



Formidlingsstrategi

Formidlingsstrategien skal understøtte Museerne Helsingørs mission, vision og værdier. Dette sker gennem fire fokusområder, der er gennemgående for formidlingstiltag på de fire udstillingssteder, i lokalområdet, i undervisning og gennem museernes kommunikation med publikum.

1. Faglighed i al formidling

Museernes formidling skal belyse forandringer, variationer og kontinuitet i menneskenes livsvilkår. Dette arbejde hviler på en professionel tilgang til formidling med fokus på faglighed og troværdighed. Faglighed og troværdighed skabes ved at alt, der opleves på og udgår fra det enkelte museum, fremstår gennemarbejdet og velovervejet, både i forhold til udtryk og indhold. Endvidere betyder det, at enhver formidling har en tydelig, genkendelig og troværdig afsender.

Vi prioriterer at arbejde tværfagligt og er bevidste om et balanceret produkt for publikum. Når vidensformidling foregår i samspillet mellem museets to enheder; Forskning - og Samling samt Publikum - og Oplevelse, så opstår synergi og mindre afdelingsopdeling. Særligt i forbindelse med opstart af nye projekter (udstillinger, events, undervisning). Derudover prioriteres et strategisk arbejde med publikum, frivillighed og eksterne partnere.

2. Åbenhed og klar kommunikation i mødet med publikum

Museerne skal understøtte den lokale selvforståelse og identitet, men skal samtidig kunne have en regional og national betydning. Formidlingsarbejdet har derfor et naturligt fokus på publikums oplevelse i mødet med museerne:

- at skabe levende aktiv involverende formidling med inddragelse af publikum
- at nå nye målgrupper
- at engagere frivillige i arbejde med kulturarven på tværs af alder og geografi og skabe grobund for meningsfulde fællesskaber
- at skabe nye, frugtbare koblinger mellem formidling af kulturarven og erhvervslivet
- at initiere til samarbejde mellem mange aktører med det mål at udvikle og gennemføre historiske formidlingstiltag

Vi har en oprigtig interesse for publikums for-forståelse, deres oplevelse og ikke mindst den betydning, formidlingen har for den identitetsnære og relationsbårne oplevelser. Denne viden sikrer vi os i form af kvalitative brugerundersøgelser og ved at inddrage publikums umiddelbare reaktioner og tilbagemeldinger i arbejdet med at levendegøre, optimere udstillinger/events/undervisning. Museerne skal fremstå fordomsfrie, inkluderende og seriøse i kommunikationen på udstillingsstederne og i ethvert andet formidlingstiltag – i både form og indhold. Brugen af sociale medier er en bevidst kommunikationskanal, der forgår på to niveauer, centralt fra Museerne Helsingør og decentralt fra de fire museers lokaliteter. Her er til dels tale om den traditionelle

formidling af tiltag og begivenheder, men også dialog og ideudvikling med brugere og interessegrupper, der spiller sig selv ind i samarbejder om nye aktiviteter og tiltag. Det er også en særlig ambition, at museerne skal kunne tale til publikum med forskellige forudsætninger og aldre. Vi arbejder derfor med kvalitative brugerundersøgelser og evaluerer endvidere på nuværende formidlingsprojekter for at blive klogere på fremtidige formidlingstiltag.

3. **Nysgerrighed** som stærkeste formidlingsgreb

Det vigtigste værktøj i museernes formidlingstiltag. Om det er på museerne, i byrummet eller i kulturlandskabet, så er nysgerrighed det stærkeste værktøj til at lede brugerne til fordybelse, refleksion og indsigt. Nysgerrigheden vækkes ved at skabe aktuel og vedkommende formidling i øjenhøjde, ved at overraske og udfordre eller ved aktivt at involvere og inddrage brugerne i formidlingen. Nysgerrighed skabes således ved at skabe identitetsnære oplevelser, der kan involvere og aktivere publikum.

Derudover er det en ambition, at formidlingens opfindsomhed og kvalitet skal kunne skabe opmærksomhed lokalt, regionalt og nationalt.

For at sikre, at oplevelsen bliver optimal, udfordrer vi vores egen nysgerrighed og faglige udvikling. Vi indgår ikke kun i formidlingsfaglige netværk, men også i andre udviklende miljøer, der kan skabe afsæt for sparring og mulige nye samarbejder. Alt sammen med fokus rettet på at udvikle kreative og innovative læringsmiljøer, der kan stimulere nysgerrighed og fordybelse.

4. **Ekstern finansiering** som central præmis for den gode formidling

En afgørende forudsætning for at skabe professionel og seriøse formidling er ekstern finansiering. Afsøgning af finansieringsmuligheder og ansøgninger i forlængelse heraf skal derfor medtænkes som en del af ethvert formidlingstiltag, fra undervisning til frivillighed, udstillinger, arrangementer og events. Vi medtænker derfor altid brugerbetaling som en finansieringsmulighed ved afvikling af konkrete projekter og ved events/undervisning/udstillingsåbninger.

Markører i tiden. Da vi lever i et samfund i konstant udvikling er vi altid på udkig efter markører fra publikum og borgere, teknologisk udvikling m.m. der kan give os et praj om trends og stemninger i tiden. Det er afgørende vigtig, at Museets formidlingsstrategi således forholder sig til det omgivende samfund.

Ud over de fire hovedfokusområder har vi følgende markører indtænkt i formidlingen i tæt overensstemmelse med Helsingør Kommunes vision 2030: Tilgængelighed, oplevelsesbaseret viden, glæde, engagement, entusiasme, autentisk møde, sammenhængsforståelse, dannelse, medskabelse, demokrati, klima, tilhørsforhold, relevans, SoMe, åbenhed, transparens, mangfoldighed, bæredygtighed, kreative uddannelsesmiljøer, fællesskaber, nysgerrighed, ro og fordybelse.

Form, ramme og formater. Museerne Helsingørs formidling strækker sig fra udstillinger, skoletjeneste, reenactment events, levende Lystgård, byvandring, foredrag, kurser, arkivarisk

borgerservice -til selvguidede historiske ture i Nationalpark Kongernes Nordsjælland. Kommunikationen forgår ligeledes via de mange frivillige tilknyttede "historiske-ambassadører", foreninger, lokale medier, museet hjemmeside, socialemedier og i interessefælleskaber.

Formidlingsaktiviteterne er tematiserede og udgår fra de tre hovedområder:

1. Helsingør i Sundtoldtiden
2. Helsingør i værftstiden
3. Kulturlandskabet

Vi skaber rammen, inviterer publikum ind, inspirerer og fastholder dialog og involvering med det sigte, at fortid og nutid smelter sammen i en ny mere nuanceret viden for den enkelte. Vi ønsker at vores publikum bliver meget mere end blot en gæst, de skal være medaktører i et brugervenligt univers. Derfor er det personlige relationsbårne møde meget væsentligt. Dernæst er sociale medier og andre digitale teknologier et vigtigt redskab, vi er opmærksomme på i arbejdet med at involvere og kommunikere aktuelle events og fysiske udstillinger.

Formidlingsenheden har dermed sit strategiske sigte på at facilitere og koble de tre rammesatte historiske temaer med det, der optager publikum - og med det, der foregår i museets forskning.

Kommunikation er en del af opgaven for Museerne Helsingør. Vi er forpligtet til at fortælle om vores virke så flest muligt har kendskab, forståelse og tillid til det vi laver. Overalt i museets opgaveløsning indtænkes kommunikation som en integreret del af arbejdsprocessen. Vi tilstræber en klar, enkel og konkret stemme i såvel vores interne som eksterne kommunikation. Intern kommunikation skal være rettidig, forståelig og relevant, derfor arbejder vi konstant på at nå medarbejderne, der hvor de er.

Ekstern kommunikation er målrettet publikum, og vi forsøger hele tiden på at finde nye veje for hurtig, præcis og forståelig information. Vi er dermed konstant opmærksomme på nye medier og nye måder at løse kommunikationsopgaven på. Der er mange mennesker, der har en bred interesse i hvad Museet laver. Derfor ønsker vi åbenhed og transparens i vores opgaveløsning med aktiv målrettet kommunikation initieret af os. Vores kommunikation er kompetent og enkel og vi forsøger altid at sætte os i modtagerens sted. Vi vil altid sætte os for, at kommunikere sagligt og professionelt med respekt for modtageren. I strategiperioden udarbejdes en kommunikationsstrategi, med det sigte at øge både museumsvante og ikke museumsvante borgers kendskabet til museets tilbud og virksomhed.