

Hvad kan museerne bruge undersøgelsen til?

- Øge fokus på det budskab, der skabes i formidlingssituationen.
- Nuancere forståelsen af en formidlingssituations "genstand".
- I højere grad erkende museets rolle som en institution med et budskab, der søges udtrykt gennem formidlingssituationen.

Afhandlingens empiriske grundlag

Afhandlingen bygger på en kvalitativ empirisk undersøgelse med vægt på autoetnografisk metode og forskningsinterviews. I alt indgår egne erfaringer fra 24 frilandsmuseer og historiske centre samt interviews med 9 publikumsdeltagere ved dramatiseret rundvisning i Den Gamle By.

Om Ingrid Vatne

Ingrid Vatne har en tværfaglig baggrund som cand.mag. i Æstetik & Kultur og som cand.mag. i Kulturvern & Kulturformidling, hun har skrevet sin ph.d. afhandling ved Institut for Æstetik og Kommunikation, Center for Museologi ved Aarhus Universitet, hvor hun har indgået i forskningsprogrammet Kunst, Litteratur og Kulturstudier. Undersøgelsen er støttet af Kulturstyrelsen som en del af styrelsens satsning på forskning i formidling. Hendes forskningsmæssige fokus er på publikumsdeltagelsens betydning for formidlingsbudskabet.

Kontakt

Ingrid Vatne,
E-mail: kuniv@hum.au.dk
Mobil: 41628536

Aarhus Universitet
Institut for Æstetik og Kommunikation
Langelandsgade 139
Jens Chr. Skous Vej 2 og 4 (bygning 1485 og 1481)
8000 Aarhus C



DRAMATISERET MUSEUMSFÖRMIDLING

EN UNDERSÖGELSE AF DELTAGELSESASPEKTET
I FORMIDLING PÅ FRILANDSMUSEER OG
HISTORISKE CENTRE

Ph.d.-afhandling af Ingrid Vatne



AARHUS UNIVERSITET

Den Gamle By

STYRELSEN

DRAMATISERET MUSEUMSFÖRMIDLING

EN UNDERSÖGELSE AF DELTAGELSEASPEKTET I FORMIDLING PÅ FRILANDSMUSEER OG HISTORISKE CENTRE

Opsummering af hovedpointer fra ph.d. afhandlingen "Dramatiseret museumsformidling – en undersøgelse af deltagelsesaspektet i formidling på frilandsmuseer og historiske centre" af Ingrid Vatne, Institut for Æstetik og Kommunikation, Aarhus Universitet og Den Gamle By med støtte fra Kulturstyrelsen. Afhandlingen undersøger publikumsdeltagelse som betydningsbærende element i museumsformidling på frilandsmuseer og historiske centre. Med fokus på aktivering af sanser og følelser i formidling undersøges deltagelse på tilsammen 24 frilandsmuseer og historiske centre i Vesteuropa og Australien.

Publikumsdeltagelse og kommunikeret identitet

Afhandlingen fremhæver, at deltagelsesoplevelsen er afhængig af kommunikeret deltageridentitet. Den kommunikerede identitet kan være et "filter" som en formidlingssituation erfares igennem og som bidrager til at skabe vedkommende oplevelser af historien og fortidige hændelser. Kommunikeret identitet kan også opstå som følge af sanseaktivering og indtryksstyring, som bygger på forventninger, kontraster o.l. Deltagelseserfaringen afhænger derfor af, hvordan museet opbygger deltagelsesidentiteten som del af formidlingssituationens dramaturgi.

Publikumsdeltagelsens betydning for formidlingsbudskabet

Afhandlingen fremhæver, at publikumsdeltagelsen har betydning for formidlingsbudskabets karakter. Deltagelsens karakter kan fremhæve formidlingsbudskabet som en fortælling om fortiden, bidrage til frembringelsen af en sanselig størrelse og gøre denne til genstand for

kommunikation, frembringe historien som minder eller også som aktuelle og vedkommende størrelser for nulevende mennesker. Det formidlingsbudskab, som træder frem i den enkelte formidlingssituation, er afhængig af den måde, hvorpå publikum oplever at deltage.

Deltagelseserfaring som undersøgelsesobjekt

Sansernes betydning for deltagelseserfaringen er svær at undersøge med ord alene. Afhandlingen peger på metodiske udfordringer som følge af at skulle oversætte erfaringer til skrift og tale.

Behov for gentænkning af formidlingsterminologi for dramatiseret museumsformidling

Deltagelsesbegrebet som betydningsmæssig størrelse i formidlingsbudskabet udfordrer den anvendte formidlingsterminologi og fremhæver behovet for en gentænkning af begreberne. Udfordringen består i, at betydning ikke længere skal forstås som en iboende egenskab men som en kommunikativ handling, hvor forholdet mellem deltager og formidlingsbudskabet får opmærksomhed.

Deltagelsesoplevelsen bygger på kommunikation af identitet som fortolkningsredskab

Afhandlingen påpeger, at selv om deltagelse og oplevelse er subjektive størrelser, er deltageroplevelsen afhængig af en kommunikeret deltageridentitet, som fungerer som fortolkningsredskab for de besøgende. Der er behov for at stille skarpt på sanseaktivering forstået i relation til et sprogsystem, hvor sanselige størrelser tildeles betydning, som kan kommunikerer til publikum. Deltagelsens betydning afhænger af, hvordan publikums tilstedeværelse indskrives i formidlingsdesignet i den enkelte formidlingssituation og i sammensætningen af flere formidlingssituationer.

Kommunikeret identitet og identitetsopbygning

Ingrid Vatne understreger betydningen af, at den erfaring, som publikum får gennem deltagelse i museumsformidling, hænger sammen med den identitet, som museerne tildeler publikum i den enkelte formidlingssituation. Museumserfaringen bidrager til læring gennem den individuelle identitetsopbygning. Aktivering af særlige performative identiteter bidrager til at gøre museernes budskab vedkommende og aktuelle for publikum.