



NORSK OLJEMUSEUM

ÅRBOK 2002



NORSK OLJEMUSEUM

Mot et interaktivt museum

Kari Meek og Geir Mossige Johannesen

Museene, slik de framstår i dag, har en relativt kort historie. Men opprinnelsen til museene kan dateres så langt tilbake som til antikkens Alexandria. Da var museet eller *museion* en samling av gjenstander som ble brukt til studier. Samlingene var ofte satt i forbindelse med dokumentsamlinger eller bibliotek. Dette var steder hvor de lærde kunne fordype seg i studier og de var ikke åpne for vanlige folk.

I renessansen begynte man å interessere seg for mennesket og verden – for framskrittet. Og de privilegerte, de med mulighet til å bruke tid og økonomi på studier, begynte å bygge opp sine egne private samlinger. Universitetsmiljøene hadde sine samlinger i forbindelse med studier og forskning innen blant annet legevitenskap, arkeologi og geologi. Ønsket var å forstå eller forklare verden på en annen måte enn gjennom det verdensbildet kirken la fram. De samlet på gjenstander for å forstå mennesket og den fysiske verden omkring seg. Kunstnerne begynte å studere anatomi og perspektiv for å gjengi virkeligheten på en mest mulig korrekt måte. Vitenskapelige instrumenter, mineraler, fossiler, dyr, og menneskelige artefakter ble samlet for å kunne utføre eksperimenter og studier og som igjen kunne føre utviklingen framover. Disse samlingene for studier og stedene for å stille ut gjenstandene ble «arvet» av de første offentlige museene.

Det var på slutten av 1700-tallet og begynnelsen av 1800-tallet at både British Museum i London, Louvre og Musée d'Histoire Naturelle i Paris ble opprettet. Her ble for første gang samlingene åpnet opp for et bredere publikum. Nå var museene blitt en del av den offentlige sfæren.

I tillegg til studier og selve underholdningselementet i de utstilte gjenstandene skulle dette også være steder for folkeopplysning. De fikk her se ting de ikke hadde mulighet



Kari Meek (f. 1967) Cand. Philol. Fra Universitetet i Bergen med hovedfag i Massekommunikasjon og kulturformidling. Hun har bakgrunn som konsulent på Hå gamle prestegard, men har siden 1998 vært ansatt som utstillingsleder på Norsk Oljemuseum.



Geir Mossige Johannesen (f. 1966) er formidlingsleder ved Norsk Oljemuseum. Mossige Johannesen er utdannet cand. scient med hovedfag i geologi ved Universitet i Bergen. Han har tidligere arbeidet som lektor.

til å se ellers, som for eksempel utstoppede dyr, klesdrakter fra fremmede strøk og tider, og andre eksotiske og spennende ting.

Museene fikk dermed den funksjonen vi kjenner dem for i dag. Men museene har utviklet seg enda videre. Universitetsmuseene eller bymuseene har fått nye tilskudd på museumsstammen. Dette er spesialmuseer og temamuseer som tar for seg et område av historien eller samfunnet som sitt spesialfelt. Museumsverden i dag dekker de fleste områder som tenkes kan. Vi har veimuseum, telemuseum, barnemuseum, filmmuseum, krigsmuseum, flymuseum og oljemuseum. Noen ganger vil det også være nødvendig med en diskusjon om benevnelsen museum er berettiget på noen av nykomlingene.

Nye formidlingsteorier

Museenes innhold kan også formidles ved å bruke elementer av mer aktiviserende grad. Dette gjøres i stor grad i såkalte vitensentre eller science centre. Science centre har eksistert i USA og Europa i flere år. Disse henvender seg i stor grad til et ungt publikum, og har som målsetting å øke interessen for de basale realfagene. At hele den vestlige verden opplever en dramatisk svikt i interessen for, og rekruttering til realfagene er en kjensgjerning. Opprettelsen av vitensentre ses på som et viktig tiltak i arbeidet med å snu denne trenden.

Norge har til nå hatt svært få vitensentre. Det mest kjente er Teknoteket som nå er en del av Teknisk Museum i Oslo. Imidlertid har det de siste årene klart kommet til kjenne et ønske om å opprette flere sentre også her i landet, og utdannings- og forskningsdepartementet slår i sitt strategidokument for styrking av realfagene (november 2002) fast at opprettelsen av vitensentre er et viktig tiltak for å stimulere holdningene til realfag hos allmennheten.

Hva er det så som kjennetegner et vitensenter og den pedagogiske forankringen som ligger til grunn for formidlingen ved slike steder? Interaktivitet er nøkkelordet. Gjennom å generere aktivitet og ved å la publikum delta og bli involvert i sitt møte med teknologi og vitenskap, er målet å vekke undring og fascinasjon – og dermed lærelyst.

Vi vet at motivasjon er en grunnleggende, og kritisk faktor i en læringsprosess. Dette underbygges sterkt av de seinere års forskning innen læringspsykologi. Hvis formidleren, det være seg læreren eller en utstilling på et museum, feiler i å skape motivasjon for emnet som skal formidles, foregår det svært lite læring hos tilhørerne. Med andre ord, ingen lærer hvis de ikke vil! Vi vet også at folk, gamle som unge, er forskjellige og har ulikt utgangspunkt for å tilegne seg kunnskap.

Dagens læringssyn bygger på den såkalte «konstruktivismen», hvor teorien er at hver enkelt konstruerer sin egen kunnskap ut fra egne forutsetninger. Vi vet også at kulturelle- og sosiale sammenhenger påvirker læringsutbytte hos den enkelte. Nevrologen Howard Gardner lanserte i 1999 begrepet «multiple intelligenser». Gardner understreker i sitt forskningsarbeide at menneskets intelligens er sammensatt og kan beskrives i åtte ulike typer (språklig, logisk/matematisk, visuell/ romlig, musikalsk, kroppslig,

*ALLE MANN UT!
Redningsstrømpen
er et interaktivt
utstillingsselement
på Norsk
Oljemuseum.*



FOTO: LISE BIELAND

naturalistisk, interpersonlig og intrapersonlig). Alle besitter disse ulike intelligensene, men vår egen styrke ligger innenfor en eller to av dem. For å sikre et godt læringsutbytte for flest mulig blir det derfor viktig å stimulere alle intelligensene i en formidlingssammenheng.

I lys av dette ønsker vi på Norsk Oljemuseum å skape et godt læringsmiljø hvor den indre motivasjonen hos den enkelte blir drivkraften for læring. Det



Mange spennende opplevelser på Norsk Oljemuseum. På vei inn i redningskapselen.

blir også viktig å tilfredstille publikums ulike intelligensstyper. Dette ønsker vi å gjøre ved å integrere vitensenterinstallasjoner i allerede eksisterende utstillinger. På denne måten får vi satt det enkelte eksperimentet inn i en tematisk sammenheng. Dermed vil installasjonen, som har aktivitet som grunnleggende prinsipp, føles relevant og vil gi mening. Et eksperiment som forklarer fenomenet oppdrift kan brukes som et relevant eksempel i denne sammenhengen. Plassert isolert kan et eksperiment med dette temaet som utgangspunkt raskt bli oppfattet som «teoretisk» og «kjedelig», selv om interaktiviteten er ivaretatt. Opplevelsen av «er dette viktig?» og «hva er nytteverdien i det praktiske liv?» kan fort dominere. Dette vil gi begrenset motivasjon og dermed et begrenset læringsutbytte. Plasseres samme eksperiment i sammenheng med en utstilling som, for eksempel omhandler gigantiske plattformkonstruksjoner i betong kan spørsmålet «hvordan i all verden kan disse betonggigantene flyte?» fort melde seg. Den besøkende har dermed en indre motivasjon for å gyve løs på eksperimentet som omhandler oppdrift. Summen av motivasjon og interaktivitet, gjerne i samhandling med andre besøkende, vil dermed skape et svært godt fundament for god læring. At eksperimentet er plassert tematisk i en museumsutstilling vil også tilfredstille langt flere «intelligenser» enn samme eksperiment plassert løsrevet og uten en slik forankring. Vi tror dermed at integreringen av vitensentertankegangen i en allerede museal kontekst vil være den mest vellykkede måten å kommunisere med et mangeartet publikum på.

Museets styrke i dagens informasjonsflom

Museene må i dag spørre seg selv i hvilken retning de skal gå. Spørsmålet blir om denne type institusjon skal forsøke å konkurrere med andre underholdningsinstitusjoner som vi omgås daglig. I tidligere tider hadde museet

Petro vil vise vei til de nye vitensenterinstallasjonene på museet. Petro er utarbeidet av Fasett.



en tiltrekningsgrad ved at det var der publikum fikk se ting de ikke hadde mulighet til å oppleve ellers. I dag er verden blitt veldig liten og de fleste har både reist til fremmede land og kulturer, og ikke minst sett filmer både fra andre steder og tider slik at ingenting er ukjent lenger. Barn og ungdom ser naturprogrammene på Discovery Channel og vet antagelig mer om den indiske tigers en en europeisk vitenskapsmann på 1700-tallet gjorde. Museene klarer ikke å konkurrere med denne opplevelsen ved å vise en utstoppet tiger i glassbur lenger. Vi kan få tak i all slags eksotisk mat og fremmede kulturer er en del av dagens samfunn. Fra historiske filmer kjenner vi også klesdrakter, hårfrisyrer, arkitektur og interiører fra en rekke tidsperioder og steder i verden som en utstilling ikke ville klart å formidle uten å bruke svære arealer.

Barn og unge har i dag tilgang til en mengde spennende dataprogram, CD-roms osv. Å forsøke å ta opp konkurransen om å lage spennende audiovisuelle spill eller programmer med kommersielle selskap som lever av å gjøre dette, er trolig ikke veien å gå for museene. For det første vil utviklingskost-

nadene være svært høye og nivået vil sannsynligvis aldri kunne måle seg med det som blir produsert av spill industrien. Erfaringsmessig har ikke våre egenproduserte interaktive program appellert i like stor grad til publikum. Det som viser seg å fungere best, er de autentiske programmene som er utviklet til opplæring/simulering i oljeindustrien. Eksempelvis har et pc-basert sikkerhetskurs utviklet for oljearbeidere vært populært blant museets besøkende.

Hva er så museets styrke i dagens informasjonsflom? I forhold til det som er nevnt tidligere vil det antakeligvis være at museets publikum kan komme nær de virkelige ting, som er satt inn i en kontekst og historie. Styrken til museet vil derfor ligge i å kombinere konkrete gjenstander med interaktive eksperimenter og pedagogiske aktiviteter. Denne autenticiteten vil verken film, tv eller spill noen gang få. Det vil derfor være viktig å skape en forventning og fascinasjon rundt gjenstandenes historie og egenskaper.

En annen rolle museet kan innta, er gjennom skiftende utstillinger å ha muligheten til å ta opp aktuelle tema. Dette er også noe sentrale myndigheter oppfordrer museene til å gjøre. Museet kan altså være en arena for tema i den aktuelle samfunnsdebatten. Her er ikke utgangspunktet de gode gjenstandene, men den gode problemstillingen. Deretter gjelder det å finne den gode måten å formidle problemstillingen på gjennom gjenstander og andre formidlingsformer.

For Norsk Oljemuseum vil det kunne være mange aktuelle tema å lage utstillinger om. Det vil også her være mulighet til å kunne være utgangspunkt for debatter og dialoger med ulike deler av samfunnet. Vi hadde blant annet en utstilling i 2000–2001 om kvinner som arbeider i oljeindustrien. Der tok vi opp utviklingen fra å være et totalt mannsdominert samfunn til dagens mer integrerte arbeidsplass. De norske forholdene ble også sammenlignet med arbeidsforholdene til kvinner i industrien på britisk sektor med en utstilling fra Aberdeen Maritime Museum. I forlengelsen av denne utstillingen gjøres det flere studier med utgangspunkt i dette materialet både på norsk og britisk side.

Med formidlingsmetodene som skissert ovenfor oppfyller museets utstillinger både prinsippet om «Hands-on» og «Minds-on». Dette er metoder det snakkes mye om i museumsverden i dag. I artikkelen «Beyond Understanding: Curatorship and Access in Science Museums» beskriver Jim Bennett tre faser i museumsutviklingen hvor vi nå beveger oss inn i den tredje fasen. De to første er tradisjonelle science museum og det tradisjonelle science center. Han mener at publikum ikke bare vil ha ren vitenskap, de vil også vite noe mer om de sosiale kontekstene vitenskapen står i. Gjennom å kombinere konkrete gjenstander med interaktive eksperimenter og pedagogiske aktiviteter ønsker Norsk Oljemuseum å bevege seg over i en slik tredje fase. På denne måten får vi ikke bare vist teknologien og vitenskapene rundt petroleumsindustrien, men også satt den inn i en helhetlig sosial og historisk kontekst.