# NORSK OLJEMUSEUM
# ÅRBOK 2000

NORSK OLJEMUSEUM

# Museumsutstillinger som kunstverk?

*Kari Meek*

Norsk Oljemuseum er i noen sammenhenger blitt kalt et samtidsmuseum. Med det menes at innholdet i museet presenterer en nåtid like mye som en fortid. Museet skal dokumentere og formidle en industri og teknologi som fortsatt er i bruk og i utvikling, og som er hverdag for svært mange mennesker. Betegnelsen samtidsmuseum kan også innebære at museet signaliserer en samtid ved den formen og det «språket» som brukes i formidlingen.

De permanente utstillingene på museet er laget i samarbeid med arkitektfirmaet LPO Arkitektur & Design. Dette er arkitekter som har arbeidet mye med utstillingsdesign, blant annet var de ansvarlige for Norges paviljonger på verdensutstillingene i Sevilla i 1992 og Hannover i 2000.

Norsk Oljemuseum er nå i en fase hvor vi endrer utstillingene våre. Bakgrunnen for dette arbeidet kan være at utstillinger ikke har fungert på en god måte i møte med publikum, eller at det er nye tema som skal inkorporeres i de eksisterende utstillingene. Formspråket disse utstillingene skal kommunisere med, vil kunne variere fra utstilling til utstilling.

I april åpnet museet utstillingen «Petroleumssamfunnet». Den er laget i samarbeid med kunstnerne Eli Glader og Susanne Christensen. Denne artikkelen omhandler utstillinger som kommunikasjonsform generelt og dette prosjektet spesielt.

## Utstillinger som kommunikasjonsform

Ordet utstilling kan defineres som å «vise noe med en hensikt». Det er altså en grunn til eller et ønske om å vise eller formidle noe mer enn bare formen i en museumsutstilling. Utstillinger har store fordeler som kommunikasjonsform sammenlignet med todimensjonale medier som bøker, film og tv. I utstillinger er det mulig å vise virkelige ting som publikum kan oppleve i rommet. De kan gå rundt, eventuelt ta på og få en fornemmelse av dimensjoner og stoffligg-

**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.**

het. I boken «Exhibitions in Museums» skriver forfatteren Michael Belcher at det å bringe publikum nær gjenstander på en sikker måte for begge parter, er den viktigste funksjonen museumsutstillinger har. Det er på museum at folk kan oppleve gjenstander satt inn i en sammenheng og få en forståelse av størrelser, farger, form, bruk og bakgrunn.

Kulturviteren Walter Benjamin skriver mye om fascinasjonen ved møtet med det autentiske. I sine betraktninger legger han hovedvekt på opplevelsen av kunstverk i forhold til reproduksjoner av verkene. De autentiske objektene har ifølge Benjamin en aura som ikke kan erstattes gjennom kopier eller bilder. Møtet med gjenstandene Her og Nå vekker en følelse hos publikum av noe spesielt og unikt. Det å se bildet av «Mona Lisa» i Louvre i Paris er noe helt annet enn å se en reproduksjon i en bok eller på nettet når som helst. Et virtuelt besøk på et museums nettsted vil derfor aldri erstatte det virkelige besøket. En gjenstand på et museum som kan knyttes til en historie, fascinerer publikum på en helt spesiell måte. Gjenstandene trenger nødvendigvis ikke være unike. Det kan være helt ordinære gjenstander som når de blir satt inn i en sammenheng blir fascinerende.

Utstillinger har ikke bare mulighet til å vise virkelige gjenstander – mange sanser kan påvirkes. Ved å ta på, høre, lukte og kanskje også smake får publikum en totalopplevelse av utstillingen. Når vi bruker flere sanser, husker vi også bedre det vi har opplevd. Det vil være lettere å huske en utstilling om boredekket på en plattform om publikum kan stå inne i en virkelig borebu, kjenne lukter og ta på instrumentene enn om borebua bare ble beskrevet ved hjelp av tekst og bilde.

I en utstilling kan mange virkemidler tas i bruk: modeller, gjenstander, grafiske elementer, levende bilder, ulike teknologiske effekter, lyd, lukter, bevegelse, lys, teatralske effekter og basiselementer som farger, former, linjer og teksturer. I kommunikasjonen med publikum må det derfor gjøres mange valg før en utstilling blir til. Det skal velges hvilken form og hvilken måte temaet skal «snakke» med folk på. Det gjøres valg som knytter seg til hvordan hjelpemidler skal tas i bruk og hvordan temaet skal kommuniseres. Det mest vanlige er å bruke designere eller arkitekter for å finne en form på det temaet museet ønsker å formidle.

Men utstillinger har også sine begrensninger. For det første er det veldig vanskelig å lage «De Virkelig Gode» utstillingene. Utstillinger skal fungere på mange plan, de skal være pedagogiske, underholdende, spennende, nyskapende og de skal tåle stor slitasje over lang tid. Det å tilfredsstille disse kravene er svært utfordrende, og alle utstillinger blir ikke like gode. I tillegg vil det som med alle andre formspråk være subjektive oppfatninger av hva som er bra og hva som er dårlig. Gode utstillinger er dessuten svært kostbare. Med teknisk utstyr og spesiallaget interaktiv programvare er det fort gjort å komme opp i sekssifrede beløp. De fleste utstillingene må derfor søkes dekket gjennom eksterne midler, noe som kan være tidkrevende og vanskelig å få til. Utstillinger tar også opp store arealer, og

*Kunstnerne Susanne Christensen (sittende) og Eli Glader i arbeid med utstillingen «Petroleumssamfunnet».*

godt vedlikehold er nødvendig. Det er en forutsetning at det faglige innholdet holder et seriøst nivå, samtidig som stoffet skal populariseres. Et godt gjennomarbeidet forprosjekt og klare definerte problemstillinger er derfor nødvendig. Det er mange hensyn som skal tas før en utstilling settes i gang.

## Utstillinger som kunstverk

En utstilling innebærer et ønske om å vise noe med en hensikt. På sitt beste kan en utstilling ha kriteriene som brukes til å definere kunst – nemlig å få fram en emosjonell respons hos publikum. Vi sier ofte at god kunst «beveger» oss. En god museumsutstilling kan også gjøre det. Utstillinger kan få fram begeistring, entusiasme, sinne, overraskelse og engasjement. En museumsutstilling bruker ofte mange av de samme elementene som kunst gjør, men formen er ikke nok i seg selv. Det må ligge et ønske om å formidle noe bak formen og effektene. Formen må formidle et budskap. Estetikk er et ord som ofte benyttes om kunst. Estetikk kan defineres som persepsjonen av det vakre. Estetikk er også en subjektiv vurdering og ved en utstilling er det formgiverens estetiske syn som vil gjelde.

I utstillingen «Petroleumssamfunnet» har vi valgt å bruke to kunstnere til utformingen. En annen gang kan det være naturlig å bruke teater- eller filmscenografer som formgivere. Valget må ses i sammenheng med det uttrykk og tema som skal formidles. En scenograf er vant til å arbeide i rom og til å dramatisere og fortelle historier. Gode utstillinger bygges som regel rundt en historie som blir godt fortalt. Kunst kan også fortelle gode historier. Dagens kunstbegrep er svært vidt og innbefatter mange arenaer. Det er ikke bare i kunstgalleriet vi kan oppleve kunst. Et samarbeid mellom ulike formspråk og ulik bakgrunn vil derfor være spennende i den videre utviklingen av utstillingene på museet.

## Petroleumssamfunnet

Det konkrete utstillingsprosjektet som vi begynte å planlegge i januar 2000 har som tema å vise et mangfold av produkter vi får fra olje og gass. Temaet er allerede tatt opp i utstillingene i tre modeller. Den første viser scener fra et hjem fylt med slike petroleumsprodukter som vi vanligvis omgir oss med, alt fra tannbørsten på badet, til tekstilene på kroppen, maling, gulvbelegg osv. Den neste modell viser Vågen i Stavanger. Miljøet med asfalterte gater, biler, busser, båter, helikopter osv symboliserer det petroleumsdrevne samfunnet der transport er avhengig av bensin og diesel. Den siste modellen viser en kafé i Paris der kokken lager mat over gassbluss. Budskapet er at Nordsjøen forsyner store deler av Europa med gass.

Det disse modellene mangler er de virkelige tingene. Derfor ville vi videreutvikle utstillingen ved å vise virkelige gjenstander, både til å se på, ta på og lukte på, for å gi publikum en mer umiddelbar opplevelse og større forståelse for hvilke produkter som kommer fra olje og gass. I vår hverdag omgir vi oss med et stort mangfold av produkter som har sin opprinnelse mange

tusen meter under havoverflaten, produkter laget av et råstoff som det har tatt millioner av år for å danne. Etter at oljen er tatt opp, fraktes den inn til raffinerier hvor den varmes opp. Ved forskjellige temperaturer skilles det ut asfalt, vaselin, parafin, bensin, propan og gass. Naturgass brukes enten direkte til oppvarming, eller benyttes i gasskraftverk til produksjon av elektrisitet. Den kan også gå til prosessindustrien hvor den blant annet kan omdannes til diverse typer plast. Av de ulike plattypene blir det laget et vell av produkter som vi er avhengige av på de fleste av tilværelsens områder. Fra bilindustrien til legemiddelindustri, kosmetikk, pc'er, kredittkort, klær (blant annet fleecejakker og nylonstrømper) ledninger og kabler, takrenner, gebiss, parykker, telefoner, penner, – og slik kan vi fortsette. Dette mangfoldet ønsket vi å formidle mer umiddelbart i utstillingene. Utstillingen stiller også spørsmål knyttet til forbruk og forurensing, konsekvensene av vårt forbruk av petroleumsprodukter.

Formmessig er utstillingen utformet på en måte som mer skal gi en opplevelse enn en informativ formidling. De to kunstnerne vi har valgt å samarbeide med, har brukt sine kreative evner til å fabulere med et uttrykk som spiller på det visuelle og det estetiske for å formidle budskapet vi ønsker å gå ut med. De to kunstnerne har svært ulik bakgrunn, men har også tidligere samarbeidet om prosjekter. Eli Glader arbeider mye med keramikk, men har også fungert som utstillingsdesigner ved flere prosjekter. Susanne Christensen arbeider med flere typer medier og har jobbet mye med romlige installasjoner. Elementet de har benyttet seg av i utstillingen «Petroleumssamfunnet» er kuleformen som utføres i gjennomsiktig akryl. Dette bryter med omgivelsene som er firkantede og mørke i fargene. Akrylkuler av forskjellig størrelse inneholder ulike petroleumsprodukter. Publikum møtes først av råstoffene olje og gass, dels i konkret og abstrakt form. Deretter vises produkter laget av olje og gass. Temaene er blant annet «klær av plast», «hard og myk plast», «mat av gass» og «plast fra Nordsjøgass» og i et stort akrylhjul presenteres «kroppsrelaterte oljeprodukter». Til sist settes det spørsmål til konsekvenser ved forbruket av produktene i form av avfall og avgasser.

Prosessen med å jobbe fram utstillingen har vært lang og krevende. Utstillingen skal plasseres i et område der museet allerede har en utstilling. Den eksisterende utstillingen har en markant stil i forhold til form, farger og uttrykk. Det å lage en ny utstiling i dette miljøet var krevende. Tema og innhold for utstillingen var definert, men tilpassingen til området og utformingen var åpen. I prosessen ble det også diskusjon rundt hvordan formidlingen av innholdet skulle forstås. Et kunstuttrykk vil svært sjelden være pedagogisk lagt opp med forklarende tekster som informerer og veileder. Det er som regel opp til publikum å legge en mening i eller tolke verket. Kunstverk gir individuelle opplevelser

basert på betrakterens egen erfaringsverden. I et museum er ønsket i tillegg til å formidle en opplevelse, å gi publikum informasjon og kunnskap. I samarbeidet mellom museet og kunstnerne var det derfor to ulike formidlingsverdener som skulle forenes. Dette er ofte vanskelig, men også fruktbart. Det har vært viktig for begge parter å sette seg inn i den andres forståelse av prosjektet. Slike samarbeid på tvers av fag kan skape nye former for kommunikasjon.

Et museum i dag er svært annerledes enn det tradisjonelle museet. Museer har gjennomgått en forandring med hensyn til hvilke oppgaver de skal ha i samfunnet, og hvilke uttrykksmåter og formidlingsformer de presenterer. Det tradisjonelle museet har ofte fungert som en konserverende kunnskapsbank hvor dokumentasjon og objekter er blitt arkivert og fremstilt som «kunnskapsgjenstander». I dag stilles det større krav til at museet også skal formidle opplevelser som en del av kunnskapsformidlingen. Derfor vil også samarbeid med andre typer formspråk være spennende i den videre utviklingen av museet. Utstillingen «Petroleumssamfunnet» har blitt en utstilling som skal fange publikum på en litt annen måte enn de andre delene av utstillingen på Norsk Oljemuseum. Vi håper den kan skape undring og appellere til både nysgjerrigheten og fantasien hos folk. Den skal være så umiddelbar og visuelt spennende at publikum kan bli overrasket, men også vil oppleve gjenkjennelse.

**Kilder:**

Michael Belcher: «Exhibitions in Museums», Leicester Museum Studies, 1991

Walter Benjamin: «Kunstverket i reproduksjonsalderen og andre essays». Red. Torodd Karlsten. Fakkelbok. 1975