

HARDANGER OG VOSS MUSEUM



Formidlingsplan 2023-2026

HARDANGER OG VOSS MUSEUM

INNLEIING 2

1.1 FORMIDLING I MUSEA 3

1.2 MÅL MED PLANEN 4

1.3 ORGANISERING AV FORMIDLINGSARBEIDET I HARDANGER OG VOSS MUSEUM 4

2. OVERORDNA FØRINGAR FOR FORMIDLINGSARBEIDET 4

2.1 STATLEGE 4

2.2 ICOM 5

2.3 FYLKESKOMMUNE 5

2.4 STRATEGIPLAN FOR HARDANGER OG VOSS MUSEUM 5

2.5 BEREKRAFTMÅLA OG FORMIDLING 6

TILGJENGE 6

3.1 MÅLGRUPPER 6

3.2 BESØKSTAL 7

3.3 OPNINGSTIDER 7

3.4 PRISAR 8

3.5 UNIVERSELL UTFORMING 8

3.6 Anna tilgjenge 9

TILBOD OG INNHALD 10

4.1 UTSTILLINGAR (BASIS, TEMPORÆRE) 10

4.2 KURS 11

4.3 UNDERVISINGSTILBOD 12

4.5 GENERELT PUBLIKUMSTILBOD, OMVISING, AKTIVITETAR, ARRANGEMENT 13

PROFILERING 13

5.1 GRAFISK PROFIL 14

5.2 SPRÅKFØRING 14

6. KOMPETANSEHEVING 14

Planen vart vedtatt av styret i Hardanger og Voss museum 29.11.2023

INNLEIING

Denne formidlingsplanen for Hardanger og Voss museum (HVM) er utarbeidd av ressursgruppa for formidling og er ei rullering av HVM sin første formidlingsplan frå 2018.

Me vert stadig utfordra på vår eigen idé om kva eit museum er og skal vera, og ikkje minst kven me skal vera for. I 2022 kom ICOM med ein ny definisjon av kva eit museum er, som speglar den endra rolla musea har i samfunnet. Musea er ein del av den demokratiske infrastrukturen, og tema som berekraft, inkludering og deltaking har blitt sentrale dei siste åra, også i den nye stortingsmeldinga for musea, som kom i 2021. Det ligg ein forventning om at musea har ei rolle i å tolke, undervise i og formidle berekraftmåla.

HVM er eit regionalt museum for kommunane Eidfjord, Kvam, Ullensvang, Ulvik og Voss. Fagfelta våre er m.a. fartøyvern, bygningsvern, folkedrakt, folkemusikk, kunstformidling og lokalhistorie. Museet har avdelingane Agatunet, Granvin bygdemuseum, Hardanger fartøyvernssenter, Hardanger folkemuseum, Ingebrigt Vik museum, Kunsthuset Kabuso, Kvam bygdemuseum og Voss folkemuseum. Under desse avdelingane finn me òg besøksstadene Borgstova, Bu museum, Dagestadmuseet, Nesheimstunet, Oppheim gamle prestegard, Skredhaugen, Storeteigen og hardangerjakta «Mathilde».

Prosjektet Hardingfela.no vert drive av HVM i samarbeid med Ole Bull Akademiet.

Alle bemanna avdelingar driv aktiv formidlingsverksemd – vektlegging av form og aktivitetar varierer frå avdeling til avdeling. HVM driv også oppsøkande formidling andre stader enn på sjølve museet – på hardangerjakta «Mathilde», i miniatustillingar, skuleturnear og Den kulturelle spaserstokken og Den kulturelle skulesekken.

1.1 FORMIDLING I MUSEA

Formidling i eit museum skjer på mange nivå og på ulike plattformer. Grunnleggande handlar museumsformidling om at kunnskap kring ein prosess, ein gjenstand, eit verk, eit arkivmateriale vert sett i kontekst for å gje innhald, meining og oppleving til ulike målgrupper.

I eit slikt perspektiv ligg formidlinga tett opp mot kunnskapsproduksjon. «For eit museum er det naturleg at forskning og formidling er tett samanvevd», står det i gjeldande forskingsplan for HVM. Dette er særleg tydeleg under arbeidet med større prosjekt som utstillingar, restaureringsprosjekt og tekstproduksjon til katalogar og artiklar. Ved andre høve må kunnskap tilpassast eit breiare publikum eller spissast mot ei spesifikk målgruppe.

Formidling i musea kan også vera konsertar, produksjonar, føredrag og arrangement utført i eigen regi eller i samarbeid med andre aktørar. Fleire museum har ein viktig kulturhusfunksjon lokalt, som gjer det naturleg å ha ei brei samarbeidsflate på arrangementsfeltet.

Ved alle høve skal formidling i musea vera basert på bevaringsmessige omsyn og faglege fundamentert kunnskap.

1.2 MÅL MED PLANEN

Visjon i Hardanger og Voss museum: Gode opplevingar å bryna seg på

Formidlingsplanen er ein del av museet sitt arbeid for å systematisera, samordna og kvalitetssikra verksemda innan eit breitt felt av kunnskap og opplevingar.

Planen skal vera eit verkty for dei tilsette i museet. Den skal gje ein tydeleg retning i arbeidet og synleggjera prioriteringar i museet. Målet er eit systematisk arbeid med formidling og at avdelingane har tydelege mål i arbeidet med årsplanar.

Museet består av mange avdelingar som er både ulike og like. Det er difor viktig med ei god fordeling av oppgåvene – ikkje for at avdelingane skal verte meir like, men for at ressursane våre vert brukte godt. Eit viktig mål for planarbeidet er å styrka delingskulturen internt i museet, mellom anna ved gjenbruk av gode prosjekt.

Planen er målbar, og skal evaluerast i slutten av perioden.

1.3 ORGANISERING AV FORMIDLINGSARBEIDET I HARDANGER OG VOSS MUSEUM

Det faglege utviklingsarbeidet på formidlingsområdet vert gjort avdelingsvis og i formidlargruppa ved museet. Gruppa har medlemmer frå dei fem bemanna avdelingane, i tillegg til Hardingfela.no. Utøvande formidling skjer i hovudsak på kvar enkelt avdeling.

HVM har ei målsetting om å få til meir formidlingsarbeid på tvers av avdelingane. Tanken er å betra overføring og utveksling av kunnskap mellom avdelingane.

HVM samarbeider med fleire aktørar og institusjonar i formidlingsarbeidet. Det kan vera andre museum, fylkeskommune, kommune, organisasjonsliv, frivillig sektor, kunstnarar og frie kulturarbeidarar.

Frå 2023 arrangerer formidlargruppa fagdagar i formidling, for tilsette i Hardanger og Voss museum, med innlegg frå både interne og eksterne ressurspersonar. Tiltaket er med å syte for fagleg utvikling, auka forståing for problemstillingar knytt til formidling i HVM, og betre utveksling av kunnskap mellom avdelingane.

2. OVERORDNA FØRINGAR FOR FORMIDLINGSARBEIDET

2.1 STATLEGE

I 2021 kom det ny stortingsmelding for musea: Stortingsmelding – nr. 23/2020-21 Musea i samfunnet – Tillit, ting og tid. Det vert i meldinga peika på at ein av dei viktigaste metodane til musea er å drive relevant formidling: «Å formidla kunnskapen dei sit på til ulike brukargrupper, er ei hovudoppgåve for musea. I dette er det sentralt at det som vert formidla, vert opplevd relevant og interessant for alle dei ulike brukarane av musea. I tillegg må musea alltid utfordra seg sjølv på om dei når breitt nok ut, og om mange nok har høve til å ta del i formidlinga.» Omgrep som mangfald, inkludering, dialog og medverknad har ein sentral plass i formidlingsarbeidet som musea skal drive med. I forlenginga av dette stilles det og høgare krav til den digitale formidlinga: «det er forventningar om at musea skal ha større kompetanse og ressursar til å vera synlege og på digitale flater.»

Andre viktige styringsdokument innan formidling er tilsegnsbreva frå KKD. Her er det m.a. ei formulering om eigeninntening: «Alle tilskotsmottakarane skal utnytta det potensialet dei har for å skaffa seg eigne inntekter».

2.2 ICOM

I august 2022 ble det vedtatt en ny museumsdefinisjon av ICOM:

Et museum er ein ikke-kommersiell, permanent institusjon som på samfunnets vegne forskar, samlar, konserverer, tolker og utstiller materiell og immatriell kulturarv. Målet er å gje alle mennesker kunnskap, glede og rom for refleksjon.

ICOM skriv på sine nettsider at den nye definisjonen er i tråd med nokre av dei største endringane i rolla til musea, og anerkjenner kor viktig inkludering, samfunnsdeltaking og berekraft er.

2.3 FYLKESKOMMUNE

I Regional kulturplan for Hordaland perioden for perioden 2023–35, står det: "Vestland vil styrke frivillig museumsarbeid knytt til dei regionale musea, slik at innbyggjarar og lokalmiljø får moglegheit til å engasjere seg og ta ansvar for felles kulturarv"

Som i ICOMs regelverk vert det lagt vekt på at musea skal utvikle sin rolle som møteplassar for viktig samfunnsdebatt, og bidra til deltaking, mangfald og inkludering.

2.4 STRATEGIPLAN FOR HARDANGER OG VOSS MUSEUM

I HVM sin strategiske plan står dette om formidling:

Formidlingsarbeidet gjer fagkunnskapen og samlingane me forvaltar tilgjengelege for ei rekkje ulike målgrupper, både fysisk og digitalt. Formidlinga vert tilpassa målgruppa og formatet den vert presentert i, og vert gjort relevant for den ein formidlar til. Målet er å gje brukarane heilskaplege opplevingar, frå dei tek kontakt til dei går. Dei skal oppleve tilboda våre som velorganiserte, relevante, interessante og lærerike. «Formidlingskjeda» består av ei rekke ledd, frå utvikling av tilbod, kunnskapsinnsamling/-produksjon, innhenting av kunnskap om brukarane og

ikkje-brukarane, vera i dialog med brukarane, produksjon av formidlingsopplegg, gjera tilbod kjent, avtale/booke/selje tilbod, gjennomføre og evaluere tilbod. Sjølv om ein ikkje kan vente at ein kan nå alle, skal ein jobbe for å nå nye målgrupper og tilboda skal vera tilgjengelege for alle. Formidling, forskning og forvaltning skal vera godt integrerte i kvarandre, og til berekraftmåla.

Mål:

- HVM skal kjenne publikum og brukarane sine godt.
- HVM sin formidling skal vera basert på overordna faglege strategiar og solid kunnskapsproduksjon.
- Formidlarane i første linje (ofte sesongtilsette) skal stå fram som trygge og kunnskapsrike.
- Formidlinga skal nå så mange grupper som mogeleg. Med dette meiner me å nå eit breitt utval av befolkninga.
- Formidlinga skal knytast til måla om berekraftig utvikling. Basisutstillingar manglar heilt eller delvis ved Hardanger folkemuseum, Hardanger fartøyvernssenter og Agatunet. Målet er at desse skal ha basisutstillingar ved utløpet av planperioden. Fleire av formidlingstilboda skal vera universelt utforma.

2.5 BEREKRAFTMÅLA OG FORMIDLING

- FN sine berekraftmål har fått ei sentral rolle i HVM sin strategiplan av 2022. Dei 17 berekraftmåla skal ligga til grunn for aktiviteten i museet. Når det gjeld formidlingsarbeidet vil me framheva museet si rolle for å sikra god helse og livskvalitet (3) og god utdanning (4). I tillegg vil formidlingsarbeidet vera oppteken av mindre ulikhet (10) og bidra til å bygga berekraftige byer og lokalsamfunn (11). I HVM skjer det også formidling kor ansvarleg forbruk og produksjon vil vera sentralt.(12)

TILGJENGE

HVM skal vera tilgjengeleg for alle, uavhengig av alder, kulturell og sosioøkonomisk bakgrunn og funksjonsevne. Museet vil i større grad leggja til rette for folk med ulike inkluderingsbehov, og sjå på korleis me kan imøtekomma ulike grupper med ulike føresetnader og behov. Museet vil spele ei aktiv rolle for å bidra til gode og inkluderande lokalsamfunn. HVM skal vera synleg og sentral i lokalsamfunna.

3.1 MÅLGRUPPER

Mål:

HVM skal vera tilgjengeleg for alle, og i dialog med eit breitt publikum. Å sikra at born og unge får møta kunst og kulturarv gjennom museum er ei prioritert oppgåve jf. Stortingsmeldinga Musea i samfunnet.

Tiltak:

- Avdelingane skal gjennomføre publikumsundersøkingar frå 2023 og nytta desse for å vurdera kva grupper som fell utanfor. Ut frå dette må ein vurdera tiltak for å nå breiare ut.
- Alle avdelingar bør kartleggja kva samarbeidspartnarar som finst i nærområda, som kan bidra til å nå fleire målgrupper og å gjera museet meir synleg og relevant.
- Arbeida for å styrka tilbodet til born og unge skal prioriterast på alle avdelingar skal permanente tilbod retta mot born vera på plass på kvar avdeling.
- Avdelingane bør jobba med spesifikke tiltak retta mot ungdom som eiga målgruppe. Dette kan vera prosjekt, involvering i utstillingsarbeid, eigne arrangement etc.

3.2 BESØKSTAL

Mål:

HVM har ei generell auke av besøkstal som mål. Det krev at museet når ut til nye grupper, og at me får publikum til å koma tilbake fleire gonger.

Tiltak:

- Medlemsskapet i Norske Publikumsutvikling (NPU) må forankrast i ein større del av organisasjonen. Korleis ein best får nytta seg av medlemsskapet må vurderast og evaluerast.
- HVM skal gjennomføra målretta brukarundersøkingar gjennom medlemsskap i NPU monitor, for å forstå brukarane og nå nye målgrupper (jamfør strategisk plan).
- HVM skal utvikla tilboda ved besøksstadene slik at fleire kjem att fleire gonger til dømes gjennom relevante arrangement. Arbeidet for å styrka banda til lokalsamfunna og målgruppene skal styrkast.
- Få fleire turistgrupper til museet. HVM skal søka samarbeid med destinasjonsselskap, hotell og andre reiseverksemdar for å gjera museumstilbodet betre kjend for reisande i regionen. Det må arbeidast med å få oversikt over den nye marknaden etter koronapandemien. Me skal utvikla pakker i samarbeid med andre aktørar i nærleiken.

3.3 OPNINGSTIDER

Mål:

- Opningstidene må vera lett tilgjengelege på alle plattformer, og ha ei synleg plass på nettsidene.
- For å styrka banda til lokalsamfunnet og jobbe for å nå eit meir mangfaldig publikum skal museet ha som mål å vera helgeope store delar av året.

Strategiar og tiltak:

- Det må vurderast korleis økonomi og personalressursar kan utnyttast for å halde avdelingane helgeope
- Eit heilårsope museum føreset at me har ressursar og gode tilbod gjennom året. Eit sterkt redusert tilbod i eit ope museum kan vera negativt for omdømmet til museet og avdelinga. Sesongvariasjonar i tilbod må vera tydeleg kommunisert på alle plattformer, slik at det er tydeleg for publikum kva tilbod dei møter og ein kan vurdere redusert inngangsbillett i periodar med begrensa tilbod.
- Utvida bruk av bygdetuna til arrangement, kurs med meir

3.4 PRISAR

HVM har felles pris på ordinære inngangsbillettar. Prisen er ein del av produktet. Riktig prissetjing kan bidra til å halda høg kvalitet på tenestene våre, og er eit sunt press på oss for at gjestene skal få det dei betalar for. God eigeninntening gjev goodwill og høve til å vidareutvikla og skapa nye tilbod.

Utfordringar:

Feil prissetjing er negativt. Dersom mange opplever tilbodet som for dyrt, snakkar dei om det til andre, og museet får difor negativ omtale.

Strategiar og tiltak:

- Føra ein aktiv prispolitikk, samsvar mellom pris og tilbod.
- Vidareføre samarbeid med andre museum i same geografiske område om felles Sommarpass.
- Sjå på høvet til samarbeid med andre aktørar (VFV med nye Vossabadet o.l.).
- Gratis inngang for barnehagar, grunnskule, og vidaregåande nivå. Born og unge er ei prioritert målgruppe. Barn kjem gratis inn på fleire av besøksstadane. Unntak kan vera utstillingar eller arrangement med store materialkostnader.
- Ulike klubbkonsept og gratisdagar på museet kan gje lokale ei kjensle av eigarskap til museet.
- Vurdera lågsesongprisar. Enkelte avdelingar har ikkje eit fullverdig tilbod vinterstid.
- Sesongkort er innført ved nokre av avdelingane. HVM må ha ein samla strategi kring bruken av desse, me må til dømes vurderast om sesongkort på ei avdeling skal gje rabatt på andre.

3.5 UNIVERSELL UTFORMING

20 % av befolkninga i Noreg har ei eller anna form for funksjonshemming innan syn, høyrse og framkomme. Det er ein demokratisk rett å nytta kulturtilbod, og det er vår oppgåve som tilbydar at omgjevningar, program, utstillingar, produkt og tenester er utforma slik at dei er tilgjengelege for flest mogleg.

Når me planlegg nye prosjekt og utstillingar skal me ta omsyn til behovet for universell utforming, og strekkja oss for å finna løysingar som ikkje ekskluderer enkeltgrupper.

Strategiar og tiltak:

- Midlar frå BufDir i 2022 skal nyttast til kartlegging av Agatunet og kompetanseheving på feltet universell utforming av verna/freda bygningar og tun som skal komme heile museet og andre museum i regionen til gode.
- Alle avdelingar bør kartleggjast med tanke på universell utforming. Som eit ledd i dette bør me gjera arbeidsmetoden *Mind the Gap* kjent for alle tilsette. Denne er utvikla av Norsk Døvemuseum og MiST. Metoden går ut på å avdekka og byggja bruer over gapet mellom bodskap/tilbod og brukarar av musea.
- Alle avdelingar bør lage ein tiltaksplan med kort- og langsiktige tiltak, og vurderer desse i høve egne ressursar.
- Rom, hus og stader med dårleg fysisk tilgjenge kan formidlast på alternative måtar, slik at besøkande likevel har tilgang til kunnskap og oppleving. Me bør ha eit pilotprosjekt – til dømes ein Virtual Reality-presentasjon av Lagmannsstova i Agatunet.
- Laga ei tilgjengeleg oversikt over kva midlar ein kan søkja for å betra tilgjenge for ulike grupper.
- Nettsider og innhald i sosiale medier skal utformes med kunnskap om universell tilgjenge.

3.6 Anna tilgjenge

Mål:

Uavhengig av alder, økonomi, utdanningsnivå og kunnskap skal musea vera tilgjengelege for alle og vera ein arena for ny kunnskap og opplevingar. All kommunikasjon må vera på eit språk folk flest forstår, og ein må ta omsyn til ulike brukargrupper.

Tiltak :

- Frontpersonale skal ha kjennskap til kor dei finn informasjon om tilbod og program ved dei ulike avdelingane i HVM.
- Alle utstillingar skal ha tekst på norsk og engelsk. Både nettstaden og varig informasjonsmateriell skal vera på nynorsk og engelsk. Me bruker piktogram (symbol) der det er nyttig.
- Basis- og sesongutstillingar skal ha eit tilbod for born (tekst, aktivitet).
- Leggja til retta for at born får meningsfulle møte med museet.
- Faguttrykk og framandord skal forklarast i tekstar retta mot publikum
- Ha eit tydeleg tilbod for dei som ønskjer fordjuping.
- Nærleik til publikum, til dømes: turnéverksemd, vandreutstillingar, samarbeid med bibliotek og kulturhus.

TILBOD OG INNHALD

Formidlingstilboda ved HVM omfattar utstillingar, kurs, pedagogiske tilbod på avdelingar og skuleturnear, verkstader for born, konsertar og føredrag, opne publikumsarrangement, leirskular og museumstokt på Mathilde, digital formidling og publikasjonar. Ei målsetjing er å oppnå fleire positive vekselverknader av det samla formidlingsarbeidet. HVM vil etablera relasjonar til born i tidleg alder. Prosjektet Nøring i regi av Hardingfela, som gir born i alderen fire til seks eit tilbod innan song og dans og tradisjonshandverk er eit godt døme på dette.

HVM har teke eit ekstra ansvar for immaterielt kulturminnevern innan fleire tradisjonsfag. Gjennom samarbeid og tilrettelegging har museet teke ein sentral posisjon for å halda faga levande lokalt, regionalt og nasjonalt.

Det er eit meir uttala mål at musea skal styrke eigeninnteninga. HVM bør i større grad skaffa seg økonomiske samarbeidspartar i planlegginga av tiltak og prosjekt.

Utfordring: HVM har eit solid fundament og eit godt innhald, men me når ikkje godt nok ut til publikum med kven me er, kva me har og det me gjer.

Tiltak:

- Formidling og innhald bør vera i dialog med kommunikasjonsarbeiderar og marknadsførarar i museet.
- Det må vera meir transparente prosessar kring nye formidlingsprosjekt ved avdelingane. Bruke den felles kunnskapsbanken som alle har eigarskap til, der dei gode ideane vert brukte opp att.
- Etablera ei større forståing internt om at museumsformidling angår alle tilsette i organisasjonen.
- Etablera museet som ein arena for minoritetar i samfunnet og ta ei rolle i å fylle tomrom kor dette er relevant, til dømes ved å vera arena for pride-arrangement eller tilby alternativ til skulen sin julegudsteneste.
- Opne opp for større medverknad frå brukarane, til dømes gjennom å nytte fokusgrupper.
- Trygge og kunnskapsrike tilsette i førstlinje, anten dei er faste eller ferievikarar.

4.1 UTSTILLINGAR (BASIS, TEMPORÆRE)

HVM tilbyd basisutstillingar knytt til fagområde, forskning og samlingar. Sesongutstillingar gjev kvart år avdelingane eit nytt element og gjer museet vitalt. Kunsthuset Kabuso har utstillingsverksemd som sitt primærområde.

Mål:

- HVM skal tilby utstillingar der både innhaldet og det visuelle held høg kvalitet.
- Forsking og kunnskapsutvikling ved HVM skal koma til syne i basisutstillingane og i eit utval av dei temporære utstillingane.

HARDANGER OG VOSS MUSEUM

- Basisutstillingane ved dei store besøksstadene skal fornyast og vera aktuelle både i form og innhald.
- Utstillingane skal vera tilgjengelege for eit breitt publikum, og skal innehalda tilrettelagte tilbod for born.
- Jobbe utifrå eit medvite forhold til kven me representerer og kven me når i arbeidet med utstillingar.

Strategiar og tiltak:

- Kvar utstilling må utviklast av eller i samarbeid med ei prosjektgruppe representert av ulike fagområde; formidlar, fagpersonar på feltet og formgjevar. Dersom formidlar ikkje har ansvar for utstillinga skal dei involverast i planarbeidet.
- Utstillingane skal ha element som inviterer til refleksjon og syne relevans til samtida.
- Born og andre målgrupper skal i større grad få medverka i oppbygginga av utstillingar.
- Skiftande utstillingar skal dokumenterast i form av tekst og bilete. Utstillingsarkivet skal vera lett tilgjengeleg og søkbart på nettsida til HVM. Større utstillingar bør ha eigen katalog.
- Utstillingane bør i større grad ta i bruk grep som aktiverer fleire sansar, for å auka tilgjenge og for å løfta utstillingopplevinga for publikum.

4.2 KURS

HVM er leiande på kursverksemd i tradisjonsfaga i regionen. Museet tilbyr kurs innan relevante felt som bygningsvern, folkemusikk, maritime handverk, kunst, bunad/folkedrakt og hardangersaum, og er viktige for å føra vidare den handborne kunnskapen. Kursa støtter opp under fleire mål og ambisjonar hjå musea; det er solid formidling, kor besøkande sit igjen med ei djupare forståing enn ved eit vanleg museumsbesøk. Det er overføring av handlingsboren kunnskap, som både fører kunnskap vidare til nye, men også gjer fagpersonar høve til fordjuping og strukturering av eigen kunnskap. Samtidig fungerer kursa som ein inspirasjon til ansvarleg forbruk og produksjon, og som del av ein berekraftig kulturturisme. På den måten er dei med å støtte opp under berekraftmåla. Fleire av kursa vert arrangert i samarbeid med lokale husflidslag. Norges husflidslag er akkreditert NGO til UNESCO, og jobbar mykje med immateriell kulturarv og raudlista handverksteknikkar. Gjennom kurssamarbeidet drar me nytte av kvarandre sin kompetanse, og bidrar til auka innsats, merksemd og aktivitet på feltet.

Mål:

- HVM skal halda fram med ei aktiv kursverksemd innan tradisjonsfaga.
- Forsking på immateriell kulturarv i museet skal komme folk til gode gjennom kursverksemd

Tiltak:

- HVM lagar ein årleg kurskatalog for alle kurstilbod i museet
- Fleire av kursa skal vera i samarbeid med lokale husflidslag

- Det skal lagast kurs tilrettelagt for ulike målgrupper og basert på ulik forkunnskap innan dei handverka museet forvaltar.

4.3 UNDERVISINGSTILBOD

HVM tilbyr ei rekkje undervisningstilbod til skular og barnehagar i regionen innan kulturarv, visuell kunst og folkemusikk.

Mål:

- HVM skal tilby kunnskapsbaserte opplevingar og undervisningsopplegg av høg kvalitet til barnehagar, grunnskulen og vidaregåande skulen. Opplevingane og opplegga skal samsvara med kompetansemåla i skuleverket, men også vera eit supplement til den kunnskapen skulen underviser i
- Undervisningstilboda skal vera attraktive for skulen og kjende også utanfor kommunegrensene.

Strategiar og tiltak:

- Undervisningstilboda i HVM skal vera synlege og lett tilgjengelege på avdelingane sine nettsider og fellesportalen til HVM, med peikarar til andre avdelingar sine tilbod.
- Alle undervisningstilbod skal ha ei tydeleg målsetjing for både elev, lærar og formidlar.
- Aktivitetsbasert formidling skal nyttast der det styrkar og gjev best fagleg utbytte.
- Kvar avdeling skal innan utgangen av planperioden ha tilbydd minimum eitt undervisningsopplegg som stør det tverrfaglege teamet i læreplanen - berekraftig utvikling.
- Undervisningstilboda skal evaluerast og kan vera utgangspunkt for eigen forskning.
- Hardanger og Voss museum skal vera ein aktiv samarbeidspart med Den kulturelle skulesekken i primærkommunar og i fylkeskommunen. Avdelingane bør ha dialog med kulturskulane om moglege samarbeid.

4.4 DIGITAL FORMIDLING OG KOMMUNIKASJON

Handverk eignar seg godt på film, og sidan 2017 har Hardanger fartøyvernsenter hatt ei offensiv satsing på digital formidling. Dette har resultert i massiv respons og ei stor auke av interesserte digitale gjestar, samt ei god samling av korte og informative filmar om dei ulike handverka. Hardanger fartøyvernsenter vart løfta fram som godt døme på arbeid med digital formidling i den nye stortingmeldinga for musea (2021). Ei vidare satsing på digital formidling i HVM vil styrka museet, både med tanke på formidling og marknadsføring. I 2018 vart det lansert ei ny nettside for HVM. Den har gjort museet til ei betre plattform i møtet med digitale besøkande.

Strategiar og tiltak:

- Alle bemanna avdelingar skal opparbeide seg kompetanse på bruk av sosiale medium og samarbeide med fagmiljø innan feltet. Fagtilsette og ansvarleg for

marknadsføring på avdelinga må samarbeida tett under innhaldsproduksjon, slik at fagleg innhald tar ein sentral plass på sosiale medium.

- Vidareutvikle nettsida til å bli ein god stad for formidling av museet sitt innhald.
- Avdelingane må vurderer om bruk av digitale verktøy kan styrka og fornya formidlinga knytt til alle større prosjekt.
- Det bør utarbeidast ein plan for digitalt arbeid i HVM og avdelingane (jamfør strategisk plan).
- HVM må samarbeida med fagmiljø innan feltet.
- Arbeidet som vert gjort på avdelingane må verta meir synleg i sosiale medium og på nettsida. Arbeidet med å produsera og publisera små filmar som formidlar handlingsboren kunnskap på nettet skal halda fram.
- Oppretthalda arbeidet med publisering på Digitalt museum, og gjera innhaldet meir synleg på eigne nettsider.

4.5 GENERELT PUBLIKUMSTILBOD, OMVISING, AKTIVITETAR, ARRANGEMENT

Det særeigne skal styrkast ved å dyrka heilskapen på kvar enkelt avdeling. Det skal gå ein raud tråd frå utstillingar, tilbod og arrangement til publikumsmottak, kafé og butikk.

Mål:

- HVM skal tilby kunnskapsbaserte omvisingar til alle utstillingar og i dei ulike anlegga.
- HVM skal ha eit samansett og variert tilbod av arrangement gjennom vinterhalvåret: konsertar, føredrag og aktivitetsdagar retta mot ulike målgrupper.

Strategiar og tiltak:

- Alle omvisarar skal få ei grundig opplæring i fagkunnskap og i vertskapsrolla. Det skal leggjast til rette for at omvisarane får høve til fagleg påfyll etter behov.
- Me skal nytta informasjon om grupper, slik at me kan tilby målretta omvisingar.
- Alle avdelingane skal laga årshjul for aktivitetane sine, slik at me får eit mest mogeleg einskapleg og mangfaldig tilbod.
- HVM skal ha eitt årleg fellesprosjekt – til dømes knytt til mangfaldsproblematikken.
- Avdelingssamarbeid om barneverkstader. Etablera ein aktivitetsbank der avdelingane kan hente idear og oppskrifter til aktivitetar. Vellukka aktivitetar kan sendast på turné – ein aktivitet frå kvar avdeling turnerer til dei andre avdelingane og supplerer på opne dagar.

PROFILERING

Styrken i museet ligg i fagfelte våre og i dei einskilde avdelingane. Det er viktig at dei ulike fagområda i museet vert løfta fram i profilering av museet. Dette er avgjerande for at innhaldet skal nå ut på ein truverdig måte.

5.1 GRAFISK PROFIL

Dei einskilde avdelingane har varierende fagkompetanse på grafisk formgjeving. I 2022 fekk me ny designprofil, med malar for både trykte og digitale media. Dagens publikum har høge krav til det visuelle uttrykket, ikkje minst frå store kulturaktørar som HVM. I planperioden blir implementering av den nye profilen viktig, og opplæring i de nye malane og verktøya.

Tiltak:

- Intern opplæring i det nye materiellet og programvara, for ei felles forståing av profilen, med rett bruk av profilhandboka. Den nye designprofilen tydeleggjer at Hardanger og Voss museum er ein paraply, og ikkje ei avdeling eller ein besøksstad.

5.2 SPRÅKFØRING

HVM treng ei meir medviten og heilskapleg språkføring. I alt utoverretta materiale er nynorsk målforma me nyttar.

Mål: Kommunikasjonen eksternt skal i hovudsak vera på nynorsk, på eit språk tilpassa mottakaren.

Strategiar og tiltak:

- HVM skal kontinuerleg jobbe for god internopplæring.
- HVM skal etablere gode rutinar rundt tekstarbeid og publisering av tekstar retta mot publikum.

6. KOMPETANSEHEVING

Arbeidet med museumsformidling krev at ein stadig held seg oppdatert både nasjonalt og internasjonalt på kva som rører seg på feltet. Feltet er i stadig utvikling og stiller høge krav til til dømes det digitale og arbeidet med mangfald og inkludering.

Mål:

- Dei tilsette ved HVM skal vera oppdaterte på nye formidlingsmetodar og -former.
- Organisasjonen skal prioritera kompetanseheving innan formidling breitt hjå alle tilsette, ikkje berre dei som arbeider innan formidlingsfeltet.
- Formidlarane vert oppmoda til å forske på eigen verksemd.

Strategiar og tiltak:

- Museet skal delta aktivt i nasjonale nettverk og forum der politikk om museum, kunst og fartøyvern vert formidla og skapt.
- Det skal setjast av tid til kompetanseheving for kvar enkelt tilsett.
- Ved alle nye tilsetjingar i museet skal ein vurdere bakgrunn i eit mangfaldsperspektiv og etterstreve mangfald i heile staben. Mange sitt på «usynleg»

HARDANGER OG VOSS MUSEUM

kompetanse som kan komma museet til gode i arbeidet med å skape eit museum for alle.

- Kompetanse som alt finst på museet bør nyttast i interne kurs.
- Avdelingane skal i større grad vera tilgjengeleg for bruk av kvarandre sin kompetanse. Det må lagast felles retningslinjer for internfakturering ved slike høve.
- Opplæring og fagleg påfyll for omvisarar og vertskap. Fagdagar i museet ein gong i halvåret med tema formidling. Kurs i publikumshandtering og service for sesongtilsette og frontpersonell skal koplast på det årlege fyrstehjelpskurset.
- Formidlingsleiarane skal involverast i forskingsaktivitet på museet.
- Formidlingsleiarane skal reise på minimum ein årleg studietur.