

# Brugerundersøgelse af de 4-12-årige børn og deres ledsagende voksne



På Historiens Hus Ringsted Museum, Næstved Museum og Greve Museum.

af cand. mag. Line Jørgensen

## Indhold

<b>Indledning</b> .....	2
<b>Undersøgelsens hovedresultater</b> .....	4
<b>Undersøgelsens formål, fokus og afgrænsning</b> .....	8
<b>Undersøgelsens metodiske greb</b> .....	9
<b>Rapportens opbygning - Hvad kan man læse hvor?</b> .....	10
<b>Børnenes verden</b> .....	12
<b>Case: "Mal dit eget kalkmaleri"</b> .....	13
<b>Case: "Familedag på Næstved Museum – lav et hundehalsbånd"</b> .....	15
<b>Kvalitet: At få fingrene i bolledejen</b> .....	15
<i>At dreje og åbne</i> .....	17
<b>Case: Teaterstykket: "Alle tiders Jeppe"</b> .....	18
<b>Case: "Soldat for en dag"</b> .....	19
<b>Kvalitet: De brutale emner</b> .....	20
<b>Kvalitet: Nye og anderledes oplevelser</b> .....	21
<b>Case: "Ulveliv – bliv ulveunge på museet"</b> .....	24
<b>Kvalitet: Levendegørelse</b> .....	24
<b>Kvalitet: Dyr</b> .....	25
<b>Case: "Workshop for børn – sommerferieaktivitet"</b> .....	27
<b>Kvalitet: (Hård) Fysisk aktivitet</b> .....	28
<b>Kvalitet: På grænsen mellem det skræmmende og det spændende</b> .....	29
<b>Kvalitet: Vand</b> .....	30
<b>Kvalitet: Flotte (farvestrålende) ting</b> .....	31
<b>Kvalitet: Selvstyring</b> .....	31
<b>Opsamling</b> .....	32
<b>Børnefamilierne – synlighed, motiver og barrierer</b> .....	33
<b>Museernes synlighed</b> .....	33
<b>Kvinderne bestemmer</b> .....	34
<b>Trofaste brugere og nye brugere</b> .....	35
<b>Den gode oplevelse/udflugt</b> .....	36
<i>Aktiv deltagelse</i> .....	36
<i>Kultur og traditioner</i> .....	38
<i>Oplevelser for alle aldre</i> .....	38
<i>Frihed</i> .....	39
<i>Friluftsliv og dyr</i> .....	41
<i>Fysisk aktivitet</i> .....	41
<b>Opsamling</b> .....	42
<b>Institutionspersonale – synlighed, motiver og barrierer</b> .....	43
<b>De pædagogiske lærerplaner</b> .....	43
<b>Synlighed – skabelsen af alliancer</b> .....	44
<b>Logistik og økonomi</b> .....	45
<i>Planlægning</i> .....	45
<i>Overskud og normeringer</i> .....	46
<b>Den gode oplevelse</b> .....	46
<b>Opsamling</b> .....	48
<b>Børnenes visioner – et inspirations katalog</b> .....	49
<b>Bilag:</b> .....	55

## Indledning

Denne rapport behandler en kvalitativ brugerundersøgelse, som er lavet for og på de tre lokal- og kulturhistoriske museer: Historiens Hus Ringsted Museum og Arkiv, Næstved Museum og Greve Museum. Målgruppen for undersøgelsen er de 4-12-årige børn og deres ledsagende voksne. Både feltarbejdet og behandlingen af materialet blev gennemført i juli måned 2009. Undertegnede cand. mag. i etnologi Line Jørgensen har stået for tilrettelæggelsen af undersøgelsen samt indsamlingen og behandlingen af materialet. I ét tilfælde har personalet på Greve Museum været behjælpelig med indsamlingen i form af gennemførelsen af enkelte interviews. Undervejs er der ydet sparring fra NIRAS konsulenterne i forhold til tilrettelæggelse af undersøgelsen og af disponering af nærværende rapport. Nedenfor ses en oversigt over de interviews og informanter, undersøgelsen er baseret på, samt hvor interviewene er foretaget henne:

<b>Interviews i alt:</b>	<b>77</b>
<b>Foretaget på museerne til arrangementer:</b>	<b>55</b>
<b>Foretaget udenfor museerne:</b>	<b>22</b>

Fordeling af interviewene på de tre museer:<sup>1</sup>

<b>Greve Museum:</b>	<b>23</b>
<b>Ringsted Museum:</b>	<b>21</b>
<b>Næstved Museum:</b>	<b>11</b>

<b>Informanter i alt:</b>	<b>Ca. 200</b>	
<b>Heraf børn i alt:</b>	<b>94</b>	Fordelt på 51 interviews
Institutionsbørn:	39	
Børn på besøg med familie	55	
<b>Heraf institutionspersonale:</b>	<b>12</b>	8 over telefon, 4 på museerne
<b>Heraf forældre i shoppingcenter:</b>	<b>14</b>	

Interviewene udenfor museerne, altså med institutionspersonale over telefonen og i et shoppingcenter, er alle foretaget i Ringsted og omegn. Dette skyldes at Ringsted Museum er projektets administrator og bidrager med den største del af museerne egenfinansieringen.

---

<sup>1</sup> NB! Fordelingen af interviews på de forskellige museer er ikke lig med fordelingen af informanter på de forskellige steder. På Greve Museum blev der primært talt med et enkelt barn af gangen, mens der på Ringsted Museum ofte taltes med to eller flere børn af gangen.

Som det fremgår ovenfor, er nærværende undersøgelse en forholdsvis lille undersøgelse. I kraft af den etnografiske undersøgelses kvalitative karakter og dens semistrukturerede interviews kan undersøgelsen dog komme dybt ned under huden på de informanter, som perioden frembyder. Undersøgelsen har også den styrke, at den i modsætning til mange andre brugerundersøgelser omhandlende børn og børnefamilier primært fokuserer på og taler med børnene selv i stedet for om dem med forældre og pædagoger. Interviewene er desuden suppleret med observationer af børnene på museerne.

## Undersøgelsens hovedresultater

Nedenfor kan læseren danne sig et hurtigt overblik over rapportens indhold og dens hovedresultater:

### ***Kapitel 1: Børnenes verden***

Ved hjælp af den etnografiske metode og en efterfølgende systematisering af undersøgelsens materiale har jeg identificeret 10 kvaliteter, der, ifølge børnene, kan være med til at skabe en god oplevelse. Museerne kan med fordel medtænke en eller flere af disse i fremtidige udstillinger eller formidlingsarrangementer.

#### ❖ At få fingrene i bolledejen

At røre og gøre.

*"Det kedeligste var, at kigge på tingene, men ikke at måtte røre dem"* (Pige, 6 år)

#### ❖ På grænsen mellem det skræmmende og det spændende

På grænsen mellem det skræmmende og det spændende er der en god oplevelse

*"Det gjorde det sjovt, at man var en lille smule bange"* (Pige, 8 år)

#### ❖ Levendegørelse

Jo mere levende oplevelsen føles på egen krop, jo bedre

*"Det føles så livligt. Man står med noget og kan godt dø"*. (Dreng, 9 år om rollespil)

#### ❖ Selvstyring

At være sin egen herre under museumsbesøget.

*"Det er bedre selv at få noget ud af tingene og selv læse. Med guide går man hurtigt videre.*

*Det er bedre, når man selv kan bestemme tempoet"* (Dreng, 13 år)

#### ❖ Nye og anderledes oplevelser

Fascinationen i at se eller prøve noget, som man ikke har prøvet på den måde før.

*"Jeg har aldrig prøvet det før, så det var lidt spændende"*. (Pige, 8 år)

#### ❖ (Hård) Fysisk aktivitet

At bruge kroppen og sine muskler samt blive udfordret på denne måde.

*"Det med at putte lim på var sjovest. Man skulle trykke rigtig hårdt"* (Pige, 6 år)

❖ Dyr

Oplevelser, der inkluderer dyr.

*"Vi så så mange søde dyr"* (2 børnehavebørn)

❖ De brutale emner

Det fascinerende ved emner som krig, vold, døden, henrettelse, skeletter, mumier, varulve osv.

*"Offermosen i Lejre er sej"*. (Dreng, 10 år)

❖ Vand

Oplevelser, der inkluderer vand

*"Det er rigtig sjovt med vand"* (4 børnehavebørn)

❖ Flotte (farvestrålende) ting

Ting, der er flotte at se på.

*"De er ikke så seje, fordi de ser ikke så flotte ud"*. (Pige, 7 år)

## ***Kapitel 2: Børnefamilierne – synlighed, motiver og barrierer***

### Synlighed

De interviewede fremhævede særligt **Lokalavisen**, som det medie, hvor museerne på nuværende tidspunkt er mest synlige, og som de helst ser brugt i fremtiden. Yderligere fremhævede de:

- ❖ Sommeraktivitetsfoldere
- ❖ Opslag i børnenes institutioner
- ❖ Mund til mund metoden

Undersøgelsen viser desuden, at det er **kvinder, der bestemmer**, hvor familieudflugterne går hen. Museerne kan derfor overveje at appellere mere direkte til kvinderne og gennem medier, der især appellerer til kvinder

### Den gode oplevelse

Denne del af undersøgelsen viser, at der paradoksalt nok ikke er stor forskel mellem de behov og ønsker, brugerne har, og de, ikke-brugerne har. Hvad der er motiver for den ene gruppe, er barrierer

for den anden i forhold til brug af museerne. Den største forskel mellem dem ligger i gruppernes opfattelse af museumsinstitutionen og i en tendens til, at ikke-brugerne ligger mere vægt på muligheden for fysisk udfoldelse, end brugergruppen synes at gøre. De interviewede fremhæver seks elementer, som er med til at skabe den gode oplevelse:

❖ Aktiv deltagelse

Børnefamilierne ønsker at tage på udflugter og deltage i oplevelser, hvor børnene kan få lov til at prøve forskellige ting. Ikke-brugerne er af den opfattelse, at dette ikke er tilfældet på de små museer. Det tyder på, at museerne har et problem med at få bugt med ryet som støvede steder, hvor besøgende kun må se, men ikke røre/gøre, og hvor publikum for øvrigt skal være stille. Det ser altså ud til, at museerne har et problem med synligheden af deres børnearrangementer.

❖ Kultur og traditioner

Flere af informanterne påpeger, at noget som vaner og traditioner er afgørende for deres valg af oplevelser tillige med den kulturarv, man bærer med sig fra egen barndom og ungdom.

❖ Oplevelser for alle aldre

Børnefamilierne ønsker oplevelser for alle aldre. Ikke-brugerne er af den opfattelse, at dette ikke er tilfældet på de små museer, hvorfor det fungerer som en barriere mellem denne gruppe og museerne.

❖ Frihed

Dette element handler om at føle frihed på mange forskellige måder. Børnefamilierne føler sig frie, når de ikke hele tiden skal holde øje med børnene, når børnene må opføre sig som vildbasser, uden at det gør noget, når de må skrige og løbe rundt, som det passer dem, og når der er plads til, at man kan sætte sig ned med sin madpakke, hvor og hvornår det passer en.

❖ Friluftsliv og dyr

At være udenfor, gerne i noget natur, og tilstedeværelsen af dyr.

❖ Fysisk aktivitet

At der er mulighed for fysisk udfoldelse for børnene

### ***Kapitel 3: Institutionspersonalet – synlighed, motiver og barrierer***

#### De pædagogiske læreplaner

Institutionspersonalet gør opmærksom på, at de vælger deres udflugter og oplevelser ud fra, om de passer ind i et af de pædagogiske læreplaners seks temaer. Når læreplaner, temaer og projektuger er så afgørende for institutionernes valg af udflugter, kunne museerne overveje at tænke bevidst og strategisk i at udvikle undervisnings- og formidlingstilbud, som er relevant i disse temaer.

#### Synlighed

Institutionerne er generelt begejstrede for arrangement invitationer sendt direkte til dem med almindelig post. De fremhæver, at udvælgelsen af udflugter ofte sker via tidligere erfaring, vaner og traditioner. Museernes opgave må derfor være at skabe alliancer med institutionerne, så de kan blive en del af denne tradition. Disse alliancer kan muligvis skabes ved at lave tilbud, der matcher de pædagogiske læreplaner og ved at sende invitationer til disse tilbud ud med almindelig post. Museerne skal sikre sig, at det, der sker på museerne, er noget, man snakker om.

#### Logistik og økonomi

Transporttid og transportmuligheder er til en vis grad sammen med en økonomisk begrænsning med til at forhindre institutionerne i at besøge museerne. Tilgangen til faciliteter som toiletter, spisepladser og mulighed/plads til fri leg for børnene betyder også meget, når institutionerne udvælger udflugter.

#### Den gode oplevelse

Informanterne fortæller, at de prioriterer arrangementer, som kombinerer fordybelse, aktivering og videnstilførsel både gennem fortælling, men også gennem visuel, sanselig og taktile formidling. Den gode oplevelse er endvidere ofte knyttet til natur, dyr og udendørs liv. Museerne kan med fordel tilbyde arrangementer, der kombinerer disse forskellige elementer for at tiltrække institutionerne.

Alle de ovenstående resultater uddybes i de respektive afsnit nedenfor. Inden der tages hul på det første af disse afsnit, følger her en beskrivelse af undersøgelsens formål, fokus og afgrænsning samt metodiske tilgang.



## Undersøgelsens formål, fokus og afgrænsning

Overordnet er formålet med undersøgelsen at finde ud af, hvordan museerne får fat i flere børnegæster og institutioner samt i den forbindelse, hvordan de kan sikre den gode oplevelse for børnene. Målgruppen er ifølge projektbeskrivelsen børn på 4-12 år, og museerne ser helst, at det er denne gruppe, der skal spørges – dvs. børnene selv og ikke kun forældre/bedsteforældre eller institutionspersonale på børnenes vegne. Derfor hedder det i projektbeskrivelsen, at undersøgelsen fokuserer på de 4-12-årige børn og deres *ledsagende* voksne. De ledsagende voksne kan både være forældre og bedsteforældre, men indbefatter også børnehave- og andet institutionspersonale. Det er museernes antagelse, at en vej til flere besøgende børnefamilier kan gå gennem institutionerne. Har barnet haft en god oplevelse på museet med børnehaven, vil hun/han måske også ønske at komme der med sine forældre. Således udgør undersøgelsens informanter både institutionsbørn, familie børn, institutionspersonale og forældre/bedsteforældre for at komme rundt om den egentlige målgruppe: de 4-12-årige børn.

Museerne ønsker svar på følgende problemstillinger:

- Hvad er en god oplevelse?
- Hvad tager børnene med hjem fra et museumsbesøg?
- Hvad gør indtryk på børnene?
- Hvordan ser børnenes visioner for fremtidens museer og museumsbesøg ud?

Dvs., der ikke er tale om en didaktisk fokuseret undersøgelse, som skal se på, om børnene lærer noget ved museumsbesøget, om de forstår det, der bliver fortalt, og om de får det ud af det, som fagpersonalet havde tænkt sig. Derimod er fokus rettet mod at tilegne museerne en bedre viden omkring hvilke oplevelser og ting, der fanger og fascinerer børnene i den pågældende målgruppe. Hvilke formidlingsmæssige og oplevelsestekniske effekter samt temaområder kan museerne med fordel tænke deres formidling ind i for at blive endnu bedre til formidling i børnehøjde? Yderligere er det bl.a. ud fra disse resultater ønsket, at undersøgelsen kan sige noget om:

- Hvordan museerne kan komme ud til et større publikum.
- Hvor synlige museerne og deres tilbud er på nuværende tidspunkt.
- Hvordan museerne og deres tilbud kan blive mere synlige i fremtiden.

Udgangspunktet i tre forskellige kulturhistoriske museer giver undersøgelsen det præmis og den fordel, at museerne samtidig kan lade sig inspirere og lære af hinanden.

## Undersøgelsens metodiske greb

Undersøgelsens spørgeguides koncentrerer sig om at indkredse den gode oplevelse og den gode udflugt samt de mekanismer, der er på spil, når målgruppen mener, at de har haft en sådan.

Spørgsmål, der kredser om museernes synlighed, er også en del af spørgeguiderne om end mere udfoldet i forhold til institutionspersonalet og i forholdet til ikke-brugerne. Spørgeguiderne til ikke-brugerne samt telefoninterviewene med børnehavepædagogerne er desuden mere begrænsede ud fra den betragtning, at sådanne interview har en nødvendighed af at være korte for at få så mange som muligt til at indvillige i at svare. Pædagoger på arbejde og forældre på lørdags shoppetur har hverken tid eller lyst til at besvare spørgsmål i længere tid.

Spørgeguiden til de børn, der er kommet på museet med deres forældre, er lavet med det for øje, at jeg i interviewsituationen vil sidde med hele familien. Man kan ikke forvente, at det er muligt at skille en børnefamilie ad i en interviewsituation. Jeg spørger altså hele familien, men gør opmærksom på, at jeg er særligt interesseret i børnenes svar. Derudover er jeg i interviewsituationen særligt opmærksom på børnene, deres udtryk, kropssprog, på hvornår de får julelys i øjnene, hvornår de bliver ivrige for at sige noget osv. for at afdække deres passioner.

Guiderne til institutionsbørn og til personalet er til gengæld lavet til to separate interview. Dette skyldes, at institutionsbørnene af praktiske og tidsmæssige årsager forventedes at blive interviewet i grupper. For det første vil jeg gerne nå at snakke med så mange af børnene som muligt, og for det andet har institutioner som regel et tidspresst skema. Ved at snakke med flere børn af gangen fås forhåbentlig en forumgruppe interviewsituation, hvor børnene gensidigt påvirker hinanden til at snakke, hvilket reducerer min påvirkning af svarene til et minimum. Yderligere er det antagelsen, at institutionsbørnenes og personalets opfattelser af, hvad der er en god udflugt, ikke nødvendigvis er den samme. Da begge opfattelser er vigtige for undersøgelsen – børnenes, fordi de er den primære målgruppe, personalets, fordi de tit sidder med den endelige beslutning – er det således ønsket at afdække begge.

Alle observationer og interviews er af tidsbegrænsede årsager kun dokumenteret skriftligt og i hånden. I arbejdet med undersøgelsen har jeg trukket på min erfaring fra andre og lignende arbejdsopgaver bl.a. mit afsluttende speciale.<sup>2</sup>

Da alle tre museer har et begrænset antal børnebesøgende i det daglige, er undersøgelsen gennemført i forbindelse med særlige børne/familiearrangementer. Derfor kan undersøgelsen ikke sige meget om børn i forhold til museernes faste udstillinger, men da børnene primært kommer på museerne i forhold til arrangementer, udgør dette fokus en styrke snarere end en svaghed. Ved

---

<sup>2</sup> Specialet er en kvalitativ brugerundersøgelse af Frilandsmuseets publikum og deres brug og udbytte af museet og kulturhistorien. Det hedder: "At opleve kulturhistorien – en undersøgelse og diskussion af publikums brug og udbytte af kulturhistorien på Frilandsmuseet i Sorgenfri" og kan findes på Det Kongelige Bibliotek.

børnarrangementerne har børnene desuden et optimalt udgangspunkt for at fortælle, vurdere, komme med forslag m.m.. Når børnene spørges ud fra den respektive ramme, som sommeraktiviteten har sat, bliver interviewet desuden mere konkret, hvilket er nødvendigt, her som i alle andre sammenhænge, for at børnene kan svare på en for undersøgelsen brugbar måde. De spørgsmål, som museerne gerne vil have svar på, er imidlertid meget abstrakte: Hvilke behov har denne brugergruppe? Hvad motiveres de af? Hvordan tænker de museer? Osv. Spørgsmål, som kræver stor refleksion og selvindsigt fra informanten. En måde at komme udenom dette på rent metodisk er at spørge rundt om det, man gerne vil vide. Vil man således have svar på, hvordan børnenes fremtidsvisioner for museet ser ud, hvordan museet bliver mere attraktivt for børnefamilier og hvilke typer af formidling, de skal satse på i fremtiden, må man finde ud af, hvilke behov disse børnefamilier har, hvad der betyder noget for dem, når de udvælger oplevelser og udflugter, og hvad den gode oplevelse/udflugt er for dem. På denne måde kan man finde frem til de mekanismer, der er på spil. Fremhæver børnene for eksempel "Build a bear" som en oplevelse, der betyder meget for dem, er det undersøgelsens opgave at finde ud af, hvad det er ved denne oplevelse, der fascinerer. Med svar herpå er det forventningen, at museerne står tilbage med en viden omkring nogle elementer og teknikker, som har stor betydning for den pågældende målgruppe, og som de derefter kan forsøge at medtænke i deres formidling. Indgangen til at undersøge, hvordan museerne får fat i målgruppen, bliver altså at fokusere på, hvad der motiverer dem, og eventuelt hvad der fungerer som barrierer for dem. For yderligere at indkredse disse mekanismer inddrager undersøgelsen desuden børnefamilier, der ikke kommer på museet. En såkaldt ikke-bruger gruppe med potentielt andre behov og ønsker end museets brugere. Hvorfor kommer de ikke på museet?

Undervejs i rapporten vil yderligere metodiske overvejelser optræde som fodnoter i den relevante tekst, som i stedet vil fokusere på undersøgelsens analyse og resultater. På denne måde kan læseren selv afgøre, om det er relevant læsning i øjeblikket.

Til slut er det værd at pointere, at denne undersøgelse, ligesom mange andre af dens slags, åbner op for lige så mange spørgsmål, som den besvarer. Disse spørgsmål, som ligger udenfor undersøgelsens rækkevidde, og som først dukker op i forbindelse med behandlingen af materialet, vil læseren uden tvivl støde på undervejs. Det kunne være interessant og utvivlsomt informativt at bygge videre på nærværende undersøgelse og dens nye spørgsmål ved anden lejlighed.

### **Rapportens opbygning - Hvad kan man læse hvor?**

Rapportens afsnit er overordnet opdelt efter undersøgelsens forskellige informantgrupper dvs. børnene, forældre/bedsteforældre og institutionspersonale. Børnene er undersøgelsens primære

målgruppe og optager derfor mest plads i rapporten. Rapporten indledes derfor også med afsnittet *"Børnenes verden"*, som behandler undersøgelsens observationer ved de forskellige cases (børne- og familiearrangementerne) samt sætter disse i forbindelse med børnenes udsagn i undersøgelsens interviews. På denne måde kvalificerer resultaterne fra henholdsvis observationerne og interviewene hinanden.

Dernæst følger afsnittet *"Børnefamilierne – synlighed, motiver og barrierer"*, som behandler forældres og bedsteforældres udsagn omkring børnefamiliers behov og ønsker, samt hvordan museerne kan blive mere synlige. Afsnittet behandler brugere såvel som ikke-brugere og forsøger derfor også at svare på, hvorfor nogle børnefamilier ikke kommer på museet, hvad deres opfattelse af den gode oplevelse/udflugt er, og hvordan museerne kan appellere til dem.

Afsnittet *"Institutionspersonale – synlighed, motiver og barrierer"* behandler undersøgelsens interview med det pædagogiske personale. Både de interviews, der blev lavet over telefonen og de, der blev lavet ved museernes arrangementer.

Til slut i rapporten finder læseren afsnittet *"Børnenes visioner – et inspirationskatalog"*. Dette blev til som følge af, at jeg yndede at afslutte interviewene med et ekstra spørgsmål: *"Museet kunne godt tænke sig, at blive endnu sjovere og mere spændende for børn at være på – har du en god ide til dem?"* Afsnittet er således en lille krølle på halen, som ubearbejdet gen- og videregiver børnenes svar - nogle er overraskende gode, mens andre bare er sjove. I dette afsnit kan mange af elementerne fra analysen *"Børnenes verden"* genfindes, og det kan med lidt kreativitet danne inspiration til museernes fremtidige børneformidling.

Bagest i rapporten er undersøgelsens observations- og spørgeguides vedlagt som bilag.

## Børnenes verden

I dette afsnit vil læseren blive præsenteret for de cases, som undersøgelsen bygger på og for de analytiske resultater, som observationerne og interviewene med de deltagende børn kan fremvise. Afsnittet præsenterer de konkrete og principielle elementer, børnene fremhæver fra deres hverdag, udflugter og oplevelser, som kan sige noget om, hvad denne målgruppe opfatter som en god og attraktiv oplevelse. Ved hjælp af den etnografiske metode og en efterfølgende systematisering af undersøgelsens materiale har jeg identificeret 10 emner og effekter, som, ifølge børnene, kan skabe denne gode oplevelse. Disse emner og effekter, har jeg samlet valgt at kalde ”kvaliteter”. Disse kvaliteter kan opdeles i to overordnede kategorier: De konkrete og De principielle kvaliteter. Her er en kort oversigt over, hvad de ti kvaliteter hver især drejer sig om:

### De principielle kvaliteter

- ❖ At få fingrene i bolledejen  
At røre og gøre
- ❖ På grænsen mellem det skræmmende og det spændende  
På grænsen mellem det skræmmende og det spændende er der en god oplevelse
- ❖ Levendegørelse  
Jo mere levende oplevelsen føles på egen krop, jo bedre
- ❖ Selvstyring  
At være sin egen herre
- ❖ Nye og anderledes oplevelser  
Fascinationen i at se eller prøve noget, som man ikke har prøvet på den måde før.

### De konkrete kvaliteter

- ❖ (Hård) Fysisk aktivitet  
At bruge kroppen og sine muskler og at blive udfordret på denne måde.
- ❖ Dyr  
Oplevelser der inkluderer dyr.
- ❖ De brutale emner  
Det fascinerende ved fx krig, vold, døden, henrettelse, skeletter, mumier, varulve osv.
- ❖ Vand  
Oplevelser, der inkluderer vand
- ❖ Flotte (farvestrålende) ting  
Ting, der er flotte at se på

Afsnittet er bygget op som en vekslen mellem beskrivelser af de enkelte cases på baggrund af mine observationer, og beskrivelser af en eller flere af de kvaliteter, som den pågældende case, gennem børnenes øjne, indeholder.

De ti kvaliteter fremstår i teksten som autonome og fra hinanden adskilte, men i børnenes oplevelser, i empirien, er de dog sammenhængende og gensidigt påvirket af hinanden.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Beskrivelserne af de forskellige cases er min fortolkning af arrangementerne, som jeg har oplevet dem med og gennem børnene, der er blevet observeret og interviewet i situationen.

### Case: ”Mal dit eget kalkmaleri”

<i>Case på:</i>	Greve Museum	<i>Ugedag(e):</i>	Søndag
<i>Varighed:</i>	3 timer	<i>Tilmelding:</i>	Ja
<i>Pris:</i>	20 kr. for materialer	<i>Besøgende:</i>	Familier

”Mal dit eget kalkmaleri” bliver normalt tilbudt skoleklasser, men afprøvedes i denne sommerferie i forhold til familier. Der var 3 grupper tilmeldt, hvoraf to af dem havde børn (2) i undersøgelsens målgruppe.

Forløbet starter med en introduktion og film om kalkmalerier. Dernæst er der arbejde i værkstedet, hvor deltagerne skal tegne og male deres eget kalkmaleri. Herefter bliver der set endnu en (dukke)film, som fortæller om kalkmaleriernes virkning på fortidens mennesker og disses forestillingsverden. Dagen afsluttes tilbage i værkstedet, hvor malerierne bliver efterbehandlet med sandpapir og voks.

Under hele forløbet sidder deltagerne stille, mens formidleren fortæller, og mens filmene spiller. Børnene svarer ikke på formidlerens spørgsmål. Engang imellem gnider den 7-årige dreng sig i øjnene og gaber. Under den anden film, som er en dukkefilm med dramatik og spænding, virker især drengen meget mere interesseret. Da djævlen og englen kæmper i filmen, er drengen meget opslugt. Han stirrer fast på lærredet, mens han spænder i hele kroppen. Da englen til sidst vinder, smiler han og er tydeligt lettet i sit kropssprog. Kampens drama er spændende for ham. Denne fascination over kamp og krig beskrives senere i afsnittet ”De brutale emner”.

Stemningen til arrangementet er generelt meget stille, rolig og afslappet. Folk sidder rundt om to borde, som de for det meste bliver siddende ved, og de taler kun sagte sammen og er ellers koncentreret om deres arbejde med at tegne og male. Alle, også børnene og især den 9-årige pige, er meget sirlige i deres tegne-arbejde. Den stille samtale mellem deltagerne drejer sig om deres arbejde: hvilke motiver de skal vælge, hvilke farver og om det er svært eller nemt. Drengen vil male en mumie<sup>4</sup>, mens pigen gerne vil have et motiv med dyr<sup>5</sup>. Da arrangementet er ved vejs ende, har drengen tabt tålmodigheden med maleriet. Han karter uld, mens mor efterbehandler.

Efter observationen at dømme giver denne case et eksempel på børn, som nyder at være kreative, godt kan lide at tegne og male, men vigtigst også at fordybe sig i det og bruge længere tid på det. De kan godt sidde stille og bevare interessen. Dette var ikke tilfældet i mange af de andre cases. De pågældende to børn er mere til det stille, rolige og kreative, hvilket også bekræftes i de

<sup>4</sup> Sammenhæng til afsnittet ”De brutale emner”

<sup>5</sup> Sammenhæng til afsnittet ”Dyr”

efterfølgende interviews. Pigen fortæller bl.a. *"Jeg kunne bedre lide at male end at se filmene"*. Og drengens foretrukne fritidsbeskæftigelse er at tage på biblioteket med mor, hvor de spiser *"slagtermad"* og læser bøger. Én anden gang under feltarbejdet stødte jeg på en anden dreng, som også nød at sidde længe og være kreativ. Han sagde: *"Det er hyggeligt at sidde og arbejde lidt. Være lidt kreativ"*.

### Case: ”Familiedag på Næstved Museum – lav et hundehalsbånd”

<i>Case på:</i>	Næstved Museum	<i>Ugedag(e):</i>	Lørdag & søndag
<i>Varighed:</i>	2 timers åbent hus	<i>Tilmelding:</i>	Nej
<i>Pris:</i>	Gratis	<i>Besøgende:</i>	Familier

Til Familiedag på Næstved Museum kan børnefamilier komme og prøve at lave deres eget hundehalsbånd. Det kan både være til den rigtige hund derhjemme eller til en bamse. Med hjælp fra forældrene laver børnene kreative halsbånd af gamle bæltter, som de pynter efter alle kunstens regler med farvestrålende perler, palietter og klistermærker. Børnene er generelt forholdsvis hurtigt færdige med deres halsbånd. Familiedagene er arrangeret i forbindelse med museets nye udstilling ”**Vruff** udstilling om hunde – og en enkelt ulv”. Nogle af de deltagende familier går ind og ser denne efterfølgende. Nogle ser også museets øvrige udstillinger.

Ligesom til ”Mal dit eget kalkmaleri” er det tydeligt, at børnene hygger sig med at lave halsbåndene og er engagerede i deres aktivitet. Det synes at være en meget relevant og nærværende aktivitet for børnene. For det første fordi det involverer dyr (og bamses), som generelt viser sig at være et hit blandt børnene, men måske især fordi de laver en konkret genstand med et konkret formål. ”*Fordi jeg skulle lave halsbånd til Bella*”, siger en 4-årig pige til mig, da hun skulle forklare, hvorfor hun synes, at denne museumsoplevelse var den bedste, hun havde haft. Fælles for denne og alle de andre cases i undersøgelsen er, at de alle er bygget op omkring en af de kvaliteter, børnene fremhæver som særligt godt. Nemlig det at få lov til at røre og gøre, at få fingrene i bolledejen.

#### **Kvalitet: At få fingrene i bolledejen**

”*Det kedeligste var at kigge på tingene, men ikke at måtte røre dem*”, siger en pige på 6 år, og det er noget stort set alle børnene i denne undersøgelse er enige med hende i. At få fingrene i bolledejen – altså både det at få lov til at røre ved det, man ser samt få lov til at prøve at lave noget, er en meget vigtig kvalitet i den gode oplevelse ifølge børnene. Undersøgelsens materiale er fyldt med udsagn lignende den 6-årige piges. Fx denne 4-årige, der siger, at det kedeligste, hun havde oplevet på museet (Næstved) den dag, var, ”*at jeg ikke kunne få lov til at røre ved skelettet*”. Hun fortæller videre, at hun i det hele taget bare gerne vil røre ved alt muligt. Hun kan godt lide steder som Lejre, for her prøvede hun at røre, mærke og at ligge i sengen. En 8-årig pige siger ligeledes: ”*Den bedste oplevelse er, når man må røre ved tingene*”. Det at røre og gøre er en kvalitet, børnene sætter højt,



hvilket desuden bliver tydelig, når de skal forklare, hvorfor de har fremhævet ”x” som et særlig godt udflugtsmål. Her er nogle eksempler:

- Dreng & pige, 10 år: Danmarks Akvarium, Eksperimentariet og Planetariet. *”Der sker noget, og man rør, og man laver noget selv”.*
- Dreng, 9 år: Eksperimentariet. *”Man kunne prøve alle mulige ting. Man skulle råbe lige så højt som en løve”.*
- Dreng, 9 år: En jernalderlejr. *”Det var sjovt. Der kunne man prøve. Jeg lavede et armbånd af uld”.*
- Pige, 8 år: *”Det var rigtig sjovt at vaske tøj på Frilandsmuseet på vaskebræt”.*
- Dreng, 10 år: Eksperimentariet. *”Det lyder fedt, at man kan eksperimentere og pille”.*
- Pige, 9 år: Museum om Vikingetiden. *”Man kunne skyde med bue og pil, og man kunne ro i en maskine, hvor en skærm viste en, hvor man skulle ro hen”.*

Alle undersøgelserne cases, på nær Teaterstykket på Greve Museum, er børnearrangementer, som kredser om en eller flere aktiviteter. Det er ikke gået ubemærket hen blandt børnene. En pige på 6 år, som har deltaget i Ringsted Museums arrangement, hvor hun har lavet en vindmølle, malket en ko og malet mel udnævner den udflugt, som den bedste *”fordi her skal man lave så mange ting”.* Og en 5-årig dreng, der har været nede og se radioudstillingen på Ringsted Museum med sin mor, har fået dagens bedste oplevelse, da han opdagede udstillingens interaktive del: nogle knapper. *”Man kunne lave strøm, når man trykkede på knapperne. Det er sjovt at få lov til at trykke og prøve”.* En 10-årig pige siger, at hun tog til Næstved Museum for at lave et hundehalsbånd, fordi *”jeg kan godt lide at lave ting”.* På Greve Museum var de deltagende drengene glade for *”Soldat for en dag”* arrangementet, da *”man skulle arbejde, som om man var en rigtig smed”* (dreng, 9 år) og *”man får lov til at lave eget sværd. Det er fedt”* (dreng, 12 år). Selv det at få lov til at sidde på en kirkebænk kan være spændende, som fire børnehavebørn fortæller ivrigt om i forbindelse med deres besøg i Skt. Bents Kirke.

### *At dreje og åbne*

Da jeg en dag observerer to drenge på rundtur i Greve Museums udstillinger bliver denne trang til at røre og gøre meget tydelig. Drengene kan slet ikke lade være med at pille ved udstillingens genstande. Det er dog ikke tilfældige ting, fingrene stryger over, men derimod meget målrettet mod alt, der kan drejes og alt, der kan åbnes. Håndtaget på symaskinen og håndtaget på kaffemøllen bliver drejet. Kister, skuffer og billedbøger bliver (forsøgt) åbnet. De genstande, man kan gøre noget med, er de genstande, børnene ønsker at røre.

Dette bliver også bekræftet af undersøgelsens interviews. *"Jeg fik lov til at dreje møllen på Frilandsmuseet"*, siger en 6-årig pige med et smil. *"Det sjove var, at man kunne dreje rundt, og så blev det knust"*, fortæller en anden om hendes oplevelse med at male mel på Ringsted Museum. Ligeså en 6-årig dreng en anden dag siger: *"man skulle dreje"*. På samme museum vrisser hans kammerat: *"Alt var kedeligt, man må ikke engang åbne kisten"*.

At røre og gøre - at have fingrene i bolledejen kan altså opfyldes på mange forskellige måder og på mange forskellige niveauer, som eksemplerne illustrerer. Det vigtige for børnene synes at være, at de på den ene eller anden måde er **kropsligt engageret** i det, de ser, og i det, de oplever. Det er ikke nok bare at kigge. På den anden side skal der ikke meget til, før de føler sig kropsligt inkluderet i oplevelsen sådan som kirkebænks-eksemplet viser.

## Case: Teaterstykket: ”Alle tiders Jeppe”

<i>Case på:</i>	Greve Museum	<i>Ugedag(e):</i>	Onsdag
<i>Varighed:</i>	1 time	<i>Tilmelding:</i>	Ja
<i>Pris:</i>	Gratis	<i>Besøgende:</i>	Familier

Teaterstykket ”Alle tiders Jeppe” er en en-mands nyfortolkning af ”Jeppe på bjerget”, som handler om en dybt ulykkelig og alkoholiseret mand, der ender med at begå selvmord. Skuespillet opføres på Greve Museums gårdsplads med en kiste og et stort tæppe som eneste kulisse. Det indeholder en del meget alvorlige og triste scener, men er også fyldt med humor, og børnene griner under stykket. Dette sker især, når skuespilleren bander, og når han henvender sig direkte til dem og deres voksne som om, de var en del af stykket. ”Alle tiders Jeppe” er et interaktivt teater, hvor nogle af børnene yderligere bliver direkte inddraget i stykket ved at få tildelt roller og rekvisitter. Nogle få børn, især drenge, er ivrige for at få del i stykket, men hovedparten af børnene værger sig. Som oftest må skuespilleren inddrage forældrene i stedet for. Børnene kan dog godt lide at se de andre børn på scenen og griner højest i disse situationer. ”*Det var rigtig skægt, når han havde børn med på scenen og lavede fjollerier – han gav dem ting*”, fortæller en 9-årig bagefter. At se børn, der er publikum som én selv, lige pludselig spille med på scenen synes at gøre det mere nærværende og vedkommende for børnene.

Til tider virker det dog som om, at stykket er noget svært forståeligt for børnene, som sidder udtryksløse og uforstående. Bagefter fortæller nogle af dem, at de ikke rigtig forstod, hvad der skete, og én siger: ”*Det var sjovt hele tiden, men lidt svært sprog*”.

Stykket ender med, at Jeppe begår selvmord ved at hænge sig. På dette tidspunkt begynder flere forældre at blive ubehagelige til mode og prøver at opfordre børnene til at afværge selvmordet: ”*Synes I ikke det er synd for ham?*”, siger en mor ængsteligt, men børnene lader sig ikke gå på af det. ”*Næææ*”, siger mange lidt uengageret. ”*Han dør jo ikke rigtigt*”, siger en anden. Det lader til, at flere ting spiller ind her. For det første har børnene ikke helt kunne følge handlingsforløbet og forstår ikke, hvorfor Jeppe nu vil begå selvmord og har derfor svært ved at engagere sig i det. For det andet er de godt klar over, at han *jo ikke dør rigtigt*. Og for det tredje viser denne situation, i lighed med flere andre fra denne undersøgelse, at børn slet ikke er så sarte i forhold til de mere brutale og voldsomme emner - fx selvmord og død. Det vil jeg uddybe i afsnittet om kvaliteten ”De brutale emner”, som følger umiddelbart efter beskrivelse af Greve Museums arrangement ”Soldat for en dag” nedenfor.

## Case: ”Soldat for en dag”

<i>Case på:</i>	Greve Museum	<i>Ugedag(e):</i>	Tirsdag
<i>Varighed:</i>	Denne dag: 6 timer	<i>Tilmelding:</i>	Ja
<i>Pris:</i>	Gratis	<i>Besøgende:</i>	Drenge 9-14 år

Dagens arrangement er den første ud af tre dage, hvor nogle drenge skal lave deres egne våben, sy en soldaterkasket og spille rollespil på Mosede Fort, som om de er soldater i 1. Verdenskrig. Denne dag bliver der lavet rifler og sabler. 12 drenge mellem 9 og 14 år deltager<sup>6</sup>, og de bliver kort introduceret til, hvordan man laver riflerne og sablerne af to instruktører fra eventbureauet ”Midgaard”. Drengene er alle ivrige og arbejder stort set igennem hele dagen med hobbykniv og sav. Drengene er også meget søde til at hjælpe hinanden i arbejdet, og de synes at være glade for kombinationen af værkstedsarbejde og rollespil: *”Det bliver sjovt at teste det, man har lavet”*. Efter den første time begynder det dog at krible lidt i kroppen, og arbejdet blev lejlighedsvis afbrudt af slåskamp for sjov og et kig på værkstedet andre rekvisitter (Spinderok, åg og smørkærne). Under værkstedsarbejdet er det tydeligt, at drengene er meget fascineret af krig og især af våben. De drages mod de færdige eksemplarer af riflerne, instruktører har med. De kigger længe på dem, rører dem, tager dem op og leger med dem. Lejlighedsvis beder de om instruktioner i at holde og behandle dem rigtigt af en af instruktørerne. Efter hans anvisninger lærer de at holde våbnet i alle mulige stillinger både stående og liggende. Dagen afsluttes med krigsleg i museumsgården. Drengene løber rundt, råber og slås med deres nye våben. De gemmer sig i angrebsstillinger og ligger taktikker mod fjenden.

Flere af drengene er meget fascineret af rollespillet. Næsten alle drengene spiller computerrollespillet ”World of warcraft”, som de er meget glade for. Flere spiller også andre former for rollespil, både på bræt og live rollespil. Det virker til at være en generel ting, at de fascineres af denne levendegørelse af både fantasiverdenen og i dette tilfælde historien – at prøve historien på egen krop. Mere om dette senere i rapporten i afsnittet ”Levendegørelse”.

Det er påfaldende, hvor mange af drengene, der ser frem til at skulle sy soldaterkasket dagen efter. De giver udtryk for, at ting er sjove og spændende, hvis det ikke er prøvet før, og det er anderledes. Denne kvalitet behandles nedenfor i afsnittet ”Nye oplevelser”, men først skal kvaliteten ”De brutale emner” beskrives, som ligeledes blev fremhævet af drengene som et gode.

---

<sup>6</sup> 11 af dem var 12 år gamle eller derunder.

### **Kvalitet: De brutale emner**

”De brutale emner” er noget, jeg i mangel på bedre har valgt at kalde en samling af meget forskellige ting, fx våben og krig, som børnene igen og igen fremhæver som en god kvalitet ved en oplevelse/udflugt. Det drejer sig om emner, voksne umiddelbart synes er voldsomme, brutale og ubehagelige, og som man umiddelbart har lyst til at skåne sine børn fra. Jævnfør selvmordet fra eksemplet ovenfor i ”Alle tiders Jeppe”. Børnene synes imidlertid ikke at finde disse emner hverken voldsomme eller ubehagelige, de drages tværtimod af dem.

Krig og våbenbrug er til stor fascination for drengene fra ”Soldat for en dag”, som det fremgår ovenfor. Denne fascination går igen i deres interviews, hvor de fortæller, at netop dette er grunden til, at de synes, det lød som et attraktivt arrangement. De siger bl.a.: *”Jeg interesserer mig meget for krigsførelse”. ”Soldater og krig er sjovt”. ”Det er sjovt at opleve lidt krig og lave sine egne våben”. ”Jeg elsker at lege krig”. Og ”Verdenskrige er spændende, især at vide hvorfor, de startede”*. Flere af disse drenge fremhæver desuden Tøjhusmuseet som den bedste museumsoplevelse pga. de udstillede våben. *”Det er mere spændende end en almindelig udstilling”*, siger en af de 12-årige.

Undersøgelsens øvrige materiale fremviser generelt mange eksempler på børn, der begrundet deres fascination ved forskellige oplevelser med sådanne brutale emner. På Næstved Museum interviewede jeg fx en 6-årig pige, som var vildt fascineret og fortalte vidt og bredt om udstillingsrummet ”Dømt til døden”. Det omhandler forskellige middelalderlige dødsstraffe og udstiller bøddelsværd og bøddeløkser samt skeletter i lag i en glasmontre illustrerende henrettelsesmetoder og de henrettedes massegrav. Hun kan også godt lide *”Barneskelettet og et smykke fra en gammel kvindes grav”*, og hun nævner tænder og knogler som nogle af de mest spændende ting, hun har set. *”Det er bare ret spændende”*, siger hun. Da jeg spørger ind til andre museumsoplevelser, fortæller hun mig om et sted, hvor hun så døde konger og dronningers grave. På Ringsted Museum synes en 5-årig dreng, at dagens mest spændende oplevelse var at se *”de døde damer og nogle knogler”*, og en anden dreng på 10 år kan bedst lide at tage til Lejre, fordi *”offermoden i Lejre er sej”*.

Der kan også være tale om lidt mere uskyldige ting, som når børnene på Næstved Museum laver udstillingens udstoppede ulv om til en varulv i deres historier, eller når en 7-årig dreng fortæller, at den bedste udflugt, han var på, var til Kattegat Centeret, fordi der var mange piratfisk. *”Jeg elsker fisk. Der var mange piratfisk. Det er snyd, der er en fra klassen, der har set en spækhugger!”* Det er

altså ikke bare almindelige fisk, der er spændende, men de mere brutale af slagsen som *piratfisk* og *spækhuggere*.

I øvrigt fremhæver børnene:

- Dreng, 12 år: Nationalmuseet. Det mest spændende, han så, var en mumie. *"Det er sjovt, det de gjorde ved ligene og troede på, at de kom til ånde verden"*.
- Dreng, 12 år, foretrækker at spille "World of Warcraft", fordi der er *"sorte magier. Man kan påkalde dæmoner, og der er krige"*
- Dreng, 7 år, til kalkmaleri-arrangementet *"Og så gik jeg hen og malede en mumie"*
- Dreng, 10 år, leger meget krig. *"Man har våben, og man skal slås og dør."*
- Dreng, 11 år: *"Krig er fedt! Det er jo ikke rigtigt. Jeg elsker vold"*. Han glæder sig desuden til sin ferie, fordi han skal have en stor softgun med hjem. *"Jeg elsker dem. De kan skyde, og det kan gøre ondt"*. I sin fritid spiller han computerspil med vold og våben.

Som den 11-årige dreng gør opmærksom på ovenfor, hænger børnenes fascination af disse emner muligvis sammen med, at *"det jo ikke er rigtigt"*. De forstår og opfatter muligvis heller ikke emner som død, henrettelse og offermoser, som voksne gør det. Dette er imidlertid ikke relevant i forhold til denne undersøgelse. Relevant er det dog, at elementer som krig, vold, våben, døden, henrettelse, skeletter, knogler, grave, offermoser, mumier, dæmoner, varulve, piratfisk og spækhuggere er med til at skabe det, børnene opfatter som en god og spændende oplevelse.

### **Kvalitet: Nye og anderledes oplevelser**

En anden kvalitet, som er med til at skabe en god og spændende udflugt ifølge børnene, er nye og anderledes oplevelser. Som beskrevet i "Soldat for en dag" består denne nye oplevelse for mange af drengene i at skulle sy en soldaterkasket. *"Det tror jeg bliver rigtig, rigtig, rigtig sjovt. Jeg tror, det bliver sjovere end at lave våben, for jeg har ikke prøvet at sy før, men jeg har lavet våben før"*, fortæller en 9-årig dreng. Og en 12-årig siger: *"Det bliver da meget spændende. Det gør man jo ikke til daglig. Det bliver en udfordring. Måske lærer man noget nyt"*. En anden 12-årig glæder sig

ligeledes til arrangementets anden dag, for *"jeg har aldrig syet før"*. Og da jeg spørger en 11-årig, hvorfor han meldte sig til "Soldat for en dag", svarer han: *"Mange ting kan være spændende, når man ikke ved, hvad det er"*. Det er desuden ikke kun det at sy, der er nyt og anderledes, det kan også være at save *"Det gør jeg ikke så tit"*, siger en 12-årig og mener, at det derfor var det mest spændende ved arrangementet. I undersøgelsens materiale er dette en meget udbredt begrundelse blandt børnene, og disse udsagn forekommer i forbindelse med alle mulige forskellige typer oplevelser og udflugter. Det kan være i forbindelse med noget, de ikke har set eller prøvet før:

- Pige, 8 år. Zoologisk Museum. *"Det var sjovt at se på dyr, man ikke havde set før"*.
- Dreng, 10 år. Radioudstillingen på Ringsted Museum. *"Man ser gamle ting, som man ikke har set før, og som ikke er i butikken"*. Nogle af radioerne i udstillingen var dog kedelige *"fordi de lignede noget, jeg har set før"*.
- Dreng, 10 år. Et sted på Amager, hvor han kunne malke køer og lave smør. *"fordi det var sjovt at lave de forskellige ting. Det er noget jeg aldrig havde prøvet før. Det er kun landmænd, der gør det, og jeg er fra København"*.
- Pige, 8 år: *"Det er sjovt at se og prøve ting fra gamle dage, man ikke har prøvet før"*.
- Pige, 8 år. Ringsted Museum. *"Jeg har aldrig prøvet det før, så det var lidt spændende"*.
- Pige, 6 år. Ringsted Museum. *"Det var sjovest at malke ko, for det har jeg aldrig prøvet før, men jeg har malet korn i Lejre"*.

Noget, der er anderledes fra det vante:

- Dreng, 8 år. *"Det er sjovt at prøve ting, man ikke har derhjemme"*.
- Pige, 7 år. Hundeudstillingen på Næstved Museum. *"for jeg har set alt det andet for mange gange"*.

Og noget, de ikke prøver så ofte:

- Pige, 8 år. Eksperimentariet. *”fordi der er fisk, og det er spændende at komme et sted, man ikke kommer tit”.*

Denne glæde og spænding ved **nye** oplevelser udtrykker en 12-årig dreng også meget godt, da han fortæller, at han har været på Frilandsmuseet to gange. *”Første gang var det spændende, men ikke anden gang”.* Samme opfattelse ligger bag disse to børns fortællinger, som handler om campingture og spejderlejre, der er de bedste ture, de har været på, fordi *”man møder en masse fremmede mennesker, og det er anderledes”.*

Nyt og anderledes er altså attraktivt. Og dog er der ikke nogen af de ovennævnte oplevelser, som ikke er genkendelige eller knytter sig til genkendelige ting eller oplevelser fra børnenes hverdag, hvilket muligvis også er med til at gøre det til en så god oplevelse, som børnene siger, det er. De fremhæver ikke oplevelser i forbindelse med noget fuldstændig ukendt.



### Case: ”Ulveliv – bliv ulveunge på museet”

<i>Case på:</i>	Næstved Museum	<i>Ugedag(e):</i>	Torsdag
<i>Varighed:</i>	2 ½ time	<i>Tilmelding:</i>	Ja
<i>Pris:</i>	Gratis	<i>Besøgende:</i>	Institutioner

Arrangementet er rettet mod de ældste børn i børnehaven og arrangeret i forbindelse med museets nye udstilling ”**Vruff** udstilling om hunde – og en enkelt ulv”. Udstillingen er bygget op med form som en snegl indeholdende forskellige historier om hunde fra oldtiden til nyere tid med hundens forfader, ulven, i den inderste kerne. Ulven opstræder i udstoppet udgave i et skovtableau, hvorfra der også kommer ulvehyl. Man kan kun kigge ind til tableautet gennem huller i hovedstørrelse i en sort væg sat op foran. Arrangementet er sammensat af tre elementer, hvoraf en omvisning i udstillingen udgør et. Omvisningen består af fire små, sjove historier om hunden og ulven, bl.a. om en 600 år gammel hundelort, som børnene synes er sjov. Inden omvisningen får børnene hver fire hundekiks, som de skal fordele mellem de fire historier alt efter hvilke(n), de bedst kan lide. Børnene går under hele omvisningen og snuser til hundekiksene. De to andre elementer af besøget består af en post, hvor der bliver ristet pølser og brød over bål til børnene samt en post, hvor der ved hjælp af billeder bliver fortalt en historie om en ulvefamilie. Her kan børnene også se og røre et ægte ulveskind. Rækkefølgen af de tre elementer er fuldstændig valgfri for institutionerne. Børnene er tydeligvis særligt fascineret af det sanselige ved oplevelsen – at de kan røre ved et ægte ulveskind, duften fra hundekiksene og især ulvehylene fra den udstoppede ulv har fanget deres opmærksomhed. Hver gang der lyder et hyl, kigger børnene sig opmærksomt omkring, og hylene og den udstoppede ulv pirrer mærkbart til deres fantasi og lege om, at ulven er levende. En 9-årig pige, der er kommet til hundehalsbånd-arrangementet og efterfølgende har set udstillingen, siger: ”*Det er altså godt lavet. Det er det altså*”.

#### **Kvalitet: Levendegørelse**

Det, der fanger børnene ved ovenstående arrangement, er altså i høj grad den udstoppede ulv, og dette fordi den virker umådelig levende på dem. I undersøgelsens materiale giver børnene i forbindelse med flere forskellige udflugter udtryk for, at jo mere levende oplevelsen, udstillingen eller formidlingen er, jo bedre er oplevelsen. Der er flere måder, den kan blive levende på. Det kan være ved hjælp af virkelighedstro lignende genstande (en udstoppede ulv). Det kan være ved at tilsætte lyd. Det kan være gennem interiørudstillinger, og det kan være gennem rollespil.

I forbindelse med ovenstående case siger børnene: *"Vi kunne godt lide ulvelydene og at kigge ind til den. Vi kunne høre, den var levende"*. Lidt efter gør de dog opmærksom på: *"Vi troede, at der var en ulv inde bagved, men det var bare højttalere"*. Men den udstoppede ulv og lydene har sat gang i deres fantasi, og de begynder at fortælle mig historier om, hvordan ulven løb efter dem og var ved at spise dem. Der er flere grunde til, at ulven virker levende for børnene. For det første fordi det er en udstoppet ulv. Den har været levende før. For det andet fordi museet har tilføjet ulvehylene, som fungerer optimalt, fordi de (for det har tredje) har valgt at "skjule" ulven inde bag den sorte væg, så den ikke er umiddelbar tilgængelig. Er det nu sikkert, at ulven ikke bare hyler, når børnene ikke kigger ind gennem hullerne? *"Vi vil jo gerne ha', at den skal være levende"*, siger en af pigerne så rammende til mig. Tilsvarende mener en 9-årig dreng, at turen til Eksperimentariet var den bedste, han havde været på, fordi, *"der var dinosaurer, der sagde lyde"*. En 10-årig pige var glædest for sin oplevelse på Frilandsmuseet, fordi *"man går rundt inde i gamle huse og ser, hvordan de har levet. Der var også folk i dragter, der fortalte"*. Endnu bedre blev oplevelsen, da hun også selv fik lov til at prøve en dragt.

Rollespil er en anden måde, oplevelser kan blive mere levende for børnene, hvilket drengene fra "Soldat for en dag" gør opmærksom på. En af dem fortæller, at arrangementet lød rigtig spændende, fordi *"Jeg ville gerne prøve, hvordan det føles at være soldat"*. Han elsker rollespil. *"Det føles så livligt. Man står med noget og kan godt dø"*. Og en anden siger: *"Det er sjovt, fordi man lever sig ind i rollen"*. Gennem rollespillet ser eller hører drengene ikke bare om krig. De oplever krig. *"Det er sjovt at opleve lidt krig og lave sine egne våben"*. *"Det [rollespillet] bliver super sjovt. Jeg tror, det bliver den bedste dag. Man kan komme ud og prøve det"*. På denne måde er rollespillets værdier og kvaliteten "At få fingrene i bolledejen" meget ens. Begge har greb om den kropslige deltagelse i oplevelserne, men mens "At få fingrene i bolledejen" handler om at røre og gøre, handler rollespillet yderligere for børnene om at indleve sig i og at spille en rolle.

### **Kvalitet: Dyr**

En meget konkret og håndgribelig kvalitet ved den gode oplevelse, som også er en del af "Ulveliv – bliv ulveunge på museet", er tilstedeværelsen af dyr. I det tilfælde i en udstoppet udgave, hvilket også er tiltrækkende for børnene såvel som emner om dyr og levende dyr er det. Dette kapitel "Børnenes verden" er allerede fuld af citater omkring dyr. Her er yderligere nogle få af materialets eksempler, hvor dyr har gjort en oplevelse eller udflugt til en af de bedste for børnene:

- Dreng, 10 år: Knuthenborg - Park & Safari. *"Jeg kan godt lide at se dyr. De er nuser især hundehvalpe, katte og bjørne"*.
- Dreng, 9 år: Danmarks Akvarium. *"De farvestrålende fisk er underholdende"*.
- Pige, 4 år: *"Når vi kigger på heste ved bedstemors hus"*.
- To piger på 5 og 6 år: Zoologisk Have *"Vi så så mange søde dyr"*
- Pige, 9 år: Trelleborg. *"Vi mødte et lille dyr, der var tamt"*

Museerne kan altså overveje at inkorporere flere dyr, både udstoppede, levende og emnemæssigt i deres formidling for at gøre denne mere tiltrækkende for børnene.

### Case: ”Workshop for børn – sommerferieaktivitet”

<i>Case på:</i>	Ringsted Museum	<i>Ugedag(e):</i>	Tirsdag, onsdag, torsdag
<i>Varighed:</i>	1 ½ -2 timer	<i>Tilmelding:</i>	Familie: nej, Institution: ja
<i>Pris:</i>	30 pr. barn / 300 pr. institution	<i>Besøgende:</i>	Familier og institutioner

Sommerferieaktiviteten i Historiens Hus Ringsted Museum omhandler klima, vind/vandkraft og solens energi. Om formiddagen deltager de tilmeldte børnehaveinstitutioner og om eftermiddagen er der åbent for familier.

Sommeraktiviteten indledes med et eksperiment, hvor børnene skal prøve at lave regn. De holder en ske med isterning over en kop kogende vand illustrerende den varme jordklode og den kolde sky. Når børnene har siddet noget tid med skeen over koppen, begynder det at ”regne” fra skeen. Den næste aktivitet, børnene præsenteres for, er fremstillingen af enten en vind/vandmølle eller en drage, som resten af tiden går med at lave. Arrangementet er primært præget af at være en værkstedsaktivitet med begrænset formidling omkring klima, vind- og vandenergi. Børnene synes især at kunne lide den sidste del af aktiviteten, altså at lave vindmølle eller drage. ”*Det lød sjovt at lave sit eget legetøj*” (Pige, 9 år). Mange af de mindre børn virker ikke som om, de forstår regnvejrseksperimentet. De kigger lidt uforstående på skeen og snakker ikke om eksperimentet i det efterfølgende interview. Nogle af de lidt ældre børn er dog ret fascineret af konceptet. ”*Det er sjovt, at man kan gøre det på den måde*” (dreng, 10 år).

Ligesom til de andre arrangementer sidder de fleste børn pænt på deres pladser, mens de lytter til undervisernes instruktioner, og mens de arbejder med deres drage/vindmølle. Et arbejde, de er optaget af. Bagefter er de dog også nysgerrige efter at komme ud og prøve det nye legetøj.

De dele af aktiviteterne, som børnene synes mest optaget af, er bemalingen af deres drage/vindmølle og de håndværksmæssige dele af fremstillingen som fx at slå søm i.

En af dagene er børnene i forbindelse med arrangementet oppe i museets mølle, hvilket får de meget spændte børn til at hoppe og råbe af glæde og udnævne det til dagens bedste oplevelse.

Denne kvalitet vil jeg vende tilbage til nedenfor under overskriften ”På grænsen mellem det skræmmende og det spændende”. Inden da vil jeg behandle den kvalitet, børnene bl.a. fandt i denne case og dens håndværksmæssige udfordringer: den hårde fysiske aktivitet.

### **Kvalitet: (Hård) Fysisk aktivitet**

*"Det med at putte lim på. Man skulle trykke rigtig hårdt"*, svarer en 6-årig pige med et stort smil, da jeg spørger hende, hvorfor hun synes, det at lave en drage havde været dagens sjoveste hændelse. En dreng, som en anden dag mente det samme om sin vindmølle, svarer: *"Fordi jeg skulle banke søm i"*. Fra mine observationer husker jeg denne del af aktiviteterne godt. De små hænder, der dirrende og for alle kræfter forsøger at klemme lim ud af de store tuber og de små hænder om den store hammer, som koncentreret slår et søm i sin vindmølle. Børnenes muskler må aktiveres, og deres styrke udfordres. De synes, det er sjovt. En 9-årig pige, der også har deltaget i arrangementet på Ringsted Museum, fortæller, at hun bedst kunne lide at male mel *"fordi man skal bruge sine muskler"*. Derhjemme kan hun desuden godt lide at kløve brænde og hoppe på trampolin, informerer hun. Endnu en pige foretrækker ligeledes at *"kvase mel"*, som hun siger, for *"man bliver helt hvid og man skulle bruge sine kræfter"*. Fysisk aktivitet og gerne af den hårde slags, som udfordrer børnene, er noget de fremhæver i mange forskellige afskygninger i undersøgelsens materiale. nedenstående er nogle eksempler, hvor den fysiske aktivitet bruges som argument for, at den pågældende oplevelse er særlig god:

- 5 børnehavebørn: En børnekoncert med tilhørende dans. *"Vi hoppede og klappede og drejede rundt"*.
- Pige, 10 år: Lalandia. *"Man skal bruge kroppen. Man kan bade, der er Monkey Tonkey land, og man kan skøjte"*.
- Dreng, 7 år: Tivoli, Skærsilden (indendørs legeplads). *"Skærsilden er mega sjov. Der er ting, der drejer rundt, kan løbe inden i. Det er sjovt at løbe rundt og prøve"*.
- Dreng, 10 år. Fodbold. *"Man får lov til at løbe rundt"*

På Greve Museum glæder en af de 9-årige drenge sig mest til "Soldat for en dag"s tredje dag pga. den fysiske udfordring, der ligger i det: *"Det bliver aller aller sjovest. Der skal vi være udenfor og lege krig. Jeg håber, det bliver regnvejr, så er det sjovest at lege krig, for det bliver sværere at kravle i mudderet"*.

Når denne kvalitet udebliver i en museumsoplevelse, kan det være med til at ødelægge besøget for nogle af børnene. For eksempel for denne 10-årige dreng, som siger, at det værste ved museer er, *”når man ikke kan gøre andet end at kigge. Jeg vil gerne løbe rundt. Jeg kan ikke stå stille”*. Gennem hele undersøgelsens materiale snakker børnene i det hele taget om alle mulige former for fysiske udfordringer, som deres foretrukne aktiviteter. De snakker om waveboards, skateboards, trampoliner, elastikspring, fodboldkampe, svømmeture, cykelture, legepladser og klatretræer. *”Jeg er en værre klatre-abe”*, siger en 6-årig pige med et bredt smil på læberne.

### **Kvalitet: På grænsen mellem det skræmmende og det spændende**

Da underviserne en dag på Ringsted Museum beslutter sig for at tage børnene med op i museets mølle, er der som nævnt stor jubel. Børnene er meget spændte. Da vi står ude foran møllen, tripper børnene. De kan ikke stå stille af spænding. De kigger op på møllens omgang og snakker højlydt om, at der godt nok er højt op – og der skal de op. Da underviseren fortæller dem, at det er vigtigt, de bliver indenfor afspærringerne, da der er huller i gulvet, hvor man kan falde hele vejen ned gennem møllens etager, lægger det kun mere brænde på bålet. Oppe i møllen begynder børnene at snakke om højdeskræk, men er alle spændte på at gå ud på møllens omgang. Inde i møllen igen har de ikke fået nok. En pige fortæller ivrigt, at hun er lidt bange for at være ude på omgangen, hvorefter hun går derud. Kort tid efter kommer hun hoppende ind igen med et skrig. *”Uh, jeg havde helt ondt i maven, fordi der var så langt ned”*, siger hun med et kæmpe smil. Da jeg efterfølgende snakker med børnene, mener otte ud af ti af dem, at denne oplevelse har været den mest spændende på dagen – nogen endda den mest spændende oplevelse overhovedet. De er tydeligvis fascineret af denne adrenalinfremkaldende oplevelse, som opstår i mødet mellem det, der er spændende og det, der er skræmmende. *”Det var sjovt, at gå deroppe. Jeg var lidt bange for at falde ned, men jeg holdt Roben i hånden. Det gjorde det sjovt, at man var en lille smule bange”*, fortæller en pige, mens to drenge forklarer, at det var spændende, *”fordi man kunne komme højt op. Og man var lidt bange pga. de der huller”*. Tilsvarende fortæller børnene på de andre museer om udflugter, der sandsynligvis har haft noget af den samme effekt.

- 4 børnehavebørn. Gåsetårnet. *”Det var sjovt at være helt oppe i Gåsetårnet”*.
- Dreng, 9 år: Danmarks Akvarium. *”Og jeg er ikke skræmt af havkatten nu”*.

- Dreng, 7 år: Stevns Fortet. *"Jeg gik rundt i gange under jorden og så alle mulige rum"*.
- Dreng, 10 år: Frihedsmuseet. *"Det var spændende, at der lå to missiler udenfor vinduet"*  
Hvorfor det? *"fordi de springer i luften"*.

Samme effekt observerer jeg på Næstved Museum i forbindelse med arrangementet "Ulveliv – bliv ulveunge på museet" som beskrevet tidligere. Den udstoppede ulv og ulvehylene prikker til børnenes fantasi og til deres tvivl – er den nu levende eller ej? Netop i denne tvivl ligger også effekten af brydningen mellem det spændende og det skræmmende. Børnene er fascineret af ulven, men den er ikke en lille, sød hund. Når de snakker om den, er den en varulv eller *"den store far-ulv"*. I et interview med en 4-årig pige, der er kommet for at lave hundehalsbånd, fortæller hun mig, at det mest spændende, hun har oplevet på museet den dag, er at se en ulv. Da jeg spørger, hvordan det kan være, bliver hun lidt genert, så mor må tage over og fortæller: *"Den er udstoppet og ser lidt farlig ud. Hun ville gerne forsikres om, at den var død"*. Ligesom børnene i møllen er hun altså både fascineret og bange på samme tid, hvilket får hende til at konkludere, at det er den mest spændende oplevelser, hun har haft den dag.

Ud over de kvaliteter, som allerede er behandlet ovenfor i forbindelse med de forskellige arrangementer, fremhæver undersøgelsens børn endnu tre kvaliteter, der er medskabende af den gode oplevelse: "Vand", "Flotte (farvestrålende) ting" og "Selvstyring". Disse kvaliteter vil jeg beskrive som afslutning på dette afsnittet, startende med "Vand".

### **Kvalitet: Vand**

Svømme i vand, lege med vand, plaske i vand, være på stranden, være i Lalandia, være i swimmingpoolen, vandrutsjebaner, vandmøller og vandpistoler – alle sammen noget børnene elsker og nævner et utal af gange i interviewene, når de skal fortælle om de bedste oplevelser og udflugter, de har haft. Som fire børnehaverbørn siger, er der noget, der tyder på, at *"Det er rigtig sjovt med vand"*. Det kan både være, når vandet er hovedattraktionen, eller når vand bare er inkluderet i oplevelsen på en eller måde, men en god og spændende oplevelse giver vandet altid børnene.

### **Kvalitet: Flotte (farvestrålende) ting**

En anden konkret og forholdsvis simpel kvalitet er, når noget er flot. Det er ikke en ligeså hyppig begrundelse som vandet, men flere børn argumenterer for, at de godt kan lide en oplevelse eller et sted, fordi der er flot. Især synes farvestrålende ting at være flotte i børnenes optik.

- Dreng, 13 år: Kan godt lide at se på malerier, for *"de ser pæne ud"*.
- Dreng, 10 år: Kronborg, hvor han kiggede på gamle billeder. *"Sådan laver man dem ikke i dag. Det er bedst med mange farver."*
- Dreng, 9 år: Danmarks Akvarium. *"De farvestrålende fisk er underholdende"*.
- Fire børnehavebørn. Skt. Bents Kirke. *"Den var flot indeni"*.
- Pige, 8 år: Faxe Kalkbrud. Det var den bedste tur, fordi *"det var flot"*.
- Pige, 7 år, fortæller, at hun synes, Næstved Museums mønter er det kedeligste: *"De er ikke så seje, fordi de ser ikke så flotte ud"*.

Museer kan altså også tiltrække børnene med flotte ting – helst i mange farver. I den sidste kvalitet nedenfor handler det for børnene om at være egen herre over sine oplevelser.

### **Kvalitet: Selvstyring**

*"Det værste ved museer er, når de fortæller for meget. De får det til at se ud som om, det ikke er spændende"*, fortæller en 12-årig dreng, og en 13-årig er i et andet interview inde på det samme: *"Det er bedre selv at få noget ud af tingene og selv læse. Med guide går man hurtigt videre. Det er bedre, når man selv kan bestemme tempoet"*. En kvalitet ved den gode (museums)oplevelse, som altså også bliver fremhævet af børnene, om end ikke så hyppigt som de andre, er muligheden for selv at tilrettelægge og bestemme, hvordan de vil opleve den pågældende udflugt. Fortæller man dem på museet for meget, får de det til at se ud som om, det ikke er spændende, mener den 12-årige dreng, som altså formodentlig implicit synes, at det er spændende, hvis bare han får lov til at styre det selv. Lignende mener en 9-årig dreng, at det værste ved museer er, *"når ens lærer uddeler*



*opgaveark, og man skal finde svar og skrive dem ned*". Og en 8-årig pige mener, det er: *"at man ikke må løbe frit rundt, som man har lyst til"*. Som det fremgår af disse citater, er der meget forskellige motiver bag udsagnene, men alle ønsker de at opleve museet på deres egen måde (og ikke på de voksnes principper?). En af drengene fra "Soldat for en dag" mener, at dette arrangement er hans bedste museumsoplevelse og sammenligner med en tur til Lejre, hvor man også får lov til at gøre ting, men *"Det her er det sjoveste, jeg har været på. Her får man lov til at gøre tingene selv. I Jernalderen ville de hele tiden hjælpe"*. Der er dog også nogle få af børnene, som fortæller, at de er meget begejstrede for nogle guidede ture, de har været på, fordi de fik en masse spændende fortalt.

### **Opsamling**

På baggrund af mine observationer og på baggrund af interviewene med børnene har jeg i dette afsnit identificeret ti kvaliteter – ti temaer og effekter – børnene bruger som argumenter for, hvorfor denne og hin oplevelse eller udflugt er særlig god eller bedst. De ti kvaliteter er beskrevet ovenfor med alle deres forskellige nuancer og facetter, og det er hensigten, at museerne her står med en analyse i hånden, der kan bruges som en art idékatalog indeholdende forskellige elementer, udpeget af børnene selv, som museerne kan bruge både enkeltvis og kombineret, når de står overfor at skulle skabe en ny udstilling eller et nyt formidlingstilbud til børn i alderen 4-12 år. Samtidig håber jeg, at beskrivelserne af de forskellige cases også kan være med at inspirere museerne indbyrdes.

## Børnefamilierne – synlighed, motiver og barrierer

Dette afsnit behandler de informationer, som forældre og bedsteforældre gav under interviewene omhandlende børnefamiliers behov og ønsker i forhold til oplevelser og udflugter, samt hvad der betyder noget for dem, når de udvælger disse. Afsnittet vil også beskrive, hvordan denne gruppe gav udtryk for, at museernes kan blive mere synlige for dem. Både brugere og ikke-brugere er inkluderet. Dele af interviewene med drengene fra ”Soldat for en dag” er også medtaget i dette afsnit, selvom der ved den lejlighed ikke blev snakket med ledsagende voksne. Til gengæld besvarede de 9-12-årige drenge selv nogle af de samme spørgsmål.<sup>7</sup>

### Museernes synlighed

I forbindelse med arrangementet ”Soldat for en dag” har:

- Fem ud af de ti drenge set tilbuddet i en sommeraktivitetsfolder for Greve Kommune.
- Fire af drengene har tilmeldt sig efter at have læst om tilbuddet her og har efterfølgende hver inviteret en ven med.
- De sidste to drenge blev meldt til arrangementet af den enes bedstemor.

Ingen andre medier nævnes i forbindelse med dette arrangement. Det må konkluderes, at den i skolerne omdelte sommeraktivitetsfolder samt mund til mund formidlingen, som museerne kan have svært ved aktivt at benytte sig af, i forhold til de ældre og mere selvstændige børn er ganske effektiv synliggørelse. Så vidt det er mig bekendt blev der også reklameret i lokalavisen, men, modsat undersøgelsens øvrige resultater, tilsyneladende uden resultat. **Notitser i lokalaviserne** er i forbindelse med de andre arrangementer det medie, hvorigennem halvdelen af de besøgende er blevet opmærksomme på de respektive arrangementer. Den anden halvdel spreder sig over flere forskellige informationskilder:

- Opslag på biblioteket (1 G)<sup>8</sup>
- Museets hjemmeside (2 G&N)

---

<sup>7</sup> De relevante arrangementer for denne del af analysen er Greve Museums kalkmaleri- og teater-arrangement, Næstved Museums hundehalsbåndsarangement og Ringsted Museums energi og klima arrangement samt mølledagen. Endelig er Greve Museums arrangement ”Soldat for en dag” også medtaget.

<sup>8</sup> G = Greve Museum, N = Næstved Museum og R = Ringsted Museum. Tre af de 29s informationskilder er ukendte.

- Museets brochure (4 G)
- Opslag i barnets institution (2 N)
- Blev hentet ind fra gaden af museets formidler (1 N)
- Internettet på [www.kultunaut.dk](http://www.kultunaut.dk) (1 R)
- Via mail til museets venner (1 G).

Der er således mange måder at nå børnefamilierne på, men lokalavisen må siges at have størst effekt. Dette gælder ligeledes for alle tre museer separat. Næstved Museum har dog også held med at sætte opslag op i områdets børneinstitutioner, hvor to af de syv familier har lært om et af dets tilbud. Det er begge familier, der ikke har brugt museet tidligere.

Ser man på museernes synlighed i forbindelse med informanterne fra ”Ringstedet”, et shoppingcenter i Ringsted, har 10 af de 14 interviewede småbørnsfamilier<sup>9</sup> hørt om Ringsted Museum. De kunne ikke angive, hvorfra de kender til Museet, men flest fremhæver **lokalavisen**, som det for dem mest synlige medie for museerne at annoncere i i fremtiden.

Desuden nævnes andre medier som:

- Fjernsynet
- Internettet<sup>10</sup>
- Mund til mund metoden
- Opslag i børneinstitutionerne (1)
- Folderen ”Sommer i Ringsted” (1)

Selvom museet allerede gør brug af en eller flere af disse måder at være synlig på, har ingen af de pågældende 14 familier besøgt Ringsted Museum. De har heller ikke været på nogen af de to andre museer. Senere i dette afsnit vil jeg vende tilbage med bud på, hvordan det kan være.

### **Kvinderne bestemmer**

Det er meget entydigt de voksne, som har foreslået at tage af sted til museumsarrangementerne. Det er derfor også de voksne, som må være museernes primære målgruppe i deres anstrengelser for at

<sup>9</sup> Familierne inkluderer børn i alderen fra 2-10 år. Halvdelen af børnene er mellem 3-5 år, mens den anden halvdel fordeler sig på børn mellem 6 og 10 år og tre på 2 år.

<sup>10</sup> Bl.a. [www.sjovforbørn.dk](http://www.sjovforbørn.dk)

blive mere synlige. Kun i ét tilfælde i undersøgelsens materiale er det barnets eget forslag at besøge museet.

De voksne initiativtagere er fordelt forholdsvis ligeligt mellem forældre i 13 tilfælde og bedsteforældre i 10 tilfælde (hvoraf 7 af dem er fra Greve Museums teaterarrangement). Et andet tydeligt billede i denne forbindelse er, at det i 17 ud af 23 tilfælde er kvinderne, der foreslår museumsbesøget. Det er næppe et tilfælde med en så stor overvægt blandt kvinderne. Museerne kan derfor overveje at appellere mere direkte til kvinderne og gennem medier, der især appellerer til kvinder

### **Trofaste brugere og nye brugere**

Til arrangementerne er fordelingen mellem gengangere i besøgende familier og førstegangsbesøgende, på trods af ovenstående, forholdsvis lige, hvilket må betragtes som en succes og kan tyde på, at museernes arrangementer har ”den rigtige” karakter. 16 af de 29 familier har været på det respektive museum tidligere, mens 11 familier er der for første gang. To tilfælde er ukendte og i nogle af de familier, som har besøgt museet tidligere, er der tale om bedsteforældre, der har børnebørn på sommerbesøg fra andre byer. I disse tilfælde har børnene ikke været på museet før. Ser man på, hvor førstegangsbrugerne har lært om museumsarrangementet henne, er der tale om lokalaviserne i seks ud af elleve tilfælde. Ser man på museerne hver for sig, er tendensen den samme for Næstved og Ringsted Museum, mens Greve Museums to arrangementer byder på dobbelt så mange gengangere som nye brugere (8 gengangere, 4 nye). Dette hænger muligvis sammen med teaterarrangementets overvældende andel af bedsteforældre som de ledsagende voksne<sup>11</sup>. Det er en problematik for alle tre museer, at ældre mennesker er flittigere museumsgængere, end børnefamilierne er, og så vidt det er mig bekendt, har Greve Museum en stor skare af trofaste, ældre stamgæster.<sup>12</sup>

I forhold til drengene fra ”Soldat for en dag” er det interessant, at syv af dem kender og har været på Greve Museum før - tre af dem sammen med familien og en med skolen, mens de sidste to har været der både med familien og skolen. Det tegner således et billede af, at de lidt ældre børn er mere tilbøjelige til at bruge museets arrangementer, hvis deres forældre også gør det og har ”hevet”

---

<sup>11</sup> NB! Tallene i denne rapport dækker over de af arrangementets deltagere, som ikke blev interviewet. Ikke alle de, der deltog i arrangementet.

<sup>12</sup> Af de elleve interviewede familier på Greve Museum i forbindelse med teaterstykket ”Alle tiders Jeppe” var syv af dem bedsteforældre med børnebørn. En af dem var forældre med barn, og en af grupperne var en SFO pædagog med fem børn. I to tilfælde er familiens relation ukendt.

dem med ind imellem. Mange af drengene taler godt om deres tidligere besøg på museet, som har været spændende og interessante. De ved, hvad museer er, og hvad de kan byde på. Denne antagelse bekræftes af et udsagn fra en af de drenge, som ikke har været på museet tidligere. Han vidste godt, museet fandtes, men havde ikke gidet at besøge det, fordi: *"Jeg troede det var kedeligt. Jeg troede de havde statuer og krukker"*. Fordomme og måske i det hele taget manglende viden omkring, hvad museer er for en størrelse, og hvilke tilbud de har til børn, lever i bedste velgående. Er det de lidt ældre børn, som skal komme på museet uden forældre som til "Soldat for en dag", kunne det se ud til, at museerne skal tage tidligt fat i skolerne og måske især småbørnsforældrene. Et faktum de allerede er klar over, og som også ligger til grund for nærværende undersøgelse.

### **Den gode oplevelse/udflugt**

De forskellige arrangementer har hver sine deltagere, som er kommet, fordi netop dét emne eller dén aktivitet interesserer dem. Kalkmaleriarrangementet: *"Vi kan godt lide at male"*.

Hundehalsbåndsarangementet: *"Vi er familien hund"*. Og teater arrangementet: *"Jeg har stor kærlighed til teater"*. Ligeledes fortæller nogle af ikke-brugerne, at de engang imellem besøger museer, der har noget med landbrug at gøre, fordi de selv bor på eller drømmer om at bo på eget landsted. Derudover er begrundelser som *"Det er hyggeligt at lave ting"* og *"Det er sjovt, når man kan få lov til at prøve"* gældende for alle arrangementerne. Men hvad er det for oplevelser og udflugter, der tiltrækker børnefamilierne? Hvad betyder noget for dem, når de udvælger disse udflugter og oplevelser? Undersøgelsen viser, at der paradoksalt nok ikke er den store forskel mellem de behov og ønsker, bruger-gruppen har, og de, ikke-bruger-gruppen har. Hvad der er motiver for den ene gruppe, kan dog være barrierer for den anden i forhold til at bruge museerne. Som jeg vil vise nedenfor ligger den største forskel i gruppernes opfattelse af museumsinstitutionen og i en tendens til, at ikke-brugerne ligger mere vægt på muligheden for fysisk udfoldelse, end brugergruppen synes at gøre.

### **Aktiv deltagelse**

For brugernes vedkommende er det overvejende museernes særlige arrangementer, der tiltrækker dem, fordi der her er aktiviteter for børn. Her ses en parallel til børnenes udsagn i afsnittet "At få fingrene i bolledejen" ovenfor. Det at være aktiv deltager frem for passiv beskuer er generelt noget, der er langt at foretrække for både brugere og ikke-brugere, og dette gælder i forhold til alle typer af oplevelser og udflugter. De siger bl.a.: *"Det er sjovt for børnene, når de selv kan være med"*. *"Vi*

*foretrækker aktiviteter, hvor børnene selv kan prøve*". "Aktiv deltagelse er vigtig for oplevelsen". Og "Vi foretrækker steder, hvor der er forskellige aktiviteter for børn". "Børnene vil gerne gøre noget". For brugernes vedkommende er der umiddelbart ikke nogen former for museumsaktiviteter, der foretrækkes frem for andre. Det er dog relevant, at den pågældende aktivitet er tilrettelagt for børn, "så de får noget ud af det". En forælder pointerer steder, hvor børnene kan lære og lege. I forbindelse med den aktive deltagelse fremhæves især Lejre og Frilandsmuseet af både brugere og ikke-brugere som attraktive museumsoplevelser: "Lejre er fx godt, for her kan børnene røre og mærke". Og på Frilandsmuseet "er der frit, og noget de kan prøve". Men også mere enkeltstående på-egen-krop-oplevelser kan gøre det, fx sporvejsmuseet, hvor "man kunne køre i sporvogn". Et meget populært udflugtssted udenfor museumsverdenen, som bekræfter tiltrækningen ved den aktive deltagelse, er den hyppige fremkomst af "Eksperimentariet" i interviewene, som et yndet udflugtsmål. En familie nævner ligeledes forsknings- og oplevelsescenteret "Fjord&Bælt", "hvor man kunne prøve at mærke vinden".

Det er interessant, at netop ønsket om den aktive deltagelse både er noget af det, der har tiltrukket gæster til undersøgelsens arrangementer, og samtidig er noget af det, der holder ikke-brugerne fra at komme. Eksempelvis siger en af disse forældre: "Jeg tror ikke børnene interesserer sig for tingene [på lokalmuseet]. Der skal være noget aktivt, før børnene gider. De skal kunne trykke på noget eller prøve ting som i Lejre". Og en anden: "Børn gider ikke kigge på døde billeder. Museer skal up to date til teknikkens tidsalder." Der er altså en tendens blandt ikke-brugerne til, at de har den opfattelse af de små museer som værende gammeldags institutioner, der ikke tilbyder aktiviteter eller interaktiv formidling til børn. Det tyder altså på, at der langt hen af vejen er tale om fordomme eller uvidenhed i forhold til de små museer. Ikke-brugerne er ganske enkelt uopmærksomme på, at museerne tilbyder formidling som fx sommerarrangementerne.

Jeg spurgte flere af disse forældre, om de ville være interesseret i at besøge fx Ringsted Museum, hvis dette lavede en form for oplevelsesevents, hvor der var forskellige aktiviteter for børnene. En af fædrene svarede ivrigt hertil: "Ja, så ville der komme mange flere børnefamilier".

Det er klart, at der også ligger meget prioritering bag valget mellem museer og andre udflugtssteder, når børnefamilierne vælger mellem oplevelser, hvor de kan deltage aktivt. Nogle familier prioriterer ganske enkelt ikke museer, men det er påfaldende, både ud fra dette citat og i lyset af det faktum, at kendte museer som Frilandsmuseet og Lejre netop fremhæves i kraft af deres interaktive formidlingsprofil, at hovedproblematikken ligger i en mangelfuld synliggørelse. For at komme denne problematik til livs kunne museernes overveje om en flittig brug af samtlige af de ovenfor

nævnte medier kombineret med særlig iøjnefaldende billeder og/eller illustrationer fx af den pågældende aktivitet kunne være en del af løsningen. Sidstnævnte er foreslået af en forælder på Ringsted Museum, som mente, at fx møllen altid var godt blikfang. Denne idé kan dog også bakkes op af det faktum, at mange ikke-brugere tilsyneladende ikke har reageret på tidligere annoncer i lokalaviserne, selvom disse fremhæves som et godt medie for museerne at synliggøre sig gennem. Der er dog også en anden faktor, som kan spille ind; nemlig folks kultur og traditioner.

### ***Kultur og traditioner***

Flere af informanterne påpeger, at noget som vaner og traditioner er afgørende for deres valg af oplevelser tillige med den kulturarv, man bærer med sig fra egen barndom og ungdom. Det handler om, at man *”gerne vil videregive sin egen børnekultur, altså det man selv prøvede som barn”*, som en mor udtrykker det. For museerne handler det altså om at stræbe imod at blive en integreret del af lokalområdet familier og deres hverdag - måske ved at tilbyde børnearrangementer i weekenden hele året rundt? Her kan Ringsted Museums børnehjørne fremhæves som en god idé. Børnehjørnet er, kort fortalt, et åbent værksted, hvor besøgende kan slå sig ned og prøve en masse forskellige historiske aktiviteter. Værkstedet kræver ikke nødvendigvis en tilstedeværende formidler. Der er ophængt vejledende plancher med tilhørende illustrationer over de forskellige aktiviteter i rummet.

### ***Oplevelser for alle aldre***

En anden tematik af motiver og barrierer for at gøre brug af museerne og deres tilbud er muligheden for at alle familiens medlemmer kan deltage i oplevelsen/udflugten. Flere af brugerne fremhæver, at de synes om at deltage i museernes arrangementer, da de giver mulighed for at hele familien kan lave noget sammen, og fordi oplevelserne rammer hele målgruppen – både børn og voksne. En far fortæller på Næstved Museum, at de i deres familie fx ikke tager på Nationalmuseet, da *”børnene er for små”* (5 og 2 år). Arrangementerne er derimod noget andet.

I modsætning til brugerne er der imidlertid mange af ikke-brugerne, som netop, fordi de prioriterer oplevelser for alle aldre, vælger de små museer fra: *”Museer er steder, børn først kan tages med på, når de er 10-12 år gamle”*, siger en. Og en anden: *”Små børn er pilfingre, og på museer må man ikke røre”* Disse og lignende udsagn bliver hyppigt brugt som argumenter for at vælge disse museumsoplevelser fra. Der synes at være en generel opfattelse af, at mindre børn ikke gider og måske især ikke vil være egnet til sådanne museumsbesøg. Forældrene har en forventning om hele tiden at skulle have børnene i kort snor og være over dem ved et museumsbesøg, hvilket ville

ødelægge oplevelsen både for dem og børnene. De foretrækker et sted, hvor børnene kan være mere frie. Mere om dette i næste afsnit.

Ud fra samme ønske om oplevelser for alle aldre fremhæver ikke-brugerne i stedet udflugtsmål som:

- Sommerland Sjælland: *"Her er aktiviteter for både børn og voksne, og man kan være aktive"*.
- Egeskov Slot: *"Der er noget for enhver smag"*.
- Labyrint Parken i Kalvehave: *"Der er noget for alle aldre, og man kan bruge sig selv"*
- Eksperimentariet: *"det er for hele familien"*.

Disse argumenter støtter sig altså til forventningen om, at museer ikke er steder, hvor børnene kan deltage aktivt. Det kan imidlertid også have rod i andre forventninger om gammeldags udstillinger på de små museer, som ikke-brugerne kan have. Denne far bruger ikke Ringsted Museum, men han bruger til gengæld "Zoologisk Museum", hvilket er en rigtig god oplevelse, fordi det er en *"gennemført udstilling om dinosaurer. De forklarer det godt i både tekst og visuelle effekter."* Dette står altså sandsynligvis i modsætning til, hvad han forventer at finde på de små lokalhistoriske museer, da han konkluderer, at lokalmuseerne er af varierende kvalitet, og at børnene ikke får noget ud af besøget i forhold til prisen. At vedkommende så ikke virker til at klar over, at det i dag er enten gratis eller meget billigt for børnefamilier at besøge kulturhistoriske og lokalhistoriske museer er en anden sag. Denne familie fremhæver bl.a. Bonbonland, Tivoli og Eksperimentariet som attraktive udflugtsmål – alle attraktioner, der ligger i en meget dyrere prisklasse. Igen vil jeg pege på en nødvendighed for større synliggørelse af museernes børnearrangementer, især med pointering af aktiviteterens pris samt deres målgruppe - altså at de også kan være egnet for de mindre børn.

### ***Frihed***

I forlængelse af og i sammenhæng med de to ovenstående afsnit "Aktiv deltagelse" og "Oplevelser for alle aldre" vil dette afsnit omhandle en vigtig motivation for ikke-brugerne i forhold til valgt af oplevelser, som også må tolkes som værende en barriere for besøg på undersøgelsens tre museer. Det drejer sig om følelsen af frihed for både børn og voksne - for børn til at opføre sig som børn nu



gør og for de voksne til at lade dem opføre sig sådan i stedet for at være over dem. Sigende er det, da jeg i et interview spørger en far, om familien har nogle ideer til forbedring af museernes tilbud. *"Museerne skal IKKE have ting, der kan gå i stykker i børnehøjde"*, svarer han. Forældrene føler, at de hele tiden skal holde øje med børnene, når (eller hvis) de er på museum. Af samme grund fortæller mange ikke-brugere, at de godt kan lide at tage på skovture, da *"der er frit. De [børnene] kan rende rundt, og fantasien kan få frit løb. Man behøver ikke holde øje med børnene."* En anden mor foretrækker:

- *"steder, hvor børnene kan have lov til at være vildbasser og rase lidt ud, eksempelvis legepladser"*.
- Bonbonland bliver også et godt udflugtsmål, når man har dette for øje: *"Der er frit. Man er ikke afhængig af penge, der er noget for enhver smag, og man kan spise sin madpakke hvor man vil."*
- Også legepladser og svømmehaller er foretrukket på denne konto: *"Der er plads til børnene, så man ikke skal være over dem hele tiden. De må larme, og de må skringe, og de må løbe rundt."*

Det handler altså om at føle frihed på mange forskellige niveauer og mange forskellige måder. Disse børnefamilier føler sig frie, når de ikke hele tiden skal holde øje med børnene, når børnene må opføre sig som vildbasser, uden det gør noget, når de må skringe og løbe rundt, som det passer dem, og når der er plads til, at man kan sætte sig ned med sin madpakke, hvor og hvornår det passer én. Når museer som Lejre og Frilandsmuseet fremhæves, er det også på baggrund af disse behov.

- *"Frilandsmuseet er frit for børn. De kan rende rundt"*
- *"På Frilandsmuseet kan børnene bare løbe rundt. Der er frit og noget, de kan prøve"*.
- *"På Frilandsmuseet og i Lejre er der plads og natur, der er teater og dyr. Børnene kan få lov til at larme, at lege og de kan få lov til at pille. På Frilandsmuseet er der også hestevogn."*

- Egeskov Slot har den samme tiltrækning: *"Der er noget for enhver smag. Det er grønt. Man kan løbe rundt, og der er rum og luft"*.

Følelsen af frihed kan således også være knyttet til natur og det at være udendørs. I modsætning hertil kan de små museer for visse af ikke-brugerne opfattes som steder, hvor der ikke er denne frihed: *"På museer skal man være stille. Det er ikke børnevenlige steder"*. Og en anden siger, at et museum er et sted *"hvor man læser og lærer noget nyt og får en oplevelse i en eller anden form. Museer er ikke noget for børn"*.

### ***Friluftsliv og dyr***

Friluftsliv og dyr er desuden to elementer, som hyppigt fremhæves blandt både brugere og ikke-brugere som store trækplastre i forbindelse med mange forskellige oplevelser og udflugter. Det kan både være udflugter, der i sig selv har den værdi, at børnefamilier kommer i kontakt med enten dyr og/eller naturen som Zoologisk Have, Knuthenborg Park & Safari, skoven, stranden og naturlegepladser, men det kan også være udflugter, hvor disse elementer bare er en del af oplevelsen.

### ***Fysisk aktivitet***

Muligheden for fysisk udfoldelse er det sidste vigtige element, som kan være med til at skabe den gode oplevelse ifølge forældrene. Dette hænger desuden uløseligt sammen med de fleste andre elementer nævnt ovenfor. Børnene har brug for at være aktive - også med deres kroppe i sportslige aktiviteter. Nogle foretrækker *"Alt hvad der kan kravles på"* og igen fremhæves attraktioner som Bonbonland og Knuthenborg Park & Safari:

- *"De er sjove for børnene, fordi de er vilde med dyr, og fordi de elsker at bruge kroppen"*.
- I Bonbonland: *"er der masser af aktiviteter og mulighed for fysisk udfoldelse for børnene"*.
- Ligeledes er legepladser og svømmehaller foretrukne, idet børnene kan *"bevæge sig, tumle rundt. Der er aktivitet til mullerne og plads til at barnet kan blive sluppet løs indenfor en ramme."*

- Og Sommerland Sjælland, fordi *"der er legeplads, man kan klatre på. Børnene kan bruge kroppen og vigtigst: der er vandland."*

### **Opsamling**

Friluftsliv, dyr og fysisk aktivitet er alle elementer, som museerne altså med fordel kan medtænke i deres fremtidige formidling, hvis de vil blive endnu mere attraktive for børnefamilierne. Implementeringen af et eller flere af disse tre elementer kan desuden være med til at skabe noget af den frihedsfølelse, som børnefamilierne også efterspørger. Desuden tyder det på, at museerne har brug for at gøre sig selv og deres tilbud mere synlige. De skal støve gamle fordomme af sig og være tydelige i deres formidling omkring, at også de kan bruges, når familierne efterspørger aktiv deltagelse og oplevelser for alle aldre. Dette kan måske gøres bl.a. ved hjælp af den rigtige retorik og blikfængende illustration. Yderligere må museerne tilstræbe at blive en mere integreret del af børnefamiliernes hverdag.

## **Institutionspersonale – synlighed, motiver og barrierer**

Dette afsnit behandler interview foretaget med institutionspersonale og har til formål at komme tættere på børnehaveinstitutionernes behov og ønsker i forhold til udflugter og oplevelser og i forhold til at afdække, hvordan museerne bedre kan synliggøre sig overfor denne gruppe. Afsnittet er både baseret på interviews foretaget med institutionspersonale på besøg på museerne og over telefonen.

### **De pædagogiske lærerplaner**

Det mest iøjnefaldende ved interviewene med institutionspersonalet er, at deres behov og udvælgelseskriterier er uløseligt forbundet med de pædagogiske læreplaner, som børnehaver landet over har skullet forholde sig til siden lovvedtagelsen i august 2004.<sup>13</sup> Ifølge de pædagogiske læreplaner skal institutionerne i årets løb arbejde med læring ud fra seks obligatoriske temaer. Disse temaer blev gentagende gange nævnt af de interviewede som determinerende for udvælgelsen af institutionernes udflugter og oplevelser. Tre af de interviewede sagde direkte, at de i modsætning til tidligere ikke brugte museet (Ringsted Museum) længere, da de nu havde disse læreplaner som ramme for institutionens udflugter. De seks temaer i de pædagogiske læreplaner er: Barnets alsidige personlige udvikling (personlige kompetencer), sociale kompetencer, Sprog, Krop og bevægelse, natur og naturfænomener samt Kulturelle udtryksformer og værdier.<sup>14</sup> At institutionernes udflugter indgik i et af disse temaer blev også af flere italesat som værende vigtigt, idet de mener, at det er afgørende at danne en rød tråd for børnene imellem institutionens forskellige aktiviteter. Børnene skal føle, at de enkelte oplevelser giver mening i en større sammenhæng. Kan de se denne sammenhæng i et længere forløb, får det størst mulig udbytte, og derfor dur små fragmenterede aktiviteter ikke altid for institutionerne.

Når læreplaner, temaer og projektuger er så afgørende for institutionernes valg af udflugter, kunne museerne overveje at tænke bevidst og strategisk i at udvikle undervisnings- og formidlingstilbud til denne målgruppe, som er relevant i forhold til et eller flere af de seks temaer. Der er i virkeligheden ikke tale om temaer, som skiller sig særligt ud fra de områder, museerne plejer at arbejde med. Derfor handler det ligeledes om at gøre institutionerne opmærksomme på dette og markedsføre

---

<sup>13</sup> Se fx siden <http://www.dcum.dk> omkring læreplaner eller <http://www.ism.dk/Publikationer/Sider/VisPublikation.aspx?Publication=227>, hvor hele socialministeriets publikation kan downloades.

<sup>14</sup> <http://www.dcum.dk>

arrangementerne og formidlingstilbuddene i denne retorik. Sidstnævnte tema ”Kulturelle udtryksformer og værdier” rummer også historisk kulturelle udtryksformer og rammer dermed plet i de kulturhistoriske museers kompetenceområder. Sommeraktiviteten på Ringsted Museum omkring Energi og klima, vind- og vandenergi passer som hånd i handske under temaet ”Natur og naturfænomener”, og en af de besøgende institutioner, som kom helt fra Slagelse, gjorde desuden opmærksom på, at de netop var kommet, fordi arrangementet passede ind i dette tema. Museerne er således på mange måder allerede i stand til at opfylde børnehavestitutionernes behov for aktiviteter indenfor læreplanens dikteringer, men det tyder på, at det ville være til museernes fordel, hvis de yderligere aktivt satte sig ind i læreplanen og har denne i tankerne ved fremtidig udvikling af undervisnings- og formidlingstilbud. Museerne kan i deres foldere, brochurer, tilbudsbreve m.m. desuden gøre eksplicit opmærksom på, at det formidlingstilbud, de udbyder, opfylder kravene for, og med fordel kan bruges i forbindelse med, et eller flere temaer i fra den pædagogiske læreplan. Alle de adspurgte pædagoger/institutionsledere tilkendegav, at de gerne ville bruge museernes tilbud, hvis dette var tilfældet. Nedenfor vil jeg belyse, hvordan tilbuddene kan blive synlige for denne målgruppe.

### **Synlighed – skabelsen af alliancer**

Til begge af de arrangementer, hvor institutionerne deltog, blev der sendt invitationer ud til dem. Dette fremhæves som et rigtig godt tiltag. En af institutionerne har ikke benyttet museet (Ringsted) tidligere, men blev altså opmærksom på det gennem denne form for synliggørelse. Institutionen kommer helt fra Slagelse. En anden institution er en af Ringsted Museums stamgæster, som selv havde fundet arrangementet på Internettet og desuden deltog to gange i løbet af de to uger, arrangementet fandt sted.

I forbindelse med telefoninterviewene blev informanterne bedt om at nævne den eller de måder, hvorpå museerne kunne blive mere synlige for institutionerne. Flertallet fremhævede:

- at det ville ske gennem almindelig post men også gennem
- Lokalavisen
- Og på internettet.

En institution meddelte, at de helst opsøger oplevelserne selv. Dvs. at postsendte invitationer generelt er en god måde for museerne at blive synlige på overfor institutionerne. Det er desuden relevant at bemærke, at flere af de institutionsansatte fremhævede ”traditionen” som en betydelig faktor i valget af udflugter og oplevelser. Det ser i denne forbindelse ud til, at det ligeledes er tradition, at det er de store børn og måske især skolebørnene, man tager med på museum.<sup>15</sup>

Museernes opgave må altså bl.a. være at skabe alliancer med institutionerne, så de kan blive en del af denne tradition. De skal sørge for at være en del af deres verden. Disse alliancer kan muligvis skabes ved at lave tilbud, der matcher de pædagogiske læreplaner og ved at sende invitationer til disse tilbud med post, som nævnt ovenfor. Museerne skal sikre sig, at det, der sker på museerne, er noget, man snakker om.

### **Logistik og økonomi**

Der er også nogle praktiske ting, som skal være i orden, hvis børnehaverne skal blive flittigere brugere af undervisningstilbuddene. Transporten til museet skal være overskuelig, nem, ikke for lang og ikke for tidskrævende. Det gør det generelt ikke nemt at være afhængig af offentlig transport og åbningstider, mener informanterne. Institutionen fra Slagelse synes dog ikke, at det er noget problem, så længe de kan bruge offentlig transport. Det bliver først en hindring, når det er nødvendigt at leje en bus.

Det er desuden meget afgørende for institutionerne, om der er mulighed for, at børnene kan sidde og spise deres madpakker før eller efter besøget helst indenfor, og tilgangen til faciliteter som toiletter og mulighed/plads til fri leg for børnene betyder også meget. Sidst, men ikke mindst har det økonomiske aspekt betydning for udvælgelsen af udflugter. Jo billigere, jo bedre, og de gratis arrangementer er klart at foretrække. Eksempelvis nævnte en af de af interviewede pædagoger, at hun havde afvist Ringsted museums sommeraktivitetstilbud pga. prisen (300kr.).

### *Planlægning*

Hvis de kulturhistoriske museers tilbud skal indgå i institutionernes projekt- og temabaserede arbejde med læreplanerne, er det nødvendigt at gøre opmærksom på undervisningstilbuddene i god tid, fortæller institutionspersonalet. Det er forskelligt, hvor god tid i forvejen de forskellige institutioner planlægger læringsforløbet, men de seks temaer skal alle inkorporeres i løbet af et år. Nogle af institutionerne fortæller, at de planlægger et år frem i tiden, mens andre, og dette var langt

---

<sup>15</sup> Skolebørnene: De børn, der skal starte i skole efter sommerferien.

størstedelen, kun lavede grovskitse af årets forløb, som dernæst blev nærmere planlagt 1-3 måneder i forvejen. Det ser således ud til, at museerne vil få størst udbytte af at udsende deres tilbud 2-3 måneder i forvejen. (Hvis altså ikke også de planlægger et år frem i tiden og kan sende et samlet tilbudskatalog ud ved skoleårets start). Flere af de interviewede gjorde opmærksom på, at de dog også havde plads til spontane udflugter med børnene. I de tilfælde er museerne afhængige af, om de tilfældigvis rammer ned i den rigtige temaperiode med det rigtige tilbud, eller om institutionerne har tid og overskud til aktiviteter udenfor læreplanerne.

#### *Overskud og normeringer*

En af de interviewede fortæller, at hun ser pædagogernes overskud og deres normering som endnu en barriere i forhold at gøre brug af museernes tilbud. Noget personale kan ikke overskue at tage på museum med børnene. De er ikke så fleksible og åbne, og de synes, at det er nemmere og mere trygt at være i børnehaven eller på de af traditionen foreskrevne legepladser.

#### **Den gode oplevelse**

Ved at spørge til hvilke andre udflugter institutioner tager på og foretrækker at tage på, er det som nævnt antagelsen, at undersøgelsen kan sige noget om, hvilke elementer museerne eventuelt kan lære noget af og implementere i deres egne tilbud. I dette afsnit behandles deres svar.

Informanterne fortæller, at de prioriterer:

- Arrangementer, som kombinerer fordybelse, aktivering og videnstilsættelse både gennem fortælling, men også gennem visuel, sanselig og taktil formidling.
- De mener, det er godt, når børnene får lov til at være medskabende aktører og ikke kun passive lyttere.

Indlevelse for børnene i det formidlede på denne og andre måder er vigtig. Som et godt eksempel nævner en pædagog en tur på Naturskolen, hvor børnene fik undervisning om dyr og efterfølgende skulle ud og finde disse og andre spor i skoven. *”Det giver sammenhæng og mening for børnene”*.

Yderligere fremhæves:

- Arrangementer, der formår at skabe en sammenhæng for børnene, og som giver mening i deres hverdag.

Eksempelvis nævnes et forløb omkring maling af mel og bagning af brød. *"Børnene kan forholde sig til det jordnære emne. De spiser alle brød hver dag, og de kan se, hvad det skal nytte"*. Mere abstrakt og krævende, men ikke mindre spændende kan det være for børnene, mener denne pædagog, når de bliver præsenteret for temaer, som ikke er nærværende i deres hverdag på samme måde – fx brugen af vind- og vandenergi.

Af andre oplevelser og udflugter fremhæver pædagogerne især nogle, der i vid udstrækning drejer sig om:

- Natur
- Dyr
- Og det at være udenfor.

En nævner endda dette ønske som grunden til, at de ikke valgte at tage på museum i forbindelse med læreplanens tema omkring *"kultur og formidling"*. Udflugtsmål, der ofte nævnes som eksempel er:

- Skov og strand
- Zoologisk Have
- Klosterlunden
- Kløverhaven
- Næsbycenteret (naturspejdercenter)
- Naturlegepladser.

Grunde til disse valg af udflugtsmål er, at der er dyr, andre sanser vækkes, det kræver fysisk meget, naturen udforskes aktivt, det er gratis, og så er det desuden noget, som børnene ikke gør så tit, siger en pædagog.

Det ser således ud til, at museerne med fordel kunne tænke i at lave formidlingstilbud, der kan foregå i naturen eller måske bare udenfor, hvis dette kan lade sig gøre. Igen handler det om at lade sådanne omstændigheder fremgå tydeligt i det skriftlige tilbud. I denne forbindelse nævner en af de interviewede pædagoger formidlingssteder som Lejre, Middelaldercenteret og Vikingebyen som foretrukne udflugtssteder, når den friske luft skal sammenflettes med historisk formidling. Disse



steders tilbud er naturligvis svært opnåelige for de små lokalmuseer, men det kunne måske være en mulighed at flytte aktiviteterne udenfor eller gøre brug af lokalområdets naturressourcer. Det kunne fx være en byvandring eller formidling af byens fortidige naturlandskab ude i dette landskab.

Af andre udflugter nævnes:

- Teatret
- Gåsetårnet i Vordingborg
- Roskilde domkirke
- Og især St. Bents kirke.

Flere af disse er både gratis og æstetisk flotte udflugtsmål, hvor det er muligt at komme op i (kirke)tårnet og se udsigten ud over byen jævnfør resultaterne i ”Børnenes verden”. Det er også historisk interessante udflugtsmål, og det er således ikke mangel på historisk interesse, der forhindrer børnehaveinstitutionerne i at komme på lokalmuseerne.

### **Opsamling**

Museerne kan med fordel tilbyde arrangementer, der kombinerer fordybelse, aktivering og videnstilførsel med dyr og natur i en eller anden form for at tiltrække institutionerne. Endvidere kan museerne overveje at tænke bevidst og strategisk i at udvikle undervisnings- og formidlingstilbud til denne målgruppe, som er relevant i forhold til et eller flere af de seks temaer i den pædagogiske læreplan. Synligheden af disse tilbud vil være bedst, hvis museerne sender invitationer med almindelig post direkte til institutionerne.

## Børnenes visioner – et inspirations katalog

Dette afsnit blev til som følge af, at jeg yndede at afslutte interviewene med et lille ekstra spørgsmål: ”Museet kunne godt tænke sig, at blive endnu sjovere og mere spændende for børn at være på – har du en god ide til dem?” Afsnittet er således en lille krølle på halen, som ubearbejdet gen- og videregiver børnenes svar - nogle overraskende gode, men andre bare sjove. I dette afsnit kan mange af elementerne fra analysen ”Børnenes verden” genfindes, og det kan med lidt kreativitet danne inspiration til museernes fremtidige børneformidling.

	<b>Greve Museum</b>
<b>Dreng, 9 år</b>	Kunne godt tænke sig, at museet havde et computerrum med internet. Her skulle man kunne surfe og søge efter informationer omkring det, man har set i museets udstilling eller oplevet til et arrangement.
<b>Dreng, 9 år</b>	Ønsker sig, at børn meget mere aktivt kunne få lov til at være med i/en del af udstillingen. Fx skulle det være muligt at male et billede eller lave en lerfigur, som de efterfølgende kunne få lov til at udstille på museet. På denne måde mente han, at børn kunne vise, hvordan børn er. Både til de voksne, men også i form af børn, der udstiller for børn. Dette ville især være en god ting, da børn på denne måde fik lov til at gøre det, de voksne også gør – altså at udstille ting

<b>Pige, 8 år</b>	Kunne godt tænke sig en workshop på museet, hvor man kunne male, og hun vil gerne lære at sy med nål og tråd også.
<b>Dreng, 12 år</b>	<p>Det kunne være godt med flere (sommer)aktiviteter hele året! (Det med at gøre noget aktivt).</p> <p>Han vil meget gerne have mere rollespil ind på museerne. Det kunne fx være sjovt at lave rollespil omkring Middelalderen. Han vil gerne prøve en rustning, bære våben og gå i krig.</p> <p><i>”Det er virkelig sjovt, når det er så virkelighedsagtigt som muligt”.</i></p>
<b>Dreng, 13 år</b>	<p>Kunne godt tænke sig, at museerne havde flere malerier af kendte personer.</p> <p>Kunne godt tænke sig mere a la ”Soldat for en dag” evt. i form af moderne krigsførelse eller 2. Verdenskrig. Ellers kunne det være sjovt at lave en workshop (aktiviteter) omkring andre kulturer fx kinesisk, japansk eller koreansk.</p>
<b>Dreng, 9 år</b>	Han starter med at sige, at han godt kunne tænke sig, at der var en abe på museet. Men han kan i det hele taget godt tænke sig dyr på museet.
<b>Dreng, 12 år</b>	Kunne godt tænke sig, at museerne havde en udendørs legeplads. Samt borde, hvor man kunne spise.

<b>Dreng, 12 år</b>	Ønsker sig flere udstoppede dyr på museet. Det kunne være fedt med en udstoppet ko eller tyr! Han mener, at museets udstoppede gæs da er meget sjove, men de er ikke rigtig store nok. Det er sjovest, når det er store dyr.
<b>Pige, 7 år</b>	Kunne godt tænke sig lege med vand.
	<b>Ringsted Museum</b>
<b>Pige, 6 år</b>	Kunne godt tænke sig, at man på museet kunne se en gammeldags gameboy.
<b>Pige, 4 år</b>	Kunne godt tænke sig, at museet udstillede Barbiedukker.
<b>Pige, 6 år</b>	Kunne godt tænke sig, at man måtte røre ved tingene. Da jeg minder hende om, at hun gerne må røre alt i børnehjørnet, siger hun, at det er i udstillingen, hun snakker om. Hun nævner nogle specifikke ting, som hun har set og gerne vil røre ved: Flotte ting, noget brød og møllen, der kunne dreje rundt. Hun ville desuden gerne prøve at sidde på børnehjørnets ko.
<b>Pige, 6 år</b>	Ville gerne prøve at malke mælk ud af koen i stedet for vand.
<b>Pige, 9 år</b>	Vil gerne have en børnegynge på museet.

<b>Dreng, 7 år</b>	Vil gerne have spillemaskiner på museet. Han kunne også godt tænke sig, at man kunne prøve en tur i en gammeldags traktor samt ride på ponyer og heste.
<b>Dreng, 9 år</b>	Ovenstående storebror. Han synes, at spillemaskine er en rigtig dårlig idé. Han kunne til gengæld godt tænke sig, at man som børn kunne lave kreative ting på museet. Fx kunne man lave en koglefamilie af grankogler.
<b>Dreng, 10 år</b>	Kunne godt tænke sig, at der blev spillet stille musik i baggrunden inde i udstillingerne. Fx Middelaldermusik. Dette ville give en hel anden og mere intens stemning.
<b>Dreng, 5 ½ år</b>	Havde været nede i Radiomuseet og prøvet at trykke på knapper (der genererede strøm), hvilket han var helt vild med. Han ville meget gerne have flere lignende knapper på museet. Desuden ville han gerne have mere legetøj på museet: bamser og biler. Det ville være bedst, hvis man måtte lege med dem, men det ville også være meget sjovt, hvis gamle bamser og biler blev udstillet.
<b>To piger, 6 år</b>	Ønsker sig en legeplads på museet. De vigtigste elementer på pladsen er rutsjebane, gyng og klatrestativ.

<b>Pige, 6 år</b>	Vil gerne kunne tegne tegninger på museet. Gerne tegninger, som kan farvelægges af nogle af museets bygninger eller genstande.
<b>Dreng, 8 år</b>	Mener, at museet trænger til mere plads. Det ville være bedre, hvis museet var større og havde flere ting. Han kunne desuden godt tænke sig en ridderudstilling med buer og andre våben. Det kunne være spændende at få et indblik i, hvordan det var dengang.
<b>Pige, 7 år</b>	Vil gerne prøve tøj fra gamle dage.
<b>Pige, 8 år</b>	Vil gerne have et menneskestort dukkehus på museet. [Interiør-udstilling] Hun kunne også godt tænke sig at prøve løbehjul og cykler fra gamle dage.
	<b>Næstved Museum</b>
<b>Dreng, 5 år</b>	Synes, det kunne være sjovt, hvis man lidt ligesom i Tivoli kunne blive kørt rundt i og se udstillingen fra en lille vogn (gerne med udseende af en skildpadde).
<b>Pige, 4 år</b>	Vil gerne lege med bamser på museet, og have en rutsjebane der.

<p><b>Pige, 6 år</b></p>	<p>Har en masse ideer: Hun kunne godt tænke sig, at museet havde et ægte hjerte udstillet for ”så kunne man se, hvordan det så ud”. Tøj og smykker fra gamle prinsesser og dronninger ville også være sjovt. Hun kunne desuden godt tænke sig, at museet havde en masse gamle nøgler. Man skulle så kunne gætte, hvilken nøgle, der hørte til hvilken gamle bygning. Endeligt foreslår hun, at museet havde stillet en masse spande frem med forskellige ting nede i. Man skulle så kunne stikke hånden ned i dem, og mærke, hvad det var, der var i spanden. (Tror det er meningen, at man ikke skal kunne se, hvad der er i spanden).</p>
<p><b>Pige, 4 år</b></p>	<p>Vil gerne kigge på ting.</p>
<p><b>Pige, 7 år</b></p>	<p>Kunne godt tænke sig små malerier med Jesus og Noahs ark. Noahs ark, fordi ”han hjælper dyr”. Alle mulige malerier, der er flotte, kunne i det hele taget være interessant. I den forbindelse kunne det være spændende, hvis man selv kunne prøve at male efter, altså efterligne et af de malerier, der var på museet. Det kunne også være rigtig sjovt, hvis man der var noget gammelt tøj, man måtte prøve.</p>
<p><b>Pige, 7 år</b></p>	<p>Vil gerne se Jesus på korset på museet. En der fortæller om Jesus, Gud og Noahs ark.</p>
<p><b>Pige, 10 år</b></p>	<p>Vil gerne prøve tøj fra gamle dage og trykke på knapper.</p>

## **Bilag:**

### **Observationsguide til udstillingerne**

---

#### **1. BAGGRUNDSINFORMATIONER:**

**Observation af: Hvem? Hvor? Hvornår? Hvordan? I hvilken situation? Beskriv gruppen?**

#### **2. FØRSTE LOKATION/RUM = \_\_\_\_\_**

**Hvor begynder de? Hvor slutter de? Hvordan reagere de på rummet?**

#### **Bevægelsesstil?**

Løber, hopper, går modstridigt osv? Går de samlet eller spredt? Hvordan?

#### **Reaktionsmønstre?**

Hvornår griner, smiler, bliver de sure, irritable, keder sig? Hvordan er deres kropssprog?

#### **Samtale?**

Hvordan snakker de med hinanden? Hvem snakker hvor om hvad? Hvad spørger børnene om/efter?

#### **Varighed?**

Start → slut? Ved hvert element?



## Observationsguide til undervisning/arrangement

---

### 1. BAGGRUNDSINFORMATIONER:

**Observation af: Hvem? Hvor? Hvornår? Hvordan? I hvilken situation? Beskriv gruppen?**

### 2. FØRSTE SCENE = \_\_\_\_\_

**Hvor begynder de? Hvor slutter de? (mest til arrangementer) Hvordan reagere de på rummet?**

#### **Bevægelsesstil?**

Løber, hopper, går modstridigt osv? Går de samlet eller spredt? Hvordan?

#### **Reaktionsmønstre?**

Hvornår griner, smiler, bliver de sure, irritable, keder sig? Hvordan er deres kropssprog? Attitude?

Deltager de aktivt?

#### **Samtale?**

Hvordan snakker de med hinanden? Hvem snakker hvor om hvad? Hvad spørger børnene om/efter?

Lytter børnene til formidleren?

#### **Varighed?**

Start → slut? Ved hvert element?

## Spørgeguide til familie børnene

---

### 1. BAGGRUNDSINFORMATIONER:

**Hvilke familiemedlemmer? børnenes alder? og køn? Postnummer?**

**Har I besøgt museet tidligere?**

**Ja:** I hvilken forbindelse? **Nej:** Har I hørt/læst om museet ved tidligere tilfælde?

### 2. DAGENS OPLEVELSE:

**Hvorfor har I valgt at besøge museet i dag?**

Hvad fik jer til at tage den beslutning? Hvem fandt på det? Hvornår?

Hvor/hvordan har I hørt om museet/dagens arrangement?

**Hvad har du oplevet på museet i dag?**

Set, hørt, prøvet, det sjoveste, mest spændende, det kedeligste, savnet noget? (noget sjovere, vildere, mere fantastisk)

### 3. MUSEER I AL ALMINDELIGHED:

#### **Har du været på et museum før?**

Hvilke? Det bedste nogensinde? Det bedste og det værste ved at være på museum?

### 4. TUR OG UDFLUGT:

#### **Hvad er den bedste udstillings- formidlingsoplevelse du/I har haft?**

Hvor?, Hvorfor?, Hvad så I?, Hvad lavede I?, Hvor/hvordan havde I hørt/læst om?

**Hvad er den bedste tur, du/I har haft i familien?**

Hvor?, Hvorfor?, Hvad så du?, Hvad lavede du?, Hvor/hvordan havde I hørt/læst om?

**Hvad foretrækker du/I at lave sammen i familien i weekenderne/ferierne, hvis du/I skal ud af huset?**

Hvad betyder noget for jer, når I udvælger oplevelserne?

Hvor får I som regel information omkring de forskellige udflugtstilbud fra?

## Spørgeguide til institutionsbørnene

---

### 1. BAGGRUNDSINFORMATIONER:

**Hvilken institution? Børnenes alder? og køn? Hvilket arrangement?**

### 2. DAGENS OPLEVELSE:

**Hvad har du oplevet på museet i dag?**

Set, hørt, prøvet, det sjoveste, mest spændende, det kedeligste, savnet noget? (noget sjovere, vildere, mere fantastisk)

### 3. MUSEER I AL ALMINDELIGHED:

**Har du været på et museum før?**

Hvilke? Det bedste nogensinde? Det bedste og det værste ved at være på museum?

**4. TUR OG UDFLUGT:**

**Hvad er den bedste tur, du har været på med institutionen?**

Hvor?, Hvorfor bedst?, Hvad så du?, Hvad lavede du?, Hvor ville du helst hen, hvis du selv kunne bestemme?

## Spørgeguide til voksne med tilknytning til institutioner

---

### 1. BAGGRUNDSINFORMATIONER:

**Hvilken institution, dens størrelse, børnenes alder? Antal? Hvilket arrangement?**

**Den interviewedes: stilling? anciennitet? alder? køn?**

**Har I besøgt museet tidligere?**

**Ja:** I hvilken forbindelse? **Nej:** Har I hørt/læst om museet ved tidligere tilfælde?

### 2. DAGENS OPLEVELSE:

**Hvorfor har I valgt at besøge museet i dag?**

Hvad fik jer til at tage den beslutning? Hvem fandt på det, bestemte det? Hvornår? Hvordan?

Hvor/hvordan har I hørt om museet/dagens arrangement?

### **Hvad har børnene oplevet på museet i dag?**

Set, hørt, prøvet, det sjoveste, mest spændende, det kedeligste, savnet noget? (noget sjovere, vildere, mere fantastisk)

### 3. MUSEER I AL ALMINDELIGHED:

#### **Har I været på et museum før?**

Hvilke? Det bedste nogensinde? Det bedste og det værste ved at være på museum? For jer? For børnene?



#### 4. TUR OG UDFLUGT:

**Hvad er den bedste udstillings/formidlingsoplevelse**

**I som pædagoger/lærere har haft?**

**Børnene har haft?**

Hvor?, Hvorfor?, Hvad så I?, Hvad lavede I?, Hvor/hvordan havde I hørt/læst om?

**Hvad er den bedste udflugt**

**I som pædagoger/lærere har haft med institutionen?**

**Børnene har haft med institutionen?**

Hvor?, Hvorfor?, Hvad så I?, Hvad lavede I?, Hvor/hvordan havde I hørt/læst om?

**Hvad foretrækker I som pædagoger/lærere at lave, hvis institutionen skal ud af huset?  
Børnene at lave, hvis institutionen skal ud af huset?**

Hvad betyder noget for jer, når I udvælger oplevelserne? Hvor får I som regel information omkring de forskellige udflugtstilbud fra?

## Telefon spørgeguide til institutioner

---

### 1. BAGGRUNDSINFORMATIONER:

**Hvilken institution?, dens størrelse?**

**Den interviewedes: stilling? anciennitet? alder? køn?**

**Har I besøgt Ringsted museum?**

**Ja:** I hvilken forbindelse? Hvor hørt om det? **Nej:** Hvordan kan det være? Har I hørt om arrangementer her?

**Har institutionen besøgt andre museer?**

Hvad fik jer til at tage den beslutning? Hvor har I hørt om de tilbud? Hvad er godt og hvad er skidt?

**Hvad foretrækker I som pædagoger at lave, hvis institutionen skal ud af huset?**

Hvad betyder noget for jer, når I udvælger oplevelserne? Hvor får I som regel information omkring de forskellige udflugtstilbud fra?

**Hvem tager beslutningerne om, hvor I tager på udflugt?**

**Hvor lang tid i forvejen planlægger I dette?**

## Spørgeguide til ikke-brugere (børn og voksne)

---

### 1. BAGGRUNDSINFORMATIONER:

**Hvilke familiemedlemmer? børnenes alder? og køn? Postnummer?**

**Tager I ind imellem på museum sammen i familien?**

**Ja:** Hvor? Hvor ofte? I hvilken forbindelse? Hvad tiltrækker jer ved det? Hvor hørt om det?

**Nej:** Har I hørt/læst om Ringsted Museum? Næstved Museum? Greve Museum?

**Hvilke forventninger har I til museer?**

Hvad er det for steder? Hvad kan man der?

**Hvad er den bedste tur, du/I har haft i familien?**

Hvor?, Hvorfor?, Hvad så du?, Hvad lavede du?, Hvor/hvordan havde I hørt/læst om?

Hvem bestemmer hvor I tager hen? Er det noget I planlægger?

**Hvad foretrækker du/I at lave sammen i familien i weekenderne/ferierne, hvis du/I skal ud af huset?** Hvad betyder noget for jer, når I udvælger oplevelserne? Hvor får I som regel information omkring de forskellige udflugtstilbud fra?