt museumsbesøk, for T1s vedkommende var kunstmuseer kun av interesse, og T3 var åpen for alle typer museer. T2 derimot svarte; ”ikke spesielt interessert i museumsbesøk”, men i et lignende spørsmål svarer T2 ”Åpen for mulig museumsbesøk” og ”jeg kan godt tenke meg et samarbeid med museer”. Ønskene om hvilke typer museer de har interesse av virker i utgangspunktet veldig sprikende, men når vi ser besvarelsene under en helhet, er det mange referanser til kunst når det er snakk om terapi og etterarbeid på avdelingen. Som for eksempel T2 svarer ”... ved å ha en samtale om bildene, farger, former, motiver, inntrykket man fikk, følelsene som ble vekket frem, personlige assosiasjoner osv.” Dette med form, farge, uttrykk er noe alle informantene nevner under intervjuet. Dette bygger opp under det vi i utgangspunktet tenkte i forhold til å bruke kunsten i museene som del av terapien.

Annerledes enn skolesystemet

For å nå vårt mål var vi interessert i å vite informantens mening om hvordan et museumsbesøk eventuelt kunne hjelpe pasienten. T3 sier ”Museumsbesøk kan åpne for andre måter å uttrykke seg på, for eksempel gjennom bilder fordi ikke alle asylsøkere og innvandrere har så godt språk”. Hun sier også: ” Dette er annerledes enn skolesystemet som ofte kan bli for teoretisk og kanskje ikke passer alle. Her kan det bli for lite av den kreative stimuliene, men at man igjennom museumsbesøk kan spille litt mer på den kreative biten. Terapi i sin helhet spiller på mange strenger, og det er noe med å gripe de mekanismene som finnes”. T2 sier om dette: ”Noen pasienter er veldig følsomme, og

reagerer følelsesmessig sterkt, og andre blir engasjert i motivet og reflekterer videre”. T1 svarer: Eventuelt et kunstmuseum, som åpner for øvelser i mentalisering (jfr. Fonagy & Batemans mentaliseringsbaserte terapi for borderline personlighetsforstyrrelser). Jo mer abstrakt, jo vanskeligere å be pasienten mentalisere på et plan der de kan møte hverandre, og jo mindre nytteverdi for dagligdags fungering.

T1 velger videre å utdype svaret og peker på at pasienten kan hjelpes videre både i for av aktivisering, som eksponeringsterapi i forhold til sosial fobi (veldig vanlig for personer med personlighetsforstyrrelser), og som aktiv mentaliseringstrening og affektbevissthetstrening.

Et annet spørsmål tok for seg om de som gruppe trenger tilrettelagt omvisning, svarer T1 at han er usikker siden han har lite erfaring på feltet, men T2 og T3 mener det er ønskelig med tilrettelagt omvisning på museet da dette kan gi mer informasjon om de forskjellige kunstobjektene. Men T3 peker på at man burde ta hensyn til pasienter som sliter med angst og at de ikke blir eksponert i for store grupper.

Alle informantene mener det er en vurderingssak om det er noe pasienten må skånes for. Og det er opp til terapeuten å vurdere pasientens tilstand og utbytte, men det vektlegges at det stort sett passer for alle. T1 peker på at et kriterium for at det skal bli et vellykket museumsbesøk er at lokale ikke er overfylt av andre besøkende. T3 viser også til at det er gunstig med en omviser som kan svare på spørsmål og gi de besøkende litt ekstra informasjon om det er ønskelig.

God planlegging nødvendig

Alle informantene er enig i at fokuset ved et slikt besøk bør gi lærdom, være en kilde til inspirasjon og opplevelser. T1 peker på "... sosial læring og felles opplevelsesmateriale som en kan projisere mening og følelser inn i, for deretter å diskutere." T3 viser til at læring er viktig, men for henne kommer dette litt i annen rekke, "... hvis pasienten er spesielt interessert, så syns jeg det er veldig fint at de kan komme litt i dybden".

På spørsmål om hvem som burde ha ansvar for formidlingen svarer T1: "Terapeuten, da det må knyttes opp til et språk som er hensiktsmessig for videre terapeutisk arbeid...". T2 har ingen formening om akkurat dette, og T3 svarer: "Museumsformidleren, men viktig at terapeuten og pasienten får en felles opplevelse slik at de kan snakke om farger og former i bildene". I besvarelsene er det gjennomgående at T1 refererer til mer spesifikke behandlingsmetoder i forbindelse med museumsbesøk, som eksponeringsterapi i forhold til sosial fobi. T3 derimot er opptatt av inspirasjon og opplevelser som kan åpne opp for nye muligheter å uttrykke seg på. Vi tolker det dit hen at informantene har forskjellige synspunkter på hvordan besøket skal foregå, men det virker som målet for alle informantene er at besøket benyttes i et etterarbeid på institusjonen.

Både T1 og T2 peker på tid og bemanning som viktige faktorer når det gjelder rammebetingelser. T3 ser egentlig ingen begrensninger, da de har tilgang til både bil og buss. Men for hennes vedkommende er tid også en begrensning ved at hun har timepasienter, men hun sier følgende: "Hvis jeg skulle reise med en av mine pasienter ville jeg planlagt godt, og satt av en time til dette formålet".



Foto: Sissel Bjørkan Bukemoen

Potensiell nytteverdi

Etter at all data var samlet inn, systematisert og evaluert falt det seg naturlig for oss å vurdere mulige tiltak som kunne gjøre museene mer tilgjengelig for målgruppen. Alle informantene var i utgangspunktet positive til et samarbeid med museer og så at dette kunne ha en verdi. Men vi snakker om en gruppe mennesker med veldig individuelle behov ut ifra diagnose og helsetilstand. Alle terapeutene henviste til pasientenes allmenntilstand og presiserte at enkelte må skånes for visse ting. Å lage et godt utarbeidet og tilrettelagt opplegg krever tid og engasjement, og kan ikke utarbeides av den ene eller andre parten av den grunn at de ikke har nok kunnskap innen hverandres felt. Museet må være åpen for å komme opp med alternative løsninger for å møte pasientenes behov, og terapeuten må være villig til å jobbe på en mindre tradisjonell måte. Dette

er absolutt gjennomførbart, men er det ressurser til det?

Dette kan man blant annet gjøre ved å gi målgruppen tilgang til museets arealer utenom åpningstid, og at en er fleksibel og stiller et eget rom til disposisjon. Ved at pasientene kan få med seg trykk av bilder tilbake på avdelingen, så kan de jobbe med temaet utenfor museet. Disse trykkene er et fint supplement til utstillingen da de gir publikum en mulighet til å legge merke til detaljer og friske opp hukommelsen. Det gir dem også et konkret visuelt bilde å snakke ut ifra.

Hvis ressurser, helsetilstand eller andre rammebetingelser gjør det vanskelig å besøke museer, kan en "koffert" eller pakke tilbud til institusjonen være en mulighet, og på den måten får man museet ut til målgruppen. Dette burde være utarbeidet av museet og terapeuten sammen, og kan knyttes opp til relevante terapeutiske teorier, og slik bli meningsfylt for pasienten. Kofferten kan inneholde trykk av bilder eller museumsgjenstander, ut i fra hvilket museum det er snakk om. Det burde også følge med en guide som beskriver og gir en lett bakgrunnshistorie til innholdet.

Enkelte av terapeutene henviste til at det ikke var tilstrekkelig med tid, ressurser og bemanning til hyppige museumsbesøk. Dette er forståelig, men paradoksalt nok svarer alle at det kan ha en nytteverdi i terapeutisk sammenheng og at det var ønskelig med et samarbeid. Vi mener at terapeuten derfor må bli bedre informert om de mulighetene som finnes i et museum og at et slikt opplegg krever et samarbeid mellom begge parter. På den måten håper vi at terapeutens innsikt og forståelse kan kombineres med formidlerens dyktighet og tilnærming til fagstoffet.

For at museene skal sende ut signaler om åpenhet til brukergruppen kan de ta kontakt med ledelsen ved institusjonene, legge ut flyers i resepsjonen og på annen måte profilere tilbudet til pasientene og terapeutene.

Behov for videre forskning

Vi mener at målet for undersøkelsen ble innfridd da informantene pekte på at samarbeid med museene kunne ha nytteverdi i en terapeutisk behandling. Det var særlig kunstmuseene de mente hadde et stort potensial innenfor personlige terapi. Det ga terapeuten og pasienten en felles opplevelse å bygge videre på i form av at enkeltindividet kunne relatere seg til maleriets uttrykk. Undersøkelsen avdekker at tid og ressurser er det største hinderet for at et samarbeid eventuelt kan realiseres. Vi var underforstått med at visse etiske forholdsregler må ligge til grunn når man nærmer seg en målgruppe og vi ønsket derfor å stille informantene fordomsfrie spørsmål som kunne avsløre deres behov. Da alle opplysninger var presentert var det klart at behovet var tilstede, men tiltaket krever et stort engasjement fra begge parter. Innsikten vi tilegnet oss gav oss muligheten til å se potensialet i brukergruppen, og vi fikk nye perspektiver i forhold til å forbedre tilbudet ved realistiske tiltak. Vi har videre erfart at det er viktig å ikke generalisere målgruppen da de har individuelle behov som alle andre, men man må være lydhør for de besøkendes ønsker og behov.

Denne undersøkelsen har også ført til videre refleksjon og spørsmål. Som nevnt i innledningen peker helse og sosial departementet på at kultur er resepten til bedre helse, men hvorfor er det da

forsket så lite på dette området, og hvorfor har ikke museene fått øynene opp for en mulig brukergruppe som kanskje i større grad enn andre besøkende kan dra nytte av tilbudet også på det mentale planet?

Vi gikk inn i dette prosjektet med et åpent sinn og var objektive i forhold til informantenes formening eller ønsker, vi hadde ingen fasit vi ville ha svar på, men ville som målet sier se om dette i det hele tatt var aktuelt. Noen vil kanskje hevde at det var politisk korrekt å velge den målgruppen vi gjorde, men det var aldri vår intensjon. Vi mente at det var riktig at deres stemme ble hørt, da andre grupper som barn, ungdom og familier er til godesett med flere tilbud og tiltak enn den nevnte gruppen.

Litteraturliste

Apall-Olsen, Linken, 1997. Livslang læring i museer – nye mål for museumsformidling. Oslo: Norsk museumsutvikling.

Høgskolen i Oslo. 2007. Videreutdanning i billedterapi. Elektronisk referanse. Oslo. Lokalisert 5.mars 2007 på Verdensveven: <http://www.hio.no/content/view/full/31417>

James, Alison og Merethe Frøyland, 2002. Hva mener publikum? Publikumsundersøkelser i museer. Oslo: Norsk museumsutvikling.

Minde, Åse, 2000. Kunsten som sjelens arkitekt – Kunst, galskap og terapi. Oslo: Gyldendal Akademiske.

Mørstad, Erik, 2000. Visuell analyse – Metode og skriveråd. Oslo: Abstrakt forlag as.

Rådet for psykiske helse. 2004. Temahefte: Angst. Elektronisk referanse. Oslo: Rådet for psykisk helse. Lokalisert 26.mars 2007 på Verdensveven: <http://www.psykiskhelse.no/index.asp?id=1630&art=26060>

St.meld.16 2002-2003, Resept for et sunnere Norge. Det kongelige helsedepartementet.

Trude Aas
 Hildegunn Bjørgen
 Åshild Andrea Brekke
 Katrin Grenzer

LANGSOMT BLE LANDET VÅRT EGET - MEN KVA SKJEDDE SIDAN?

EI KVALITATIV MÅLGRUPPEUNDERSØKING PÅ MAIHAUGEN

Våren 2007 gjennomførde artikkelforfattarane ei målgruppeundersøking knytt til den faste utstillinga "Langsamt ble landet vårt eget" ved Maihaugen for å finna ut kva publikum tykte om utstillinga, snart 15 år etter at den opna. Vi tok utgangspunkt i to av museet sine hovudmålsettingar: å syna Noreg si internasjonale rolle og få fram den økologiske berekrafta opp igjennom historia. Vi ville finna ut om publikum fangar desse to budskapane medan dei er på besøk. Vi gjennomførte ei kvalitativ undersøking blant helgepublikummet. Resultata synte at det var hovudsakeleg vaksne kvinner som besøkte utstillinga, og dei var godt nøgde. Dei kom for å nyte roa og få repetert historiekunnskapar. Likevel hadde ingen fått med seg to av dei opphavlege hovudmålsettingane for utstillinga. Kan Maihaugen vera nøgd med det i ei tid der spørsmål knytt til klima og mangfald er brennaktuelle?

Utstillinga som skulle "få museumsfolk til å ramle om kull"
 "Langsamt"-utstillinga var ei kulturpolitisk satsing i samband med at Lillehammer var OL-

arrangør i 1994, og museet hadde fått retningslinjer frå styresmaktene i arbeidet med utstillinga: Norsk kulturhistorie skulle vektleggast, særpreget understreka og internasjonale samanhengar skulle vera synlege (St.prp. 1 1990-91 i Aaraas 1990). Publikum skulle få ei oversikt over norsk historie gjennom utvalde tema, kronologisk ordna frå istid til si eiga samtid. Det nye var sjølve utstillingsgrepet. Hittil hadde ein vore vand med monterutstillingar der publikum var tilskodarar – dei sto utanfor sjølve objektet og ved hjelp av glasmonter og sperringar vart avstanden utdjupa. Intensjonen med denne utstillinga var at tekstene, forma og formidlinga skulle føra til at publikum vart posisjonert i det dei såg og opplevde. Publikum skulle få læra om Noregs historie ved å vere i historia, og dette skulle museet oppnå ved å bruka tablå/diorama, i tillegg til fleirsanselege inntrykk som lukt, lyd osv

Frå istid til notid på tolv hundre kvadrat
 Vandringa startar i istida, og følgjer ein smal sti gjennom dei ulike tablåa. Utstillinga strekkjer seg



over 1200m² fordelt på to etasjar, og nyttar ei heil rekkje sanseelement i formidlinga: eit spedbarn som gret, måsar som skrik, lukta av tørrfisk, lyden av gregoriansk song og pianospel osb. Underlaget ein går på er òg varierende, frå "jorddekke" til brustein. Tekstane i dioramaene er kortfatta og poetiske. Vil ein lesa meir, kan ein gå inn i avlukke langs vegen og finna meir utfyllande informasjon. Der er òg tre ulike biletspele av varierende lengd, eit frå istida, eit frå hendingane i 1814 og eit frå Andre verdskrigen. I tillegg er det to plassar der ein kan trykkja på knappar som lyser opp topografiske framstillingar av område: det eine om nedgangen i folketalet etter svartedauden og det andre i tilknytning til industrialisering av Noreg.

Det er tolv avdelingar i alt, og utstillinga følgjer eit lineært spor fram til siste avdeling, der vegen deler seg i to og ein må velja den eine som fører til avlukke som heiter "Veis Ende" eller den andre som fører ut i det kvite "himmelrommet" og vidare ut (til vaflar og kaffi i kafeteriaen).

Ramlar ein framleis om kull?

Utstillinga skulle i utgangspunktet stå i 6-8 år etter OL . I 2007 stod utstillinga framleis, så å seie uforandra, på Maihaugen. Vi ville difor freiste å finna ut om utstillinga framleis fungerer godt, fjorten år etter opninga.

For å skaffa oss relevant bakgrunnskunnskap om utstillinga gjorde vi ei forundersøking ved

museet. På denne måten fekk vi høve til å danna oss eit grunnlag for å arbeida vidare med problemstillingen. Vi formulerte nokre førebelse spørsmål for å finna svar på om "Langsomt"-utstillinga framleis fungerer:

Kven er det som besøker utstillinga og kva tykkjer dei?

Er det samsvar mellom museet sine hovudmålsettingar med denne utstillinga og det publikum fangar opp medan dei er på besøk?

Nifsare pestrom

Vi kontakta biblioteket på Maihaugen og fekk tilgang til dokumentasjon rundt forarbeidet med utstillinga, noko som både gav nyttig informasjon om prosessen og innblikk i samspelet mellom museet, styresmaktene og LOOC (Aaraas 1990). Dreieboka for utstillinga og den ferdige katalogen som vart given ut på fleire språk, skildra føringar som vart lagt frå styresmaktene si side, og korleis museet utnytta det handlingsrommet dei hadde (Aaraas 1994). Desse interne dokumenta gav oss altså innblikk i kva museet ville at publikum skulle sitja att med etter at dei hadde teke turen gjennom utstillinga. Samtidige avisoppslag og reportasjar kring utstillinga gav oss òg eit godt bilete på stemninga i og rundt arbeidet.

Av dei tilsette snakka vi med direktøren og to andre som begge arbeider tett på publikum. Den eine er formidlingsansvarleg og arbeider serleg med skuleklasser, den andre arbeider med informasjon og møter det utanlandske publikum og spesialgrupper. Desse to vart plukka ut av leiar for marknadsavdelinga ved museet. Vi spurde dei om korleis dei tykte utstillinga fungerte, men òg kva dei trudde publikum tykte, snart fjorten år

etter oppsetting. Samtalane hadde ulike lengd, men vi fekk informative og nyttige svar frå alle. Alle svarte at utstillinga framleis fungerer godt, og at dei trudde at publikum likte heilskapen i utstillinga. Av internasjonale innslag rekna dei opp vikingtida, unionane og handel med Storbritannia. Museet planla renovering, men stort sett berre av biletspel, monter og andre ting som ber preg av slitasje. Vidare tykte dei at "pestrommet" må gjerast nifsare og at "Veis Ende"-rommet fungerer for dårleg, og dei ville føre utstillinga fram til i dag, ikkje slutte i 1993. Dei planla òg å skifta ut fordjupingsplansjane med berørings-skjermar (touchscreens). På det tidspunktet for denne undersøkinga vurderte dei ikkje endring av innhald.

Økologisk og internasjonalt perspektiv

På bakgrunn av dei føringane som styresmaktene hadde lagt, formulerte museet følgjande hovudbodskapar ved utstillinga (Aaraas 1990 s. 6):

- 1) Presentere norsk kulturhistorie og særpreg.
- 2) Presentere hverdagens kultur i et rammeverk av politisk og sosial historie.
- 3) Peke på internasjonale sammenhenger.
- 4) Formidle en helhet som gir et positivt inntrykk av Norge og norsk samfunnsliv.
- 5) Formidle vår nasjonale historie og bevisst hente sitt tilfang fra ulike landsdeler.
- 6) Formidle en grunnleggende økologisk tankegang gjennom å peke på det historiske samspillet mellom mennesker og naturgrunnlag, og påpeke vårt felles ansvar for en bærekraftig utvikling.

Desse punkta skulle beskriva hovudintrykket



Foto: Åshild Andrea Brekke

som museet ønskte at publikum skulle sitja att med etter å ha sett utstillinga. Det var serskilt to av budskapane, nr. 3 og 6, som gjorde oss nyfikne, av di vi sjølve ikkje heilt hadde fått dei med oss då vi gjekk gjennom utstillinga fyrste gongen. På bakgrunn av desse formulerte vi desse spørsmåla:

- såg publikum at det vart peika på internasjonale samanhengar, og kva var eventuelt desse?
- oppfatta dei at det vart formidla ein grunnleggjande økologisk tankegang gjennom å peike på

det historiske samspelet mellom menneske og naturgrunnlag? Og såg dei at utstillinga peika på vårt felles ansvar for ei berekraftig utvikling?

Det neste skrittet vart å bestemma seg for kva slags målgruppe vi ville ta tak i for å finna meir informasjon om det vi ville vita. I dreieboka til Langsamt-utstillinga vert det lista opp fem ulike målgrupper for utstillinga (Aaraas 1990 s. 8):

- Internasjonale media

- Utenlandske turister
- Familier med barn
- Individuelle voksne
- Skoleklasser

Dei to første gruppene var tenkt som mest aktuelle i forkant av, og under sjølve OL, medan dei tre neste vart sett som potensielle gjester i etterkant. For oss vart det uaktuelt å sjå på dei to første, av di det ikkje var sannsynleg at vi ville treffa verken internasjonale media eller særleg mange utanlandske turistar utanfor høysesongen. Vi valde òg vekk målgruppa skuleklassar, av di vi ville finna ut meir om dei gjestene som vitjar utstillingane på eigen hand.

Ingen småbarnsfamiliar

Vi gjennomførte feltarbeidet på to helger og fordelte oppgåver mellom oss. Ein observerte og "fotfølgde" diskret gjestane som gjekk inn i utstillinga, ein annan intervjuar dei idet dei kom ut, medan den tredje kombinerte begge delar av di ho var åleine ein av dei to feltarbeidsdagane. Basert på røynslene frå tidlegare besøk der vi var åleine i utstillinga i to dagar, opplevde vi at det denne gongen òg var få besøkande i utstillinga til å vera helg. Den eine søndagen vart det lagt opp til eit større publikumsarrangement som trekte ganske mange, utan at det hadde større innverknad på besøkstalet i "Langsomt". Mellom klokka 11 og 16 den eine dagen talde vi åtte personar i utstillinga, der vi fekk snakka med seks av dei. Den andre dagen var det mellom klokka 11 og 14 til saman sju besøkande, og av dei fekk vi snakka med fem. Begge dagane såg det ut til at kafeen var relativt mykje besøkt av småbarnsfamiliar og

turgåarar, utan at dei gjekk innom utstillinga. Til saman hadde vi samtalar med 11 personar, alle kvinner, alle mellom 40 og 60 år . To var ikkje busette i området, medan to var engelske turistar. Legg ein til turistane som kjem i løpet av høysesongen, i tillegg til skuleklassane som er på besøk, kan ein seie at museet treffer i alle høve nokre av målgruppene sine, med unntak av utanlandske media og småbarnsfamiliar.

Ei kjensle av å høyra til

Dei fleste brukte lang tid i utstillinga, og tok seg tid til å sjå biletspele. Dei som gjekk i lag snakka ofte saman, både om utstillinga, men og om assosiasjonar dei fekk langs vegen. To av damene snakka til dømes om TV-programmet "Farmen" då dei passerte hesten som står i utstillinga.

Alle dei som var innom, tykte utstillinga var flott, serskilt visuelt. Ei av informantane kalla utstillinga for "en juvel". Dette kan ein sjå i lys av Howard Gardner sine teoriar om ulike intelligensar, og ulike måtar å læra på. (Gardner 1999). Utstillinga appellerer soleis til mange måtar å læra på: ein kan sjå, høyra og lukta historia, underlaget ein trør på varierar, og viss ein har lyst, kan ein lesa på djupna . Å gå i Langsomt-utstillinga vert altså ei heilskapleg oppleving, der ein gjer bruk av mange sansar. Folk nemnde serskilt dette sanselege som fint. Linken Apall-Olsen peiker nettopp på korleis ei oppleving alltid fører med seg "(...) en eller annen form for læring" (Apall-Olsen 1997, s.2).

Fleire kom regelmessig og likte godt å få repetert gammal kunnskap. Ei av informantane sa at tilbakeblikk på norsk historie gjer at ho får "en følelse av tilhørighet". Dette stemmer godt over-



eins med det Falk og Dierking finn i si studie av museumsgjester og korleis dei lærer. Dei peikar på at det er meir sannsynleg at museumsgjester fokuserar merksemda kring kjende tema og gjenstandar enn ukjende. Ironisk nok nyttar difor gjestene museet til å få stadfesta tidlegare kunnskap meir enn å skaffa seg ny læring. Dei vel med andre ord ut kva dei vil fokusera på og kva dei vil oversjå, kva dei vil læra og kva dei ikkje vil læra (Falk & Dierking, 2000, s.84).

Læring kan òg sjåast som ein prosess samansett av mange ulike element, der læringsprosessen vert påverka av det ein person allereie veit. Det er ofte ønsket om å gå i djupna i eit emne som



stimulerer personen, sjølv om det er sjeldan at dette inneber at ein lærer noko heilt nytt. Kognitiv kunnskap (faktainformasjon) kan soleis ikkje skiljast frå det ho kallar "affective knowledge", som har med kjensler, relasjonar og verdiar å gjere (Hooper-Greenhill 2002, s.3). Her gjenkjenner ein dei tre typane kontekstar for læring som Falk & Dierking skisserer: personleg, sosiokulturell og fysisk. Dei peikar på korleis læring er prosessen eller produktet som oppstår i samspelet mellom desse tre kontekstane (Falk og Dierking 2000, s.10).

Danskar, svenskar og usynlege samar

Alle informantane nemnde anten unionane med Danmark og Sverige, Andre verdskrigen eller utvandringa til Amerika som døme på internasjonale samanhengar. Dette er dei same referansane som dei tilsette nemner. Ho som arbeidde med turistar, sa at dei gjerne såg etter tilknytning til eigne land. Franskmenn fann gjerne noko om Frankrike i forteljinga om 1814, medan danskar og svenskar kunne vera nøgde med måten nabo-forholdet var framstilt på. Den besøkande ser altså etter kjend kunnskap. Her kan ein likevel spørje seg om det ikkje ligg eit større potensial i å få tydlegare fram internasjonale perspektiv utover desse historiske periodane og utover dei europeiske nærområda. Per Bjørn Rekdal peiker til dømes på korleis rosemalinga kan setjast i ein større internasjonal kontekst ved å referera til inspirasjonen frå Kina og Japan og handelen med Austen: "Utvidelsen av fortiden krever snarere et nytt blick enn nye samlinger. Det kan i mye større grad enn nå vises hvordan Norges førindustrielle fortid stod i kontakt med utlandet og mottok impulser fra hele verden"(Rekdal 1990, s. 40).

På spørsmål om kva dei sakna, var det ein informant som nemnde at ho sakna informasjon om minoritetar, til dømes om samane. Ingen av dokkene i utstillinga ber preg av å ha minoritets-opphav, men dersom ein går inn i avlukka og les på dei ulike plansjane, finn ein meir utfyllande informasjon om samane, òg på samisk. Likevel tykkjer vi at det ligg eit spennande potensial i utstillinga når det gjeld å spegla av kulturelt mangfald opp gjennom tidene på ein tydlegare måte, i tillegg til å spegla av realitetane i det norske samfunnet i dag. I si noverande form er både gamle og nye minoritetar usynlege eller ikkje

representert i utstillinga, noko som i sin tur gjer det vanskeleg for dei å identifisera seg med det museet formidlar (Apall-Olsen 1997, s. 2). Dette kunne kanskje vorte løyst dersom omgrepet 'nasjonalisme' hadde vorte problematisert, slik òg Brenna, Gulbrandsen og Moser peiker på. Ved ei problematisering kunne ein i større grad fått fram kva skilnadar og likskapar som vert produsert, kven som vert ekskludert eller inkludert, og kva dette tyder for dei identitetane vi spelar i og på i dag (Brenna, Gulbrandsen og Moser 1994, s. 59). Her hadde det til dømes vore interessant og nyttig for museet å ha ein dialog med publikum – kven meiner dei høyrer med under omgrepet norsk?

Appelsindyrking i jernalderen

Vidare spurde vi om det var noko i utstillinga som dei såg som viktig for vår tid, til dømes krig/fred/miljøvern og liknande. Dei fleste nemnde dette med forbrukarsamfunnet i høve til det nest siste rommet, og refererte til haugane med boss som låg utstilt. Ei av informantane nemnde til dømes miljøspørsmål, og at ho såg det som viktig av å bevare norsk jordbruk. Dette kan òg tenkjast å ha samanheng med at klimadiskusjonar står høgt på agendaen i media i våre dagar. Ein informant kommenterte at utstillinga synte at det var varmare før, og meinte at ho hadde sett eit tablå der "noen dyrket appelsiner". Ho reflekterte då litt over kvifor det no er så mykje "hysteri" rundt dette med global oppvarming. Med unntak av det nest siste rommet med vekt på bruk- og kast-samfunnet vert altså økologi og berekraftig utvikling ikkje problematisert i utstillinga. Brenna, Gulbrandsen og Moser påpeiker nettopp dette, og etterlyser eit meir nyansert bilete av den tek-

nologiske utviklinga, eit bilete som òg får fram dei ubehagelege samanhengane mellom teknologi, økonomi og politikk som kan seiast å ha ført til miljøproblem, valdelege konflikhtar, fattigdom og befolkningsproblem (Brenna, Guldbrandsen og Moser 1994, s.61). Ei slik vinkling av utstillinga ville kanskje kunne appellera til andre grupper museumsgjester

Sterke og svake sider ved val av metode

James og Frøyland nemner fleire utfordringar ved kvalitativ metode (James og Frøyland 2002):

Utval

Til skilnad frå reine spørjeundersøkingar som ofte vert nytta som ein del av kvantitative forskingsmetodar, vil den kvalitative innfallsvinkelen leggja meir vekt å gå i djupna med færre informantar for å freista å gripa haldningar og tankar. Dette fører til at utvalet vert mykje mindre, og det vert vanskelegare å generalisera, sjølv om ein får tilgang til viktig informasjon. I undersøkinga vår hadde vi samtalar med 11 av totalt 15 gjestar i utstillinga i løpet av to helgedagar, noko som er et høgt tal sett i lys av det totale talet besøkande i akkurat denne utstillinga, men et lågt tal sett i lys av at det faktisk var ganske mange innom museet generelt, anten på veg til friluftsområdet, i kafeen eller som deltakar på astronomi-foredraget. Utvalet vårt vart altså litt skrint, sjølv om vi i utgangspunktet hadde freista å ta høgd for at det ikkje ville komma nokon i det heile .

Intervju

For oss vart det eit medvite val å ikkje nytta bandopptakar, grunna folk sin skepsis til framande

som vil stilla spørsmål. Funna våre baserer seg difor på notatane vi tok, og det vi elles fanga opp under samtalen. Utan bandopptakar risikerer ein å mista nyansar i informasjonen ein får tak i, men risikoen for å skremma vekk potensielle informantar vurderte vi som stor nok til å droppa dette hjelpemiddelet.

Det vart, som tidlegare nemnt, ei utfordring å formulera gode, ikkje-leiande spørsmål, blant anna kring dette med ansvar for miljøet. Til slutt landa vi på formuleringa ”er det noko i utstillingen som du oppfattar som viktig for vår tid?”. Under feltarbeidet syntte det seg likevel snøgt at dette spørsmålet vart for ope, og vi vart nøyddde til å supplera med ”...til dømes, krig/fred/miljøvern osv.” for i det heile å få fatt i den typen informasjon vi var på jakt etter. Vidare vart det ei utfordring å gjennomføra lengre samtalar med folk i den settinga vi var i, av di dei ofte var på veg ein annan stad og ikkje hadde tid eller lyst til å snakka med oss . Samtalane vart difor ein slags krysning mellom ei spørjeundersøking og ein samtale, og dei varte aldri meir enn ti minutt i gjennomsnitt.

Observasjon

Observasjonsdelen av undersøkinga vår gjekk greitt, sjølv om det nokre plassar i utstillinga vart for trongt til å kunna rusla i kjølvatnet av publikum på ein naturleg måte. Det kjendest òg litt ubehageleg å ”skygga” folk utan at dei visste det, og innimellom valde vi å avbryta trackinga viss det vart for tydeleg at vi følgde etter dei. Det låge talet på gjester gjorde det vanskeleg å ikkje stikka seg fram.

Generelt

Ei ulempe ved val av målgruppe (tilfeldig besøkende) og dermed av metode, er at vi ikkje hadde tilgang til ei allereie konstituert gruppe, noko som gjorde det vanskeleg å satsa på djupneintervju eller fokusgrupper (sjå James og Frøyland 2002). Vi meiner òg denne granskinga kunne vore enda meir spanande om vi hadde kunne følgd opp intervjupersonane og høyrte meir om kva dei tenkte om utstillinga etter at fyrsteintrykket hadde lagt seg og stoffet kanskje hadde modna litt. Eit slik grep vil krevje eit omfattande forskingsarbeid, men vi meiner ein slik studie kunne vore relevant for å få meir kunnskap omkring relasjonen mellom musea og publikum.

Eit rikt, men uforløyst potensial

Trass i dei metodiske veikskapane, gav feltarbeidet oss nokre verdfulle peikepinnar om korleis utstillinga "Langsomt ble landet vårt eget" fungerer fjorten år etter at den opna. Generelt kan vi summere opp funna våre på denne måten:

Publikum og museumstilsette er samstemmige i at utstillinga fungerer godt og tykkjer det er ein vakker, annleis måte å få repetert kjend kunnskap (jf. Falk & Dierking 2000). I berre eitt tilfelle var publikumsinformantane våre usamde med museet: dei ønska heller å tona ned "pestrommet" enn å gjera det nifsare.

Publikum får likevel ikkje heilt med seg to av hovudbodskapane til museet: dei internasjonale og økologiske samanhengane. I følgje dei opphavlege intensjonane med utstillinga bør desse to bodskapane kunna sporast som ein raud tråd gjennom heile utstillinga. I staden dukkar emna nesten litt "tilfeldig" opp eller i svært spesifikke og snevre tidsperiodar.

Vi fekk altså svar på det vi ville finna ut. Likevel gjer vi oss ein del refleksjonar kring museet si rolle når det gjeld så dagsaktuelle tema som internasjonale samanhenger og berekraftig utvikling. "Langsomt" har lite om både gamle og nye landsmenn, om det nye Europa, om globalisering, teknologi og klimaendringar. Alle desse emna er meir dagsaktuelle enn nokon sinne. Musea spelar jo ei viktig rolle i dagens samfunn ikkje berre som kulturberarar, møtestadar og dialoginstitusjonar, men utgjer òg eit unikt miljø for læring. Eilean Hooper-Greenhill peiker på at musea har eit potensial til å verta "ideelle læringsmiljøer" (Hooper-Greenhill i Apall-Olsen 1997, s.6). I tillegg har musea ein føremon framfor konkurrentane i kampen om folks merksemd: autoritet, autentisitet og evne til å skapa varige, positive røymsler. Vidare er eitt anna av "hovudvåpna" til musea det faktum at dei har eit tradisjonsrikt truverd som ærlege, nøytrale og kunnskapsrike ekspertar, i tillegg til at dei forvaltar og presenterer ekte gjenstandar (Falk og Dierking 2000, s.232). Nettopp difor er det viktig at dei utviklar denne ekspertisen vidare ved å investera i forskning og utvikling av dette potensiale som læringsmiljø.

For at musea skal utvikla seg i denne retninga bør dei sjå nærare på dei målgruppene dei har, kven dei er og kva dei ønskjer å få ut av besøket. Ulike grupper krev ulike tilbod (Apall-Olsen 1997, s.2). Ei utfordring er at musea tradisjonelt ikkje problematiserer publikummet sit i serskilt grad, av di "(...) museene og deres hovedtype av publikum kjenner hverandre og tar hverandre for gitt" (Rekdal 1990, s.31). På bakgrunn av denne vesle kvalitative stikkprøven av ei av målgruppene

til Langsomt-utstillinga, meiner vi difor at Maihaugen bør foreta ei grundigare og meir omfattande undersøking av dette publikummet.

Sett i lys av at dei har fem ulike målgrupper og seks ulike hovudbodskapar for Langsomt-utstillinga, meiner vi det er viktig at dei går nokre nye rundar når det gjeld å definera kva dei vil med utstillinga, og kven dei vil nå. Er det godt nok at alle er nøgde med ei utstilling som berre gjev høve til å få repetert gammal kunnskap? Det siste rommet stiller publikum i ein valsituasjon ”valget er ditt”, og det har dei fleste fått med seg. Likevel problematiserer ikkje utstillinga dette meir enn å stilla spørsmålet. Det er kanskje på tide å formulera nokre målsettingar som i større grad reflekterer vår tids utfordringar kva gjeld norsk identitet, miljøproblem eller historiesyn. Formulert med Brenna, Gulbrandsen og Moser kunne eit spanande alternativ vore å nettopp understreka det (...) mangetydige i historien, å ikke framstille den som et framskridende utviklingsprosjekt i god liberalistisk ånd, men å understreke motsetningane og konfliktene, og de ulike tidene og betydningene i historien. Kanskje kunne det vært mulig å oppleve utstillingen som en konfrontasjon snarere enn som en konsumpsjon av vår norskhet (Brenna, Gulbrandsen og Moser 1994, s. 61).

Vi tykkjer at Maihaugen har eit formidabelt uutnytta potensial til å gjera utstillinga meir relevant i samtida og å nå andre målgruppe. I november i fjor melde til dømes Gudbrandsdølen Dagingen at Maihaugen hadde mist nesten 15 000 gjester i høve til året før, noko som er ein nedgang på om lag 13 %, som gjer at Maihaugen fall frå ein sjetteste plass til ein 31. plass på Innovasjon Noreg si oversikt over dei mest besøkte turistattraksjonane

i landet (Ellingsen 2006). Kanskje ei meir dagsaktuell og relevant ”Langsomt”-utstilling vil kunne hjelpe til med å snu den trenden?

Litteraturliste

Apall-Olsen, Linken (1997): Livslang læring i museer – nye mål for museumsformidling. Norsk Museumsutvikling 1-1997.

Arnesen, Trude: Marknadssjef Maihaugen. E-post korrespondanse(02.05.2007).

Brenna, Brita; Elisabeth Gulbrandsen & Ingunn Moser (1994): Apropos OL. Langsomt ble landet vårt eget. Arr Idéhistorisk Tidsskrift 1/1994.

Ellingsen, Morten: Maihaugen under 100.000. Artikkel i Gudbrandsdølen Dagingen 28.11.2006.

Enerstvedt, Åse (1997): Barn, unge og museer. Norsk Kulturråd, Oslo.

Falk, John H. & Lynn D. Dierking (2000): Learning from Museums. Visitor Experiences and the Making of Meaning. Alta Mira Press, Maryland, USA.

Gardner, Howard (1999): Intelligence reframed. Multiple intelligences for the 21st century. Basic Books, New York.

Glomnes, Eli (2005): Alt jeg kan si. Språk, virkelighet og subjektets stemme. 2. Utgave, Cappelen Forlag, Oslo.

Hammersley, Martyn & Paul Atkinson (1987): Feltmetodikk. Grunnlaget for feltarbeid og feltforskning. Gyldendal Norsk Forlag A/S.

Hooper–Greenhill, Eilean (2002): Developing a scheme for finding evidence of the outcomes and impact of learning in museums, archives and libraries: the conceptual framework. I: re:source. Learning impact research project (LIRP). Funnen på verdensveven den 10.mars 2007 på følgende lenke: http://www.mla.gov.uk/resources/assets//L/lirpanalysis_pdf_4600.pdf

James, Alison & Merethe Frøyland (red.)(2002): Hva mener publikum? Publikumsundersøkelser i museer. Norsk Museumsutvikling 2, 2002.

Nyaas, Bodil (1995): Det dro en hurtigbåt fra Bjørgvin i 1580? En analyse av utstillingspråk og historieformidling i utstillingen ”Langsomt ble landet vårt eget”. Hovedfagsoppgave i Medievitenskap og Kulturformidling. Institutt for Medievitenskap UIB.

Rekdal, Per Bjørn (1990): Norsk museumsformidling og den flerkulturelle utfordringen. Norsk Museumsutvikling rapport nr. 7.

Wilk, Christopher and Nick Humphrey (red.) (2004): Creating the British Galleries at the Victoria and Albert Museum. A Study in Museology. V&A Publications and Goppion S.p.a, London.

www.maihaugen.no

Aaraas, Olav (1990): Brød af Steen. Glimt fra

Nordmannens hverdaghistorie. Forprosjekt. De Sandvigske Samlinger, Maihaugen, Lillehammer.

Aaraas, Olav (1994): ”Langsomt ble landet vårt eget” En utstilling om Norges historie. Maihaugen – De Sandvigske Samlinger/De norske Bokklubbene, Oslo.

Andre kjelder:

Gudbrandsdølen & Lillehammer Tilskuer (GLT) 24.11.90

Gudbrandsdølen Dagingen (GD) 09.07.93
Dagbladet 07.06.93

UTSTILLINGEN «PÅ TYNNERE IS» NOE FOR UNGDOMSSKOLEN?

På tynnere is

Norsk Skogmuseum, Elverum, produserer hvert år en temporær utstilling. Utstillingen i 2007 het "På tynnere is" og omhandlet temaer som berørte Arktis, polferder og klimaendringer. Utstillingen ble bygget i anledning av Polaråret 2007 og den store oppmerksomheten som var i media, i fagmiljøer og i politikken vedrørende klimaproblematikken. Målet med utstillingen var:

- å vise noen eksempler på endringer i Norges bruk av områdene i Arktis, bidra til forståelse for ekstreme naturforhold med en spesiell flora og fauna,
- å fokusere på menneskeskapte klimaendringer som en aktuell trussel for stabiliteten i disse økosystemene.

På tynnere is var bygget som en tradisjonell utstilling med tekst, foto og gjenstandsmateriale. Utstillingen ble bygget for et allment publikum, men var særlig rettet inn mot sommertrafikken på Norsk Skogmuseum. For Norsk Skogmuseum er dette en tradisjonell målgruppetenkning som

generelt sett ikke er ment å ekskludere noen.

Som deltaker i utstillingsgruppa og museumsformidler ved Norsk Skogmuseum ønsket jeg at denne temporære utstillingen også skulle bli benyttet av skolen, og at utstillingens innhold og den formidling vi kunne bistå med ble nyttig og interessant. Denne artikkelen oppsummerer en kvalitativ publikumsundersøkelse hvor målet var å skaffe til veie informasjon om denne utstillingen kunne være et supplement til ungdomsskolens undervisning.

Kunnskapsløft, lærebøker og stortingsmeldinger

Før jeg bestemte meg for hvordan undersøkelsen skulle gjennomføres valgte jeg å gjennomgå gjeldene læreplanverk for ungdomsskolen for å finne ut om utstillingens tematikk hadde tilhørighet i ett eller flere fag. Ut i fra dette ble det også naturlig å gjennomgå noen av de lærebøkene som brukes på ungdomsskolen i dag. Avslutningsvis ble stortingsmeldingene nr. 22 og 48 fra Kultur- og kirkedepartementet analysert for å finne ut av samfunnets forventninger til museenes formid-

ling i denne sammenhengen overfor skolen.

Gjennomgangen viste at tematikken i utstillingen: På tynnere is har faglig forankring i læreplanverket for ungdomsskolen. Den viste også at samfunnet, gjennom stortingsmeldingene nr. 22 og 48 fra Kultur- og kirkedepartementet forventer at museene produserer utstillinger som er tankevekkende og fokuserer på dagsaktuelle problemstillinger og at barn og unge skal være tydelige målgrupper for museenes formidling. Lærebøkene som benyttes ved Elverum ungdomsskole i naturfag er 7 til 10 år gamle. Gjennomgangen viser at de ikke er oppdaterte i forhold tematikken klimaendringer.

Museet - et supplement til skolen?

Utstilling ble laget for et allment publikum. Jeg mente at skulle ungdomsskolen ha interesse av utstillingen måtte den være tilpasset læreplanene på en slik måte at den kunne gå direkte inn i undervisningen på et fag. Videre var jeg av den oppfatning at ungdomsskolen har stramme timeplaner og at det er et organisatorisk problem å ta seg til museet i skoletida.

Samling i utstillingen. Elever fra 9. trinn ved Elverum ungdomsskole 2007

Hovedmålet med undersøkelsen var å finne ut om utstillingen kunne være interessant som et supplement i undervisningen på ungdomsskolen.

Delmål med undersøkelsen:

- Om utstillingens tematikk med hovedfokus på klimaendringsproblematikken passer inn i faglærers undervisning i naturfag på ungdomsskolen.
- Om lærerens holdninger til museer generelt og

til Norsk Skogmuseum spesielt.

- Hvilke forutsetninger må oppfylles for at lærerne vil ta i bruk utstillingen i undervisningen.
- Hvilke holdninger har elevene til naturfag, skolen og museet.

Målgruppen

Gjennomgang av kunnskapsløftet og lærebøker viste at temaene som tas opp i utstillingen På tynnere is hører hjemme i både samfunnsfag og naturfag. I undersøkelsen begrenset jeg meg til å benytte naturfaglærere som informanter. Dette valgte jeg for å begrense arbeidet.

I denne publikumsundersøkelsen ble det benyttet to metoder. Det ble gjennomført en kvalitativ forundersøkelse med strukturert intervju med lærere som verktøy og en kvalitativ forundersøkelse blant elever med spørreskjema som verktøy.

I undersøkelsen ble en ungdomsskole i Elverum benyttet. Jeg gjorde avtaler om intervju med tre naturfaglærere, to på 9. trinn og en på 10. trinn.

Denne undersøkelsen bruker lærerne som informanter. Slik sett bruker jeg lærerne som informanter for å nå den egentlige målgruppen som er ungdomsskoleelevene. Begrunnelsen er at lærerne er beslutningstakere for elevene sine. Dette gjelder hva de skal bruke tiden på i skolen og hva de skal ha av faglig innhold. På tross av dette kunne det være interessant å vite litt om elevenes holdninger til naturfag, skole og museum.

Justering av undersøkelsen

Underveis justerte jeg undersøkelsen med å stille et team på 9. trinn (21 elever) noen spørsmål om deres forhold til naturfag, skole og museum. Dette

ble gjort for å finne ut om elever og lærere hadde ulike oppfatninger av relasjonene til skole, fag og museum.

Fag, meninger og holdninger

Intervjuene ble gjennomført på skolen. Lærerne hadde selv valgt tidspunkt og avsatt tid innenfor arbeidstiden til dette. Intervjuene ble gjennomført som en styrt samtale. Dette betyr at jeg hadde utarbeidet en intervjuguide på forhånd med noen spørsmål for å innlede samtalen. Før vi startet samtalen gjentok jeg hva informasjonen skulle brukes til, og jeg gjennomgikk tematikken i utstillingen På tynnere is.

Jeg valgte å benytte spørreskjema på et team på 21 elever på 9.trinn i stedet for å gå i dybden og intervju et utvalg av elevene. Valget ble gjort for å spare tid men likevel få noen indisier på elevenes holdninger.

Jeg ønsket å vite hva de synes om naturfag, hva visste de om klimaproblematikken og om de kunne tenke seg å bruke museet i noen naturfagstimer. Altså en blanding av fag, meninger og holdninger.

Variasjonen i spørsmålene var bevisst ut i fra at elevene har ulike interesser og ulike tilnæringsmåter til fag og meninger. Jeg mente at blandingen ville stimulere flere til å prøve å svare på spørsmålene. Dette kunne også resultere i at en del av informasjonen ikke ble like relevant for undersøkelsens mål.

Gjennomføring

Etter avtale med en av lærerne fikk jeg komme til timen og bruke noen minutter. Elevene var forberedt på at jeg skulle komme. Jeg fortalte hvem

jeg var, hva jeg holdt på med og hva jeg ønsket. De fikk beskjed om at det var frivillig å svare på spørsmålene, at de var anonyme og at læreren ikke fikk se besvarelsene. Alle elevene deltok og alle hadde svart på noe.

Stolte og glade lærere

Det første jeg vil trekke fram er den positive villigheten jeg ble møtt med. "Fint at du kommer", "Flott tiltak", "Bra at vi snakker sammen" var uttalelser jeg ble møtt med.

Det er et tydelig positivt bilde som tegnes av lærernes syn på utstillingen og museets initiativ. Videre fikk jeg mange konkrete svar. Det siste tror jeg kan henge sammen med at jeg benyttet faglærere som informanter, og spurte om noe som hadde direkte sammenheng med faget de underviser i. Jeg tror at holdningene til museet og meg kunne ha blitt annerledes dersom jeg gikk via for eksempel rektor/ inspektør eller teamleder som da skulle mene noe på vegne av andre.

Innledningsvis velger jeg å ta med spørsmål 1 fra generelle spørsmål i sin helhet: Drømmen om den gode undervisningssituasjonen i ditt fag. Hva skjer da?

"Drøm? Engasjerte elever, aktive og spørrende. Det er ikke bare drøm - det skjer også! Spesielt når det er mulighet til praktisk gjøring eller forsøk. Når vi har med noe nytt inn i undervisningen. Demonstrere og gjøre sjøl. Flott fag å ha!

Fint tiltak at du vil snakke med oss i skolen.

Viktig at vi kjenner til hva museet holder på med.

Aktive, interesserte elever. Glede! At de er glade i faget – liv i klasserommet. Nysgjerrighet. Naturfag er et takknemlig fag å ha. Svake

elever i skriftelige fag kan finne avbrekk i naturfag og vise styrke der.”

Hva har dette korthuset med næringskjedene i Arktis å gjøre?

Hva skjer med økosystemet dersom isbjørnen (på toppen) forsvinner?

Eller hva om produksjonen av zooplankton faller dramatisk?

Nedenfor følger en kort oppsummering av funnene fra intervjuet med lærerne:

- Lærerne viste meg, slik jeg oppfatter svarene, at de er stolte og glade for å kunne undervise i naturfaget.
- De opplever forsøk og øvelser som viktige elementer for å skape interesse for faget blant elevene.
- Det er ingen praktiske hindringer for å ta seg til museet.
- De bekreftet at lærebøkene er i eldste laget og er mangelfulle når det gjelder fagstoff om klimaendringer.
- De viste stor tillit til museet når det gjelder troverdighet og kvalitet.
- Alle understreker at det forventes en balansert framstilling av tema.
- To var tydelige på at de mener at ungdomskoleelevene har hatt så mange besøk på Norsk Skogmuseum på barneskolen at de er vanskelige å motivere i forhold til vanlige besøk uten et spesielt oppdrag eller tematikk.
- Jeg fikk et konkret forslag til å lage litteraturlister mens vi arbeider med utstillingen som kan publiseres f. eks. på Museets hjemmeside.



Foto: O.T Ljøstadi, Norsk Skogmuseum

- Alle så tematikken i utstillingen På tynnere is som aktuelt fagstoff i naturfag. En påpekte muligheten for tverrfaglighet med samfunnsfag.
- Alle ønsket å bruke utstillingen i undervisningen.
- Alle ønsket å benytte museumsformidleren i utstillingen framfor å gjøre jobben selv.
- Når det gjaldt å ta i bruk et eventuelt formidlingsopplegg var alle også positive, men to lærere ga meg da noen klare føringer på varighet og gruppestørrelse.

Avslutter med å sitere fra spørsmål: Hvilket utbytte ville du forvente at elevene fikk av et utstillingsbesøk?

”Håpet er jo at besøket berører holdninger, skaper tanker og engasjement. Ikke så nødvendig at det passer helt til pensum. Håper de får med seg noen kunnskaper om sammenhenger og mulige konsekvenser. Tenke sjøl, undre seg og bli nysgjerrige.”

Deler av denne informasjonen var helt klart relevant for museet, og ga i flere sammenhenger helt konkret svar som museet kunne arbeide med for å tilrettelegge utstillingen og formidlingen av den best mulig i forhold til ungdomsskolen som målgruppe.

Svake klimakunnskaper

Alle 21 elever svarte på spørreskjemaet. Det var noen blanke hull i de faglige spørsmålene. Jeg tror at selv om de aller fleste svarte ærlig på spørsmålene kunne det være flere faktorer som påvirket svarene. Blant annet kan det at jeg var tilstede ha påvirket noen av svarene. At noen av elevene nødvendigvis kjente meg igjen fra museet kan også ha påvirket svarene. Når det gjaldt spørsmålene om konkrete faglige emner, kan det være at de ikke var gjennomgått i klassen ennå, eller at det var lenge siden de ble gjennomgått.

Videre at min oppfatning om at klimautfordringene over tid hadde vært meget synlige i media, behøvde ikke bety at disse mediene som har behandlet disse emnene, var på ”nett” med ungdom på 9. trinn.

Elevenes faglige kunnskaper

- På spørsmålet Hva er menneskeskapt drivhuseffekt? Var det fire elever som svarte godt. Et ikke så presist svar, men som allikevel er i nærheten av det som er riktig, var: ”Mennesker som lager unødvendig varme”
- Når det gjelder ozonlagets funksjon for livet på jorda var det 7 riktige svar.
- Det var en som antok at om havisen på Nordpolen smelter vil havnivået forbli det samme.
- Det er 6 elever som visste at is er lettere enn vann, av disse var 5 jenter.

Jeg betrakter de faglige resultatene som forholdsvis svake i forhold til lærebøkene og kunnskapsmålet. Dette kan ha sammenhenger med årsaker nevnt under oppsummering av spørreskjemaet over.

Skogmuseet som klasserom

Det var et stort flertall av elevene som ønsket å bruke Norsk Skogmuseum i noen naturfagtimer. De fleste elevene ønsket øvelser og forsøk, timer der det skjedde noe annet enn ordinær klasseundervisning.

Det var 17 av elevene som var positive til å bruke naturfagtimer på Skogmuseet. Her var svarene for eksempel formulert som ”Ja veldig gjerne”, ”Ja!” , ”Ja, kanskje en 4 -5 ganger i året”. Det var en gutt som ikke ville bruke museet og 3 som svarte vet ikke.

Hvor stor del av isen ligger under vann? Hva er lettest - is eller vann? Hvem var Arkimedes og hva sier Arkimedes lov? Hva er sammenhengen med isen i karet og forholdene rundt Nordpolen?

”Hvordan er din drømmetime på skolen?”. Dette spørsmålet var ikke godt. I troen på at



elever på 9. trinn ville relatere dette spørsmålet til hva skolen er til for, trodde jeg at her skulle jeg få innsyn i hva elevene mener om god pedagogikk, og hvilke fag som er på topp. Det viste seg at her tok andre behov over hos flere elevene og de fleste besvarelser gikk i retning av spise godteri og kaker eller å få fri.

Noen svar dreide seg om helt andre ting som: "Drikke brus og spise godteri til en god film", "Dra hjem".

Andre svar var mer knyttet til skolesituasjonen:

"Å være ute hele dagen å gjøre natur, norsk og engelsk der."

Bortsett fra det siste spørsmålet om hva som er drømmetimen, anser jeg informasjonen jeg fikk fra elevene som interessant og delvis relevant for museets arbeid med utstillingen og formidlingen av den.

Her vil jeg trekke fram fire forhold:

- Dersom klimaproblematikken er et emne som elevene skal ha kunnskaper om manglet de fleste av disse elevene både basiskunnskap og begrepsverktøy til å ta disse utfordringene inn over seg for å kunne forstå det som presenteres i politikk og media.
- Videre at nesten alle elevene var positive til å



- bruke naturfagstimer på Norsk Skogmuseum.
- De ønsket seg undervisning som er annerledes enn klasseromsundervisning.
 - De vil ha forsøk og øvelser.

Styrke i tilpassede formidlingsopplegg

Jeg har valgt å trekke fram fire tydelige forhold som gjennom en forsiktig vurdering kan synes som har tydelige fellestrekk enten hos lærerne eller hos elevene.

- Mine tanker om praktiske hindringer i form av stramme timeplaner osv. for å ta seg ut av sko-

len, har ikke rot i virkeligheten.

- Elever og lærere har ganske forskjellig ståsted når det gjelder synet på museumsbesøk. To lærere mener at elevene er trøtte av vanlig museumsbesøk mens de aller fleste elevene svarer tvert om at de gjerne vil bruke noen naturfagtimer der.
- Ny utstilling med undervisningsopplegg, som dekker emner innenfor lærerplanen, som tar opp dagsaktuelle tema og er noe annet enn basisutstillingene, er av interesse hos både elev og lærer.

- Både lærere og elever sa indirekte og direkte at de ønsket seg mer forsøk og øvelser. Noen elever ga i tillegg uttrykk for ønske om annerledes undervisning - ut av klasserommet!

Kunne museet tilby et formidlingsopplegg hvor vi kan engasjere elevene i øvelser/forsøk som bidrar til en annerledes skoledag og til forståelse av de naturfaglige prosessene i klimaspørsmålet, vil det være en stor styrke.

Hva skjer med havnivået dersom isen i Antarktis smelter?

Er det is andre steder på jorda som fører til at havnivået øker?

Ledende spørsmål - ledende svar- og villedende konklusjoner?

James & Frøyland (2002) gir en del føringer for spørsmålsformuleringer i forbindelse med publikumsundersøkelser. De gir blant annet uttrykk for at spørsmålene bør være upartiske, utvetydige og bør ikke bygge på antakelser. Videre bør man bl.a. unngå ledende og sammensatte spørsmål.

Hovedmålet med denne undersøkelsen var om utstillingen kunne være interessant som et supplement til undervisningen i naturfag på ungdomsskolen. Det har jeg spurt om og fått tydelige svar på av lærerne i undersøkelsen. Jeg spurte ikke elevene om det samme fordi jeg hadde en antakelse om at de manglet noen kunnskaper om emnet slik at spørsmålet om utstillingen direkte ville hatt mindre mening for dem. Derimot spurte jeg dem om de ønsket å bruke naturfagtimer på museet. Det har jeg fått et tydelig svar på.

Var da resten av den informasjonen jeg har inn-

hentet i undersøkelsen irrelevant?

Målet med kvalitative undersøkelser er relatert til objektets holdninger og meninger. Slik jeg vurderer den informasjonen jeg har fått ble den gitt meg ut i fra lærernes og elevenes premisser og forutsetninger der og da. Disse premissene og forutsetningene vil endres over tid.

Videre skal man ikke undervurdere at selve arbeidet med undersøkelsen, og at deler av informasjonen som er innhentet, har bidratt til kommunikasjon mellom skolen og museet, og på denne måten bidratt til å bygge både formelt og uformelt nettverk. Det er i så fall et positivt trekk, eller en merverdi, ved arbeidet.

Jeg vurderer de resultatene jeg har fått som en usikker kilde, men den ga meg noen antydninger om et ganske bredt spekter av lærernes og elevenes holdninger og meninger knyttet til mine spørsmål.

Hva skjer med havnivået dersom temperaturen i havet stiger?

Ved hvilken temperatur er vann tyngst?

Etterord

I slutten av august 2007 ble utstillingen På tynnere is det sentrale elementet i et temaopplegg med samme navn for ungdomsskolen. Opplegget ble støttet økonomisk av den Kulturelle skolesekken i Hedmark og Naturfagsenteret ved universitetet i Oslo. Opplegget ble gjennomført av Norsk Skogmuseums personale med et innleid rollespill utviklet og gjennomført av Vitensenteret Innlandet.

På temadagen var elevene med på å gjennomføre fysikkforsøk i stor skala med høyt tempo. Blant annet greide elevene å "smelte" havisen på

nordpolen i løpet av 15 minutter og erfarte at det hadde ingen innvirkning på havnivået. Etter at sydpolen ble borte i løpet av 3 timer (den er jo så mye større) kunne de registrere en tydelig havnivåøkning. De så hvordan vannets volum endret seg ved økt temperatur i løpet av sekunder, og erfarte hvordan mørke flater absorberer varme bedre enn de lyse. Elevene bygde søyler i duplo-klosser for å anskueliggjøre ulike lands utslipp av CO₂ med fokus på de sterke kontrastene mellom rike og fattige land. De konstruerte korthus i minst fire etasjer og provoserte fram raske tap av arter i næringskjedene som teoretisk sett kan skape en forståelse for hva som kan skje i naturen dersom endringene er raske og dramatiske. Ikke minst så snakket og diskuterte vi og ble enige om at det er forkastelig at mer enn 40%(!) av all personbiltrafikk i Norge er på avstander mindre enn 3 km.

Gjennom publikumsundersøkelsen fikk museet etter min mening et tydeligere oppdrag i utviklingen av et formidlingsopplegg. Undersøkelsen ga kunnskaper om målgruppas subjektive holdninger og meninger om fagets substans i skolen. Dermed kunne vi skreddersy og bruke elevenes egne erfaringer og kunnskaper som en handlingsplattform til å komme videre i en komplisert tematikk som vi tror er nyttig både for elever, lærere og som et lite bidrag til skolens arbeid.

Temaopplegget ble satt opp på nytt i januar 2008 fordi etterspørselen var større enn vi rådde med i august – og klimaproblematikken har vel ikke blitt mindre aktuell?

Alle fotos: Ole Thorstein Ljøstad, Norsk Skogmuseum 2007

Litteraturliste

Blom, S E., Framnes R. & Thjømøe, H T. (1995) Markedsføringsledelse (4. utg.). TANO A.S. Oslo.

Frøyland M. (2002) Fra gråstein til ekte sølv. Det utdanningsvitenskapelige fakultet, Universitetet i Oslo.

Imsen G. (2006). Lærerens verden, Innføring i generell didaktikk (3. utg.). Universitetsforlaget, Oslo.

James, A. & Frøyland, M., red. (2002) Hva mener publikum, Publikumsundersøkelser i museer. Norsk Museumsutvikling 2:2002, Oslo

Jordet, D. (2007) Educational Research Methods, forelesing ved Høgskolen i Oslo, museumsformidling, Oslo Bymuseum 31. januar 2007.

Sjøberg S., (2004) Naturfag som allmenndannelse, en kritisk fagdidaktikk (2. utgave). Gyldendal akademisk, Oslo.

