

Kulturarvsstyrelsen
H.C. Andersens Boulevard 2
1553 København V

Helsingør 25. juni 2010

Slutrapport om udstillingsprojektet "Hot Spot", j. nr. 2008-7.42.03-0029

Projektets formål

Som nævnt i ansøgningen til KUAS' formidlingspulje i 2008 har Danmarks Tekniske Museum med dette projekt ønsket at udvikle en fleksibel og flytbar udstillingsenhed, der kan anvendes til at "sætte fokus på enkeltgenstande/temaer med aktuel relevans og med publikum som aktiv medskaber af rummet omkring genstanden/temaet". Formålene med projektet har været flere:

- At gøre museets udstillinger mere attraktive for især børn og unge i alderen 8-16 år
- At give nye vinkler på aktuelle spørgsmål knyttet til museets ansvarsområde
- At afprøve et projekt med delvist brugergenereret indhold

I de seneste år har Danmarks Tekniske Museum haft fokus på mobiltelefoni i formidlingen. Dette sker bl.a. gennem museets Bluetooth-tilbud i de faste udstillinger og som et samtidshistorisk tema i flere af skoletjenestens formidlingsoplæg. I forlængelse af disse aktiviteter har museet med dette projekt ønsket at sætte fokus på børn og unges digitale liv og i særdeleshed de nye udfordringer, der er dukket op som en del af deres digitale liv, fx digital mobning. Resultatet er udstillingen "HEY NOOB!", der åbnede den 27. april 2010 på Danmarks Tekniske Museum.

Metode

Udstillingen "HEY NOOB!" er den første i en række af mindre, aktuelle udstillinger om teknologi i samtidsperspektiv, som vil blive produceret på Danmarks Tekniske Museum i årene fremover. Som metode for projektet har museet arbejdet med en udstillingsmetodik – Hot Spots – der er udviklet i 2004 i det svensk-afrikanske museumssamarbejde SAMP (Malmö Museer, Skellefteå Museum og

Mutare Museum, Zimbabwe). Hot Spots handler i følge Hot Spot-håndbogen (SAMP 2004, www.samp.org) om "Awareness Making on Contemporary Issues in Museums". En Hot Spot har som regel form af en mindre udstilling (men kan også være en happening, et foredrag, seminar el.l.), der med kreative og usædvanlige virkemidler sætter fokus på et aktuelt, gerne kontroversielt, samfundsspørgsmål inden for museets ansvarsområde. For at sikre Hot Spot'en aktualitet og "friskhed" i udtrykket, skal den laves med kort forberedelsestid, for begrænsede midler og vises i en kort periode – for dernæst ideelt set at blive afløst af en ny Hot Spot. Formålet med Hot Spots er at motivere de kulturhistoriske museer til at tale i et sprog, der appellerer til et moderne museumspublikum, gøre dem mere synlige i samfundsdebatten og det offentlige rum, anspore dem til at gå i dialog med museets publikum og forsøge at tiltrække nye brugergrupper. Den grundlæggende idé er, at der skal være kort vej fra idé til færdig udstilling, så museet med kort varsel kan tage et tema op og kun behøve at afsætte relativt begrænsede midler til at lave Hot Spot'en¹.

Projektleder for nærværende projekt, museumsinspektør Marie Ørstedholm, har erfaring med at producere Hot Spots fra sin tidligere stilling som udstillingsleder på Norsk Teknisk Museum i Oslo. Projektgruppen har derudover bestået af teknisk chef Jan Larsen og håndværker Tom Nielsen samt en række eksterne samarbejdspartnere.

Samarbejdspartnere

En grundregel i arbejdet med Hot Spots er, at projektgruppen i planlægningsfasen skal involvere eksterne samarbejdspartnere, der har den gældende tematik inde på livet, og bruge disse aktivt som sparringspartnere. Det skyldes dels, at de eksterne samarbejdspartnere vil kunne stå som faglig og etisk garant for udstillingens indhold, dels at de vil kunne bidrage yderligere til at få projektet ud i det offentlige rum via deres organisatoriske netværk.

¹ I den svenske og norske museumsverden er Hot Spot et veletableret begreb, der har været med til at gøre en række museer mere synlige i det offentlige rum og har ført til at det generelle syn på kulturhistoriske museers samfundsrolle er i ændring – både hos museerne selv og hos politikere og museumspublikum. Blandt temaerne, der har været taget op, er fx: æresdrab, stigmatisering af rygere, tiggeri i det offentlige rum, online fertilitetsbehandling, identitetstyveri, illegal østeuropæisk arbejdskraft, våbenlovgivning, kirkens syn på homoseksualitet, hvalfangst, etik og forbrug, overgreb på sanatoriepatienter, den glemte psykiatrichistorie m.m. I Norge har Hot Spot-udstillingerne delvist været initieret af den norske kulturarvsstyrelse, ABM-utvikling, der har støttet projekterne økonomisk som et tiltag for at motivere museerne til at være mere aktuelle, modige og tidssvarende i deres formidling.

Udstillingen "HEY NOOB!" er i tråd med denne grundregel blevet til i et meget aktivt samspil med en række samarbejdspartnere:

- **4A og 8C fra Byskolen i Helsingør** (og lærerne Stina Abildgaard og Birgitte Lindblom Christiansen) har bidraget aktivt med historier fra deres egen digitale hverdag. Som en del af projektforsløbet har de to klasser diskuteret forskellige problemstillinger knyttet til deres digitale vaner og efterfølgende arbejdet aktivt med disse ved en workshop den 10/2 2010, som blev arrangeret af Danmarks Tekniske Museum i fællesskab med Børns Vilkår. En del af materialet produceret under workshop-forsløbet indgår som en del af den færdige udstilling. Andet af udstillingens materiale (fotos, lydhistorier m.m.) er produceret efter workshop'en sammen med fire af eleverne fra 8C.
- **Børns Vilkår** har bidraget med faglige input og feedback på tekster, formidling af kontakter, aktiv deltagelse i workshop'en på Byskolen i Helsingør, samt ikke mindst givet adgang til et rigt materiale af cases fra BørneTelefonen, BørneChatten og BørneBrevkassen. En del af dette materiale indgår som en del af den færdige udstilling.
- **Dorthe Rasmussen** fra antimobbekonsulenttjenesten AMOK har bidraget som faglig sparringspartner og etisk vagthund i løbet af hele projektforsløbet.
- **Martin Sælan**, freelance designer og ophavsmand til figurerne i DR Ramasjangs "Gepetto News", har bidraget med kreative input samt en mobilfoto-installation.
- **Habbo.dk**, en social netplatform for børn og unge i alderen 10-16 år, har bidraget med – i samarbejde med museet – at lave en filmkonkurrence for sitets brugere om digital mobning. Konkurrencen blev afholdt over to uger og resulterede i 32 film, hvoraf fire vises i den færdige udstilling. Sammen med Habbo.dk kørte museet desuden en spørgeundersøgelse om brugernes egne erfaringer med digital mobning. Undersøgelsen resulterede i et ganske unikt materiale, heriblandt ca. 1700 eksempler på grov sms-mobning. Et udvalg af disse kan opleves i udstillingen. Det komplette materiale er indgået i arkiverne på Danmarks Tekniske Museum som et led i dokumentationen af brugen af mobiltelefoner.

Udstillingens form og indhold

Målgruppen for udstillingen "HEY NOOB!" er børn og unge i folkeskolen og de voksne omkring dem. Gennem cases, lydhistorier, film, fotos, citater, statistik, logbøger og sms-beskeder giver den et tankevækkende indblik i børn og unges digitale liv – her og nu – i 2010. Den fokuserer på fire relaterede temaer: digitale vaner, netvenskaber, sms- og chat-sprog samt i særlig grad: digital mobning.

Ved at sætte særlig fokus på den digitale mobning ønsker Danmarks Tekniske Museum at lægge op til debat om børn og unges brug af de digitale medier. I udstillingen bliver der vist flere eksempler på, hvordan den digitale mobning foregår og hvad det gør ved dem, det går ud over. Eksemplerne kommer bl.a. fra de over 1700 sms'er, som Danmarks Tekniske Museum har indhentet fra brugerne af habbo.dk, og fra personlige historier, der er dukket op i rådgivningsarbejdet hos Børns Vilkår. Udstillingen ser også nærmere på børn og unges mobil- og internetvaner og på, hvordan de eksperimenterer med deres identitet på nettet.

For at opnå en høj grad af autenticitet og troværdighed i formidlingen giver udstillingen i vid udstrækning ordet til de unge selv – uden formidlingsmæssige mellemlid. Det er museets hensigt, at udstillingen skal kunne bruges af de unge til at spejle sig i, af de voksne omkring dem som et indblik i en verden, der er fremmed for mange af dem, og af både børn og voksne som en katalysator til en videre diskussion generationerne imellem om, hvordan man manøvrerer trygt rundt på de digitale platforme. Udstillingen rummer også gode råd om netop dette, udarbejdet i samarbejde med bl.a. Børns Vilkår.

En betydelig del af ressourcerne til denne første Hot Spot har været brugt på at udvikle en mobil, fleksibel udstillingsenhed, der kan danne grundlag for senere Hot Spots, der dermed forventes at blive endnu billigere at producere. Museet har indkøbt en større mængde moduler fra det nye udstillingssystem GRID (v. Peter Lassen), der udmærker sig ved at være holdbart samt enkelt at montere, nedmontere og transportere. Dertil har det et moderne designudtryk, der egner sig godt til midlertidige opstillinger med aktuelle temaer. GRID-systemet består af kuber á 40 cm x 40 cm x

40 cm, der kan kombineres på utallige måder og derfor kan tilpasses meget forskellige rammer. Dette gør dem også velegnede til at udstillinger, der skal på vandring eller på anden måde vises andre steder end på museet. Selve udstillingen fylder godt 15 m² og består af tre vægge bygget af GRID-kuber, der er forbundet med hinanden, og danner et rum med i alt seks udstillingsflader. Dertil en enkelt søjle med introduktion til udstillingen. Tekster, billeder, genstande, lyd og film er alle monteret i eller udenpå udstillingens GRID-kuber (se bilag 3: fotos af udstillingen).

I den indledende planlægningsfase blev det hurtigt klart, at udstillingens tema – i sær den digitale mobning – er på dagsordenen på langt de fleste skoler, og at der er en stor interesse for formidling omkring dette tema. Danmarks Tekniske Museum har derfor ønsket at producere udstillingen med henblik på at tilbyde den som vandrestilling til skoler, biblioteker o.a. institutioner. Efter åbningen af udstillingen den 27. april arbejder museet derfor på at indgå aftaler med relevante institutioner, så udstillingen kan komme på vandring fra efteråret 2010. De første aftaler er allerede indgået.

Kommentar

Det færdige projekt er overvejende i tråd med projektet skitseret i ansøgningen til KUAS' formidlingspulje i 2008. Det adskiller sig dog fra de oprindelige målsætninger på enkelte punkter:

- I planlægningsfasen har museet samarbejdet ikke bare med de to tiltænkte skoleklasser, men en række andre institutioner og personer (se afsnittet "Samarbejdspartnere")
- Den færdige udstilling er undervejs blevet til et outreach-projekt. Motiveret af de mange positive tilbagemeldinger i planlægningsfasen besluttede museet at tilbyde udstillingen som vandrestilling til skoler, biblioteker o.a. institutioner, efter at den har været vist på Danmarks Tekniske Museum.
- Museet gik undervejs i processen bort fra intentionen om at Hot Spot-udstillingen skulle være opvarmet og dermed udgøre en varm zone i museets udstillingshaller. Projektet blev i stedet en Hot Spot i den overførte betydning, som bruges i udstillingsmetodikken Hot Spot, udviklet i det svensk-afrikanske museumssamarbejde SAMP – dvs. at Hot Spot'en i stedet sætter fokus på et brandaktuelt tema.