

# *"Grav opp kanalene og oversvøm museene!"*

Strategi og virkemidler for en ny utstillings- og publikumsvirksomhet  
ved NTNU Vitenskapsmuseet



Trondheim mars 2005

*"Hvem er det vi har ansvar overfor? Er det de levende eller de døde? Den eksisterende tilstanden er en del av fortiden, vi må bygge for fremtiden. Kom igjen! Sett fyr på bibliotekshyllene! Grav op kanalene og oversvøm museene?"<sup>1</sup>*

Grave opp kanalene og oversvømme museene? Hvorfor så drastiske tiltak? Hvilke farer representerer disse fredelige, støvete og introverte institusjonene? Eller er det historiene de forvalter på fellesskapets vegne som er farlige? Eller måten de forvalter disse historiene på? I alle fall, noe er det med dagens museumsinstitusjoner som gjør at de er satt under debatt – hardt, kritisk, og med fokus på sin egen rolle: Hva skal et museum være? En passiv formidler av etablert kunnskap eller et sted hvor man kan hente inspirasjon til kreativ refleksjon over viktige spørsmål i livet? Skal museene være et talerør for det forgangne, eller skal de fokusere på forhold i vår egen samtid? Skal musene være kritiske og kontroversielle eller innta iakttakerens objektive formidlerrolle? Skal museene bevare eller utfordre? Er museene elitens arena, hvilket mye kan tyde på, og hvordan skal i så fall det museale rommet demokratiseres? Hvordan fange opp og slippe andre publikumsgrupper inn i dette rommet? Hvilken rolle skal museene spille i nasjons- og identitetsoppbygging i vårt flerkulturelle samfunn?

Spørsmålene er mange og viktige, for mye tyder på at museene, tross sitt ille rykte om å være utgått på dato, har spilt, og fremdeles spiller, en vesentlig rolle i vår nasjonale selvforståelse? Ved å stille kritiske spørsmål til museenes funksjon og rolle i samtiden, stiller vi oss samtidig undrende til noe vi egentlig vet svært lite om. Det er gjort lite forskning på museene som kulturinstitusjoner i Norge. Vi vet for lite om hvorledes museene fungerer og effektene den museale virksomheten har på det norske samfunnet. Det gjør situasjonen vanskelig med hensyn til å velge adekvate virkemidler for museenes viktigste funksjon, den forskningsbaserte kunnskapsformidlingen. Hvordan formidle, til hvem, og med hvilke ønskede effekter? Dette er sentrale spørsmål som bestemmer rammer og målsetting for ethvert musealt formidlingstiltak.

Vitenskapsmuseet feirer sammen med DKNVS 250-årsjubileum i 2010. Det er i den forbindelse et naturlig mål for museet å fornye de snart 50 år gamle basisutstillingene. Disse utstillingene representerer de kunnskaps- og opplevelsesmessige kjerneverdiene i museet og er basis for den skolebaserte formidlingsvirksomheten. Planlegging av nye utstillinger kan imidlertid ikke sees isolert fra den øvrige publikums- og samfunnskontakten, for eksempel kan ikke planleggingen av basisutstillingene sees isolert fra en samlet utstillingspolitikk som også omfatter annen utstillingsvirksomhet. Det foreliggende dokument er ment å gi noen overordnede føringer på forhold som har både umiddelbar og på lengre sikt betydning for realiseringen av nye basisutstillinger ved Vitenskapsmuseet.

Trondheim 13.februar 2005

---

<sup>1</sup> Erling Fossen: "Brenn museene!" Kronikk i Morgenbladet 31.12.1999

**Hovedmål:**

- Vitenskapsmuseet skal bidra til å realisere NTNUs allmennrettede formidlingsmål ved å være arena for formidling av natur- og kulturhistorisk forskning, samlinger og museale tradisjoner.
- VM skal bistå andre fagmiljø ved NTNU i realiseringen av utstillingsmål.
- Målgruppen skal være allmennheten med særlig vekt på barn og unge. VMs formidlingsvirksomhet skal vektlegge tid, autentisitet og objektet som grunnleggende elementer i utstillingsvirksomheten.
- Formidlingen skal være aktuell og samfunnsdeltakende og utfordre tradisjonelle forestillinger om kultur og natur gjennom temavalg og formidlingsform.
- VM skal utvikle høy kompetanse på museumspedagogikk og utstillingsteknikk og styrke formidlingskompetansen i seksjonene.

**Strategier:**

**Å være godt synlig gjennom aktuelle og engasjerende prosjekter der objekt, tid og autentisitet står sentralt skal oppnås gjennom følgende hovedstrategier nedfelt i strategiplanen fra 2003;**

- Vitenskapsmuseets formidlingsvirksomhet skal være aktuell og samfunnsdeltakende og utfordre tradisjonelle forestillinger om kultur og natur.
- Vitenskapsmuseet skal øke besøkstallet i utstillingene fra 15 000 til 50 000, hvorav minst 25 000 elever fra skoleverket og barnehager pr. år.
- Vitenskapsmuseet skal øke tilgjengeligheten og attraktiviteten av Ringve botaniske hage for allmennheten og skoleverket.
- Vitenskapsmuseet skal revidere de faste utstillingene i samsvar med hovedmålets intensjoner om vektlegging av objekt, autentisitet og tid.
- Vitenskapsmuseet skal faglig og organisatorisk integrere de enkelte seksjonene vesentlig sterkere i den samlede formidlingsvirksomheten.

### **Avgrensning av formidlingsbegrepet**

*Universitetsloven slår fast at "Institusjonene har ansvar for å formidle kunnskap om virksomheten og for å utbre forståelse for vitenskapens metoder og resultater". Loven pålegger universitetene å ha forskningsbiblioteker og museer med vitenskapelige samlinger og publikumsutstillinger. Ved NTNU (1996) inngår formidling som ett av fem overordnede mål, og gjentas i NTNU sin strategi (1998) mot 2010. Strateginotatet har fokus på allmennrettet formidling. Vitenskapsmuseet nevnes som en av flere aktører i støtteapparatet rundt NTNUs allmenne fagformidling. Det er derfor viktig i dette strateginotatet også å avklare museets rolle mer presist i forhold til NTNUs allmenne forskningsformidling. I nasjonal strategi for allmennrettet forskningsformidling definerer Norges Forskningsråd dette slik: "Forskningsformidling er primært knyttet til formidling av forskningsresultater og forskningsprosesser med overføring av ny kunnskap og innsikt som intensjon. En kan la begrepet også omfatte formidling av forskningens potensial og mulige konsekvenser".*

### **Virksomhetsidé**

Vitenskapsmuseet har allmennrettet forskningsformidling som en kjernevirksomhet. Målet med virksomheten er å spre kunnskap om kultur-, natur- og teknologihistoriske forskningsresultater med basis i museets samlinger, utstillinger, forskningskompetanse og i samarbeid med øvrige forskningsmiljøer ved NTNU. VM skal være en institusjon som oppsøkes for informasjon, opplevelse og inspirere til refleksjon og kritisk tenkning omkring sentrale kultur-, natur-, og teknologihistorie problemstillinger. VM skal være et sted som publikum i Midt-Norge umiddelbart vender seg til for å skaffe seg dypere innsikt om aktuelle og spesielle natur- og kulturelle fenomener. Utstillingene og formidlingsmetodene som benyttes, skal være mangfoldige og gi en helhetlig og flerfoldig opplevelse.

### **Ny plan for utstillingsvirksomheten**

VMs hovedmål skal realiseres gjennom en samlet plan for fornyelse av utstillingenes funksjon og rolle. Denne planen skal bygge på en overordnet formidlingsstrategi med basis i NTNUs kreative, kritiske og konstruktive målsettinger for samfunnskontakt og samfunnsdeltakelse. I det foreliggende dokumentet presenteres fem strategier og tiltak i forhold til arbeidet med nye utstillingsplaner med vekt på målgrupper og markeditiltak, og syv strategier med tiltak direkte knyttet til utstillingenes funksjon og rolle. Målsettinger, strategier og tiltak har fokus på

styrking og videreutvikling av formidlingsarbeidet ved VM - organisatorisk, faglig og administrativt.

### *Status og behovet for videre utbygging av formidlingsvirksomheten*

---

Mellom 50 000 og 100 000 mennesker benytter seg hvert år museets ulike formidlingstilbud på Kalvskinnet, Ringve Botaniske hage, Svinviks Arbort og Kongsvoll fjellhage. Ytterligere et stort publikum nås gjennom publikasjoner, radioprogrammer og omtale i media, samt henvendelser til Vitenskapsmuseets seksjoner. I tillegg foregår formidlingsinnsats gjennom forsknings- og oppdragsvirksomheten. VM er med dette en betydelig aktør for allmennrettet forskningsformidling innen natur- og kulturhistorie i Midt-Norge. Halvparten av brukerne er fra skolesektoren. Mye av VMs formidlingsvirksomhet er naturlig knyttet opp mot basis- og temporære publikumsutstillinger i Gunnerushuset. Disse utstillingene er for de eldste vedkommende kommet til i en tid og under andre forhold for allmennrettet formidlingsarbeid enn dagens. Selv om det finnes betydelige kvaliteter i de gamle utstillingene, hersker det liten tvil om at dagens situasjon, preget av intensiv påvirkning fra massemedia, kritisk bevissthet og økt konkurranse om publikum, stiller helt andre krav til utstillingenes form og innhold. Ikke minst er det nødvendig med en faglig oppgradering av mange av de eldre utstillingene.

Utstillingene, og virksomheten i tilknytning til disse, som omvisninger og foredrag, kan ikke beskrives og utvikles isolert fra den samlede, utadrettede publikumsvirksomheten. For å tydeliggjøre det strategiske helhetsgrepet på fornyelsen av VMs utstillinger, er det behov for å utarbeide særskilte strategier og tiltak for den allmenntrettede forskningsformidlingen med særlig tilknytning til den samlede utstillingsvirksomheten.

### *Allmennrettet forskningsformidling; målgrupper, kunnskapsbehov, markeditiltak*

---

Kunnskap erverves i samspill mellom forskningen og samfunnet den er en del av, og formidling av denne kunnskapen er derfor mer enn bare spredning av forskningens produkter. Formidling omhandler således forholdet forsker - omgivelser og refleksjon rundt prosessen, samt forskningens samfunnsbidrag. Den bør gi publikum innsyn i kunnskapstradisjoner, og de komplekse prosesser som skaper og fornyer kunnskap og kunnskapsbehov i gitte samfunnssammenhenger. Målet er overordnet forståelse og inspirasjon til å formulere nye

problemstillinger. Allmennrettet forskningsformidling retter seg til hele befolkningen. For å oppnå størst mulig effekt i formidlingsarbeidet er det likevel to hovedmålgrupper som peker seg ut; 1) *Skolen, lærerne, barn og unge* har behov for innsikt i forskningens betydning i samfunnet. Lærerne har en tosidig rolle; de er både en målgruppe for kunnskap fra forskere, og de er formidlere av forskningsresultater til sine elever. Natur- og kulturhistoriske museer har en viktig rolle å fylle i denne sammenheng, og 2) *Journalister* i trykte og elektroniske medier har også en tosidig rolle; de er målgruppe for forskernes formidling og de er kritiske viderefornidlere til allmennheten. Skolen og pressen har derfor en strategisk og en operativ rolle i forskningsformidlingen. Formidling omkring hvordan systematisk kunnskapsutvikling og nyere forskningsresultater influerer på vår hverdag og refleksjon og debatt rundt hvordan dette påvirker samfunnsutviklingen, står her sentralt.

Skolens behov avklares ved forskning om skolehverdagen. Forskning som basis for beslutninger, øker muligheten for å nå formidlingsmål mot skole og den øvrige allmennhet. Dette er også i tråd med universitetets prinsipper om vitenskapelig basert virksomhet, og er en ytterst viktig del av visjonen om å spille en rolle i kunnskapssamfunnet. Systematisk kunnskapsutvikling, refleksjon og debatt omkring utfordringer er avgjørende for framgang. Å vinne innsikt i disse grunnleggende faktorene for formidlingsarbeidet er sentralt i en moderne formidlingsstrategi. Museologi – forskning om museenes mål og metoder – er et prioritert arbeidsområde.

Relasjoner til journalister og media er viktig. Dette dreier seg om å få ut informasjon om hva museet har å tilby. Særlig aktuelt er dette i forbindelse med spesielle begivenheter knyttet til korttidsutstillinger, vandreutstillinger, og relansering av faste og allerede eksisterende utstillinger som oppgraderes samt etablering av nye basisutstillinger. En PR-plan og ansvarsfordeling i forhold til systematisk å informere pressen om aktuelle saker ved museet er derfor en integrert del i en strategisk plan for allmennrettet forskningsformidling. VM vedtar i 2005 en markedsplan rettet mot formidlingsvirksomheten. Markedsplanen skal brukes aktivt i markedsføringen av VMs formidlingsaktiviteter.

## *Utstillingenes funksjon, rolle og innhold i en samlet formidlingsvirksomhet*

---

Typen og betegnelsen på utstillinger varierer, men de deles i hovedsak inn i basis-, temporære-, og korttidsutstillinger.

1) *Basisutstillingene* har en mer eller mindre permanent karakter og formidler kunnskap om samfunnsutvikling og naturhistorie i et langtidsperspektiv. Vitenskapsmuseet ønsker ved slike utstillinger å presentere forskning ved museet og NTNU, og forhold som belyser samspillet mellom natur-, kultur-, kunnskapstradisjoner- og teknologisk utvikling. Publikum, særlig skolen, forventer gjerne at universitetsmuseene tilbyr ganske komplette tematiske utstillinger som kan benyttes som en faglig oppdatert oppslagsbok og referanseramme i sentrale kultur- og naturhistoriske tema, og med spesiell belysning av regionale forhold, 2) *Temporære utstillinger* er tidsbegrensede utstillinger som er dynamiske og tidsaktuelle og er ment å fungere som en ”museal” kommentar til viktige trender og tema i samfunnsdebatten, men som samtidig også gir god mulighet for fordypning. De har dessuten en viktig rolle i å mobilisere samlinger og aktivere den vitenskapelige kompetanse både ved museet og i noen tilfeller også eksternt innenfor NTNU. Utstillingene kan ledsages av utdypende foredragsserier og fungerer gjerne i et samspill med aktiv deltakelse av museets og andre forskere, 3) *Korttidsutstillinger*, herunder vandreutstillinger, tar opp aktuelle og kontroversielle tema i samfunnsdebatten i et kritisk perspektiv og er gjerne raskt skiftende utstillinger som normalt står en kortere tid.

DKNVS og NTNU Vitenskapsmuseet har en lang historie og er internasjonalt en forskningsinstitusjon med lang kontinuitet i vitenskapelig virksomhet og publisering gjennom sine tidsskrifter *DKNVS Skrifter* og *DKNVS Forhandlinger* - som ble opprettet i 1761. Museet står slik sett tradisjonelt svært sterkt som kunnskapsformidler i Midt-Norge. Museets historie og hvordan ulike forsknings- og formidlingstrender historisk har utviklet seg, samt endringer i synet på kulturhistorie og naturvitenskap som gjenspeiles i historien, er i seg selv verdifull kunnskap. Denne er egnet til å belyses gjennom eksisterende utstillingsinnretninger, gjennom de historiske gjenstandene i de natur- og kulturhistoriske samlingene, og ved den opprinnelige museumsarkitekturen. Samlet representerer disse materielle levningene av tidligere tiders innsamlings- og museumspraksis en type institusjonshistorie og kunnskapshistoriske tradisjoner som gir ekstraordinære muligheter til formidlingstilbud bygd på autentisitet som går innpå 250 år tilbake i tid. Ulike sider ved institusjonshistorien er derfor et område som fortsatt har mye uforløst potensial i seg.

## *Oppsummering - konklusjon og tilråding*

---

Som grunnleggende strategisk føring står det fast at allmennrettet forskningsformidling er en hjørnestein i VMs og NTNUs virksomhet, og at dette skal øke samfunnskontakt og gjøre VM og NTNU godt synlig. Ved fem strategier med ulike tiltak mot målgrupper og markedstiltak identifiserer strategiplanen ulike veier til måloppnåelse. Målsettinger knyttet til videreutvikling av utstillingenes funksjon og rolle og tilrettelegging av museumsarealet for publikum, inne som ute, er videre nedfelt i syv strategier med tilhørende tiltak.

Sentrale komponenter i de første strategiene er tydelig avklaring av målgrupper og behandles i henholdsvis **strategi 1.1** og **1.2**. Et særtrekk ved VM er videre den betydelige forskningsaktivitet og kontakt ut i distriktene i Midt-Norge, og som gjennom **strategi 1.3** skal formaliseres og øke i tiden framover. Viktige faktorer for å lykkes med intensjonene er profesjonell markedsføring og gode publikumsfasiliteter ved museet, samt kunnskap om museets samlede kompetanse og formidlingsmuligheter og målgruppenes behov og interesseområder. Disse grunnleggende forholdene er behandlet i **strategi 1.4** og **1.5**.

Utstillinger, forskning, samlinger og VMs historie tilbake til etableringen av DKNVS er VMs varemerke. Dette vil også videre bli en sentral del av formidlingsvirksomheten. Målsettinger knyttet til utvikling av utstillingenes funksjon og rolle, og tilrettelegging av museumsarealet for publikum, inne som ute, er derfor nedfelt i syv strategier med tilhørende tiltak. **Strategi 2.1** innleder med løsninger til hvordan VM skal øke sitt samfunnsengasjement gjennom ny utstillingsvirksomhet og tilhørende aktiviteter. **Strategi 2.2** gir oppmerksomhet til forvaltning av de allerede eksisterende utstillingene. I et offensivt publikumsarbeid inngår helhetstenking som inkluderer arealarrondering både i museet og på utearealene. Dette er tema i **strategi 2.3** og **2.4**. Moderne museums- og publikumsarbeid fordrer også løsninger tilpasset publikums praktiske muligheter for å benytte museet og deres ønsker om opplevelser og muligheter til innlevelse. Hvordan dette skal møtes, er presentert i **strategi 2.5** Her inngår bl.a. nytenking om museets tilgjengelighet for publikum. Utstillingsteknikk og utvikling av ulike arrangement i forbindelse med utstillings- og formidlingsprosjekter er også sentrale elementer. Et særtrekk med VM er institusjonens kunnskapshistoriske tradisjoner og spesielle samlinger som i **strategi 2.6** foreslås omsatt i formidlingsprosjekter i samarbeid med NTNU for øvrig. **Strategi 2.7** peker avslutningsvis på den profesjonalisering og økt innsats som fordres for å nå målene.



Som oppfølging av dette dokumentet tilrådes museumsledelsen å utrede et realistisk ressursbehov for virksomheten som her er beskrevet. Med ressursbehov forstås areal- og kompetansebehov, driftsmidler, samt vurdere behovet for eventuelle organisatoriske endringer for å kunne realisere de strategier og tiltak som er presentert i dette strategidokumentet. Det tilrådes videre at Seksjon for formidling (SF) skifter navn til *Seksjon for publikumsvirksomhet og samfunnskontakt* (SPS) i den hensikt å tydeliggjøre seksjonens samlede ansvars- og arbeidsoppgaver.

### *Strategi for allmennrettet formidlingsaktivitet med relevans for planlegging av nye basisutstillinger – mål og tiltak*

---

#### **Strategi 1.1 Målgrupper og tiltak**

*VMs formidlingsprogrammer skal være tydelige og rettet mot prioriterte publikumsgrupper slik de er listet i VMs generelle strategiplan fra 2003 og i markedsplan fra 2005, dvs. skoler og barnehager, familier, NTNU, studenter, turister, minoritetsgrupper samt pressen.*

- Det skal hvert år utarbeides tilrettelagte program mot en særskilt målgruppe innenfor publikumsgruppene NTNU-tilsatte, studenter og minoritetsgrupper.
- VMs samlede utstillingsprogram skal presenteres hvert halvår på hjemmesiden og ved andre hensiktsmessige kanaler.
- I løpet av museumsåret skal minst ett ekstra utstillingstilbud utenom de faste og større temporære utstillinger rettes mot en av de prioriterte målgruppene.
- Temautstillinger skal utveksles gjennom universitetsmuseenes til en enhver tid fungerende samarbeidsorganer og nettverk.

#### **Strategi 1.2 Særskilt om målgruppen skoleverket**

*VM ønsker å forankre forskningsformidlingen mot skolens læreplaner, ved brukerundersøkelser mot skolens øvrige behov, samt gjennom VMs egen virksomhet og profil.*

- VM skal avholde årlige lærerkurs i bruk av museet i undervisningen, samt utarbeide en forelesningsserie om bruk av museet i undervisningen for lærerutdanningen ved DMMH, HiST, HiNT, og NTNU-PLU.
- Det skal presenteres halvårige undervisningsprogram mot førskole, grunnskole og videregående opplæring med utgangspunkt i skoleverkets læreplaner og museets formidlingsmuligheter.

- Skoleprosjektet skal i samarbeid med sin referansegruppe, gjennomføre regelmessige brukerundersøkelser som avklarer skolens behov ved bruk av museet og VMs øvrige formidlingstilbud.
- Skoleverket skal i de tilfeller det er mulig inviteres til å delta aktivt i arbeidet med formidlingsprosjekter.
- VM skal inngå sterkere i samarbeid med utdanningsinstitusjoner innen læreropplæring.
- VM skal bestrebe seg på å lage formidlingsprosjekter som er nyvinnende innenfor museumspedagogikken med hensyn på originalitet, undervisnings- og formidlingstekniske metoder.

### **Strategi 1.3 Særskilt om formidlingsarbeid i distriktene og lokale prosjekter**

*VM opprettholder og øker kontakt og nettverk mot skole og øvrig publikum i distriktene både gjennom virksomheten på Kalvskinnnet og på Ringve, og ved lokale prosjekter i Midt-Norge.*

- Eksterne nettverk mot lokale museer og andre relevante miljøer (foreninger, organisasjoner osv. med tilknytning til museets faglige virksomhetsområder) skal aktivt videreutvikles for å styrke samhandling på formidlingsområdet i VMs museumsregion.
- Internfagrådet skal etablere rutiner for hvordan VMs formidlingsseksjon kan bistå i gjennomføring av utstillings- og formidlingsprosjekter i distriktene.

### **Strategi 1.4 Informasjonstilgang, tilrettelegging, markedskunnskap og markedsføring**

*VMs ulike tilbud skal være synlige og lett tilgjengelige. Utstillings- og formidlingsprogrammet baseres på intern kompetanse og på målgruppens ønsker og behov. Formidlingstilbudet gjøres kjent gjennom effektive markedsføringstiltak med utgangspunkt i Markedsplan 2005.*

- For å styrke og videreutvikle servicefunksjonene mot publikum, skal det etableres en gruppe ”museumsverter”. Disse skal være godt synlige og til enhver tid tilgjengelige for publikum, de skal ha god kunnskap om Vitenskapsmuseets historie, basisutstillingene og det gjeldende publikumstilbudet. Museumsvertene skal være grundig innsatt i museets sikkerhetsrutiner for publikum.

- Alle publikumskategorier skal sikres god tilgjengelighet til alle museets utstillinger og øvrige publikumsarealer gjennom fysisk tilrettelegging og tydelig skilting/informasjon.
- Markedsplanen 2005 skal brukes aktivt ved alle markedsføringstiltak.
- Det skal gjennomføres publikumsundersøkelser hvert andre år for å sikre tilstrekkelig kunnskap om publikums interesseområder og deres bruk av museet og det øvrige formidlingstilbudet.
- Publikum skal gies muligheten til å evaluere resultatet av ethvert museumsbesøk.
- Museets hjemmeside ([www.vitenskapsmuseet.no](http://www.vitenskapsmuseet.no)) skal brukes aktivt i markedsføring av formidlingstilbud.

### **Strategi 1.5 Om bruk av VMs og NTNUs kompetanse**

*Utstillinger og formidlingsprogram bygger på forskning og fagområder på VM, men det skal også legges til rette for at NTNU for øvrig er representert i formidlingsprogrammet.*

- Kompetanse og interesse for formidlingsprosjekter blant VMs fagpersonell skal kartlegges og legges til grunn for kompetanseutvikling på formidling.
- SFs fagråd stimulerer og inviterer til formidlingsprosjekter, og gir tilbakemelding på formidlingsforslag fra VMs faggrupper og -personell.
- SFs fagråd skal ta initiativ til at andre forskningsmiljøer ved NTNU aktivt oppsøkes mht. formidlingssamarbeid.

### *Strategiske føringer for utstillingenes funksjon og rolle*

#### **Strategi 2.1 Om VMs samfunnsengasjement**

*VM ønsker å være aktuell og engasjert i samfunnsdebatten ved å bidra til utdypende bakgrunnkunnskap om hendelser og begivenheter i samtiden.*

- VM skal produsere minst en større tverrfaglig temautstilling innenfor natur- og kultur hvert fjerde år. Utstillingene skal ha fokus på overgripende samfunns- og naturfenomener.
- Det skal produseres korttidsutstillinger og små eksperimenterende formidlingsprosjekter som med bakgrunn i VMs fagkompetanse, skal belyse og stimulere til refleksjon omkring aktuelle problemstillinger med et natur- og kulturhistorisk perspektiv.

- Det skal utarbeides foredragsserier, demonstrasjoner, ekskursjoner, vandringer etc. i tilknytning til tema som belyses i museets basisutstillinger og i aktuelle temautstillinger.
- VMs forskere skal brukes aktivt i formidlingsvirksomheten med basis i museets utstillinger, og etter nærmere retningslinjer være tilgjengelige for publikum.

### **Strategi 2.2 Om faste utstillinger**

*VM ønsker å opprettholde basisutstillinger som en integrert del av formidlingstilbudet.*

- Det skal utarbeides en plan for reovering, og faglig og pedagogisk oppdatering av eksisterende basisutstillinger som blir besluttet bevart og for nye, faste utstillinger.
- Deler av de gamle basisutstillingene som har særlig stor kulturhistorisk verdi, skal bevares som visualisering av kunnskapshistorie og fagdidaktiske utstillingssjangere.

### **Strategi 2.3 Arealbruk og funksjonsdeling av utstillings- og publikumsarealene**

*VM skal bestrebe seg på å samle publikumstilbud, herunder utstillinger, butikk, kafé og andre utadrettede fasiliteter. Det skal legges til rette for økt fysisk tilgjengelighet mot formidlingsarenaer, utstillingsgallerier og servicefunksjoner på museumsområdet.*

- Gunnerushuset skal utvikles til en publikumsbygning hvor alle basisutstillinger og andre utstillingssjangere skal samles.
- Det skal utarbeides en samlet plan for at nåværende og framtidige utstillinger får hensiktsmessige arealer og en god lokalisering i eller i tilknytning til Gunnerushuset.
- Gunnerushusets utstillingslokaler skal så vidt mulig tilbakeføres til sine originale arkitektoniske former og funksjoner for å styrke opplevelsen av ekthet og autentisitet.
- Den byhistoriske samlingen skal gjenoppstilles på en sentral plass, som en del av museets basisutstillinger. Kirkeutstillingen skal vurderes flyttet for økt tilgjengelighet/oppmerksomhet.
- Utstillingsarealer skal utformes slik at de gir mulighet for pedagogisk og kunstnerisk utfoldelse. Publikumsfasiliteter (samlingslokaler, ”stille rom”, hvilegrupper, etc.) skal gies prioritet.

## **Strategi 2.4 Tilrettelegging av utearealene**

*Utearealene rundt museet inkluderes i arbeidet med å tilrettelegge fasilitetene for publikum.*

- Museumsområdet skal utvikles til et arkitektonisk og landskapsmessig visuelt og rekreativt tiltalende område på Kalvskinnet.
- Utearealet skal tilrettelegges for økt publikumstilstrømming og større publikumsarrangement.
- Publikum skal møte eksempler på museets samlinger allerede i utearealene.
- Museets kafe og butikk skal utvikles og integreres i strategien for økt publikumsbesøk.

## **Strategi 2.5 Om andre utstillingsrelaterte formidlingstiltak**

*VM har en målsetting om øket publikumstilgang ved å utvide formidlingstilbudet gjennom en systematisk satsning på temporære tematiske utstillinger, korttidsutstillinger, vandreutstillinger, magasinutstillinger, aktivitetsrom etc.*

- Museet skal vurdere løsninger for å la publikum få innblikk i magasineringsarbeidet ved museet.
- Nye modeller for åpningstid, herunder kveldsåpent museum, skal utprøves.
- Det skal utvikles program for publikumsrelaterte begivenheter som gjør museet til en dynamisk, mangfoldig og spennende arena for kunnskapsformidling, for eksempel forskermøter, fortellerstunder, omvisning i utstillingene, foredragsserier omkring aktuelle emner, dramatiseringer, musikkteater og andre kulturelle aktiviteter.
- Det skal etableres aktivitetssenter og hands-on løsninger der dette er hensiktsmessig.

## **Strategi 2.6 Institusjonshistorie og kunnskapshistoriske tradisjoner**

*VM har sitt historiske utgangspunkt i Norges eldste vitenskapelige institusjon, DKNVS, og har her et særlig ansvar for formidling av kunnskapshistoriske tradisjoner med utgangspunkt i egen historie og eget materiale, sett på bakgrunn av internasjonale strømninger.*

- VM skal bistå NTNU i planleggingen av universitetshistoriske samlinger.
- VM skal bevare deler av museets utstillinger som kunnskapshistoriske tidsbilder, som utgangspunkt for formidling av kunnskapstradisjoner, og som bidrag til refleksjoner over kunnskapsbegrepet og kunnskap som en primær drivkraft i samfunnsutviklingen.

- Det skal lages en museumshistorisk utstilling som viser institusjonens samlings- og formidlingstradisjoner gjennom for eksempel Gunnerus' og Hammers samlinger og andre gjenstander av kunnskapshistorisk interesse i museets samlinger.

**Strategi 2.7 Profesjonalisering, ansvars- og arbeidsdeling mellom formidlingsseksjonen og de øvrige fagseksjonene.**

*VM skal profesjonalisere formidlingsvirksomheten gjennom kompetanse- og organisasjonsutvikling på områder som er viktige for å sikre en helhetlig og mangesidig visuell, pedagogisk, faglig og inspirerende opplevelse av de kunnskapstemaer som presenteres i utstillingene.*

- SF skal samordne og følge opp formidlingstiltak med utgangspunkt i museets formidlingsstrategier ut fra følgende retningslinjer:
  - Alle formidlingsprosjekter skal prosjektorganiseres.
  - SFs fagråd skal gi råd om prioriteringer mellom internt og eksternt foreslåtte formidlingsprosjekter samt legge retningslinjer for organisering og gjennomføring av prioriterte prosjekter ut fra faglige og formidlingstekniske vurderinger.
  - Foreslåtte formidlingsprosjekter skal endelig godkjennes av museumsdirektør og/eller museumsstyret.
  - Ethvert formidlingstiltak ut over handlingsplanen skal forelegges museumsdirektør.
  - Fagseksjonene har et selvstendig formidlingsansvar på linje med universitetets øvrige enheter, men SF skal holdes løpende orientert om formidlingsvirksomheten på seksjonene gjennom internfagrådet.
  - Forskningsformidling og aktiv innsats for tilføring av eksterne midler til formidlingsprosjekter, skal stimuleres gjennom insentivmidler.
  - De faglige og organisatoriske forbindelser mellom VM og FAROS skal utredes.