

Plan for formidling  
Sunnhordland museum 2023-2026





Sunnhordland museum er regionsmuseum for Sunnhordlandsregionen med dei åtte kommunane Stord, Kvinnherad, Bømlo, Sveio, Etne, Tysnes, Fitjar og Austevoll. Museet har ansvar for formidling ved mange avdelingar, som Sunnhordlandstunet, klostertunet på Halsnøy, tre bygdetun, ein forfattarheim, eit sjøhus, ei stampe og eit kvernhaus.

---

## Innleiing



## **Mål med planen**

Målet med planen er at den skal vere styrande for formidlingsstrategien i planperioden, og for årsplanane til dei ulike arenaene. Planen skal gjere det lettare for oss å nå måla våre ved å stake ut vegen vi skal gå dei neste åra. Planen byggjer på Sunnhordland museum sin strategiplan 2021-2024, overordna føringar frå statlege og regionale myndigheiter og ICOM sitt etiske regelverk.

## **Formidlingsteamet**

Sunnhordland museum har eit eige formidlingsteam som består av formidlingsleiar samt publikumsansvarlege ved Sunnhordlandstunet, Halsnøy Kloster og Sæbøtunet. Alle fire tek del i formidling, omvising og utarbeiding av nye utstillingar, og samarbeider om arrangement. Formidlingsleiar har ansvar for å utarbeide undervisningsopplegg for alle tuna, utarbeide og gjennomføre tilbod for DKS, og elles for all formidling ved dei tuna som ikkje er bemanna. Leiaren skal syte for at formidlinga på alle tun fylgjer intensjonane i museet sin formidlingsplan, strategiplan og dei nasjonale museumsplanane.

# Overordna føringar for planarbeidet

## Icom

Sunnhordland museum følger ICOM sitt etiske regelverk for norske museum. Det oppdaterte regelverket frå 2020 har tittelen «ÅPENT, INKLUDERENDE, TRANSPARENT OG PROFESJONELT.»

Kjerneverdiane skisserte i ICComs etiske regelverk er viktige som rettesnor for formidlingsarbeidet ved Sunnhordland museum:

## Kjerneverdier

*«Museer verner om sin faglige uavhengighet. De søker alltid å tuft sin virksomhet på solide etiske vurderinger som ivaretar og styrker tilliten til museenes integritet i samfunnet for øvrig.*

*Museer virker i sin samtid og forholder seg til samfunnsmessige endringsprosesser og hvordan disse prosessene påvirker mennesket og menneskers samhandling med hverandre og med naturen rundt oss.*

*Museene stiller kritiske spørsmål til fortid og nåtid. De utfordrer etablerte sannheter og deler kunnskap som bidrar til å sette befolkningen generelt, og utsatte grupper spesielt, i stand til å delta i samfunnet*

*Museene søker i sin virksomhet å speile samfunnets sosiale og kulturelle kompleksitet, å forstå samspillet mellom menneske og natur og å være tilgjengelige og relevante for alle.*

*Museene stimulerer til meningsmangfold, deltagelse og medborgerskap.*

*Museer fremmer nasjonale minoritetsgruppers kultur, språk og rettigheter.*

*Museer verner om urfolks kultur, språk og rettigheter*

*Museer tar hensyn for å beskytte enkeltindivider og samfunnsgrupper som involveres i museets arbeid. Verken publikum, samarbeidspartnere eller ansatte skal risikere urimelig store belastninger».*

## **Meld st. 23 Musea i samfunnet**

Meld.St. 23 (2020-2021) gir føringar for vår formidling. Musea skal styrkast som kunnskapssentra, og auka forskning og fagleg styrke skal kome ut i våre tilbod til publikum. Vi skal arbeide systematisk for å sikre mangfald i både deltaking, medverknad og innhald i formidlinga, og skape tillit til oss som institusjon. Vi skal vere ein del av ein berande infrastruktur for demokrati og frie ytringar.

## **Regional kulturplan**

Utkast til regional plan for kultur, idrett og frivillighet 2023-2035 legg vekt på musea som aktive samfunnsinstitusjonar som legg til rette for mange stemmer, historiar og perspektiv. Dei skal legge til rette for frivillig engasjement og samspel med lokalsamfunna og ta i vare ein viktig funksjon som møteplass for utveksling av kunnskap og praksis. Musea må halde fram sin aktive rolle som arena og møteplass for viktig samfunnsdebatt og gjennom dette bidra positivt til deltaking, mangfald og inkludering. Musea må legge særleg vekt på å nå fram til komande generasjonar og grupper av befolkninga som ikkje naturleg oppsøker musea. Vidare legg planen vekt på at musea også har eit særleg potensiale til å bidra inn i eit berekraftig kulturbasert reiseliv. Musea må kople sine tenester med turistane sine ønske om kulturopplevingar og inngå samarbeid med reiselivsaktørar. Musea må halde fram arbeidet med å bli meir attraktive for besøk gjennom å legge til rette tilboda og bli meir synlege og lettare tilgjengelege fysisk og digitalt.



## Sunnhordland museum sin strategiplan

### AMBISJONAR OG RETNINGSVAL

I strategiperioden skal Sunnhordland museum bli ein attraktiv arena for publikum

#### OVERORDNA AMBISJON

*Museet blir ein attraktiv og berekraftig regional arena for publikum og samarbeidspartar*

#### STRATEGISKE RETNINGSVAL



##### 1 KONSEPT OG UTVIKLING AV MUSEET SINE ARENAER

- Utvikle populære, komplette publikumskonsept
- Utnytte vår desentraliserte struktur til det beste for regionalt publikum
- Utvikle gode digitale tilbod



##### 2 STRATEGISKE SAMARBEID

- Bli ein attraktiv samarbeidspartnar gjennom våre arenaer og kompetanse
- Utvikle vår posisjon i lokalt destinasjonsnettverk
- Oppnå forskingskrav gjennom samarbeid



##### 3 FINANSIERING OG EIGENINNTENING

- Oppnå 5 000 betalande gjester per år
- Oppnå 1 000 000 kr i årleg eigenfinansiering
- Finansiere nytt bygg i Leirvik innan utgangen av strategiperioden

Museet sin visjon er: «Me utforskar fortida og skaper opplevingar i notida som gjev kunnskap for framtida.» I strategiplanen tek museet strategiske retningsval som verkar inn på alle fagområda til museet. Museet sin strategi legg opp til ei særleg satsing på publikumsutvikling.

For formidlingsfeltet ligg følgjande ambisjonar og retningsval til grunn:

- Utvikle populære, komplette publikumskonsept
- Utnytte vår desentraliserte struktur til beste for regionalt publikum
- Utvikle gode digitale tilbud



**BEREKRAFT**  
**skal vere eit**  
**overordna tema for**  
**all undervisning og**  
**formidling ved**  
**Sunnhordland**  
**museum**

Museet jobbar målretta for å bidra til å realisera eit utval av FN sine bærekraftsmål som vi skal integrera i vår verksemd.

**Mål 4: God utdanning**

Vi skal gje god utdanning til barn og unge, og bidra til refleksjon kring fortid, notid og framtid.

**Mål 11: Berekraftige byar og samfunn**

Vi skal opplyse publikum om korleis folk levde berekraftig i tidlegare tider, slik at dei kan ta berekraftige val for si eiga tid.

**Mål 12: Ansvarleg drift og produksjon**

Museet skal bruke materiale som kan resirkulerast, og vise ansvar og redusere klimaavtrykket vårt.

**Mål 17: Samarbeid for å nå måla**

Museet skal ikkje arbeide isolert frå samfunnet. Berre saman med frivillige og andre dyktige fagfolk kan vi nå måla våre.



Sunnhordland museum skal vere eit ope og inkluderande museum. Born og unge er ei viktig målgruppe for museet, men det er viktig at museet si formidling er relevant for fleire grupper i samfunnet og at vi utviklar tilbod til fleire publikumsgrupper. Digitale hjelpemiddel kan vere til god hjelp for å nå ut til alle. Samstundes må museet arbeida for at fysiske, språklege og sosiale barrierar vert så låge som mogleg. Mange av dei verneverdige bygga gjer det utfordrande å legge til rette for rørslehemma. Vi vil arbeide målretta for å finne dei potensiala husa har og løysingane som finst.

---

## Tilgjenge

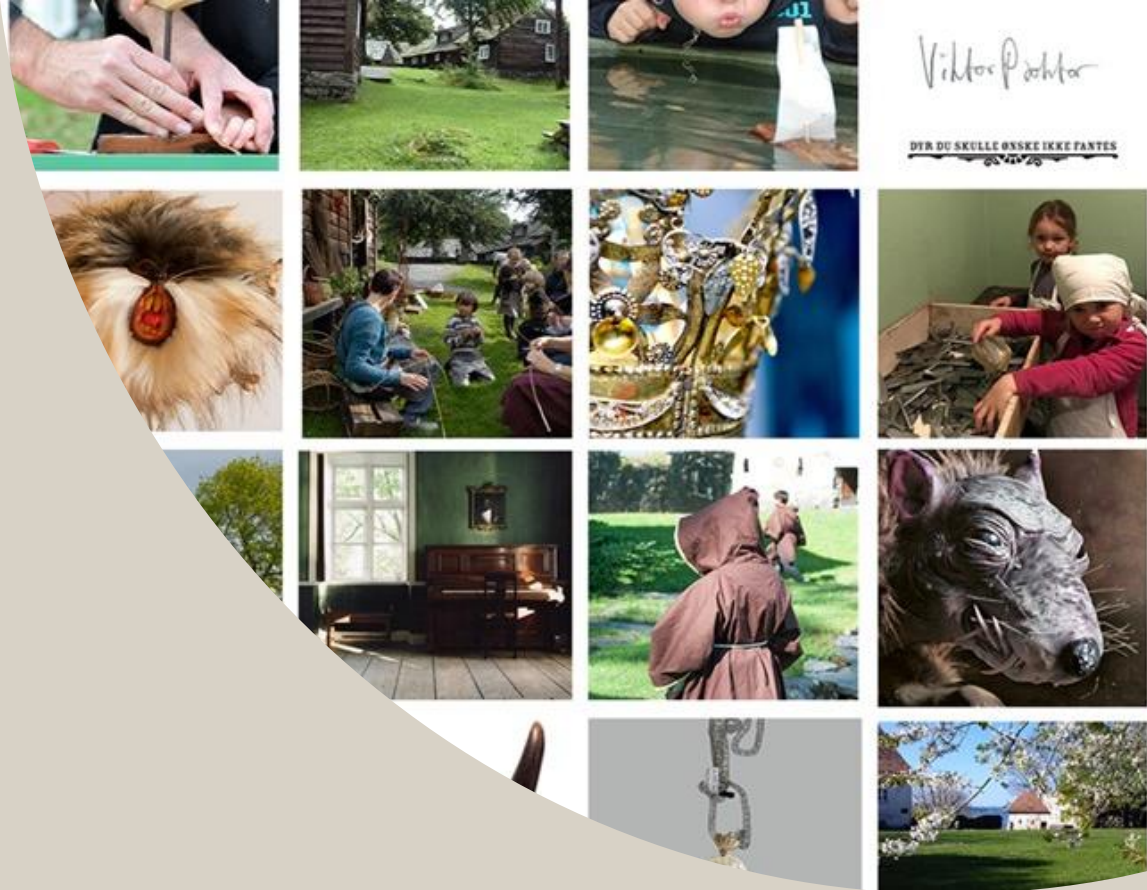


## Mål

Museet skal være ope og inkluderande for alle publikumsgrupper. Det skal utviklast populære publikumskonsept, og tilbod til fleire målgrupper der målgruppa får vere med og utvikle tilbodet . Gjennom bevisst arbeid med opningstider, pris, tekstar på to språk, universell utforming og tilgang til samlingane anten fysisk eller digitalt, skal fysiske, språklege og sosiale barrierar bli så låge som mogleg.

## Tiltak

- Utarbeide ein plan for universell utforming av formidlinga ved Sunnhordland museum.
- Utarbeide informasjonsmateriell og utstillingstekstar på både norsk og engelsk.
- Utarbeide gode retningsliner for prissetjing som gjeld heile museet.
- Ha fokus på digitalisering av samlingane.
- Arbeide for å tilpassa opningstidene ved Halsnøy Kloster og Sunnhordlandstunet.
- Differensiere vanskegrada i tekstane i utstillingane.
- Etablere nye, faste samarbeidspartnarar for utvikling av undervisnings- og formidlingsoppleggopplegg til særskilde grupper.
- Gjennomføre enkle publikumsundersøkingar for å evaluere tilboda, også blant barn og unge.



Formidlinga vår dekkjer alle dei åtte kommunane i Sunnhordland. Formidlinga omfattar undervising, vandretstillingar, foredrag, dramatiseringar og fleire andre arrangement. Formidlingsgruppa har årleg utstrekt reiseverksemd med undervisingstilbod for skulane, og framsyningar for publikum i regionen.

---

## Tilbod og innhald

# Utstilling



Sunnhordland museum presenterer ein kombinasjon av eigenproduserte utstillingar og vandreutstillingar. I lokala på Sunnhordlandstunet vert dei største utstillingane sette opp, og nye undervisningsopplegg knytte til desse vert utvikla og gjennomførte. Halsnøy kloster har ei ny, historisk utstilling, og set opp fleire kunstutstillingar i året. Alle tuna har elles små og varierte utstillingar. Den maritime utstillinga «Det starta med silda» er produsert som vandreutstilling. I dei tilfelle museet sjølv produserer utstillingar aukar vi kunnskapen vår. Det er gjerne mykje som ikkje vert presentert i sjølve utstillinga. Dette gjer vi tilgjengeleg for publikum gjennom presentasjonar som artiklar, bøker, føredrag og forteljeframføringar.

## Mål

Sunnhordland museum skal presentere utstillingar som representerer variasjon og breidde i tematikk. Utstillingane vi presenterer skal engasjere, utdjupe vår kunnskap og vere tilpassa eit mangfald av målgrupper. Forarbeidet som blir gjort bør kunne brukast i forskning og formidlast til publikum på ulike måtar. Utstillingane skal så ofte som mogeleg vere mobile og kunne settast opp på fleire arena i regionen

## Tiltak

- Planlegge for undervisning og aktivitetar når vi arbeider fram nye utstillingar.
- Planlegge temakveldar for publikum der fleire stemmer kjem til orde om temaet i utstillinga.
- Dele kunnskapsmateriale frå arbeidet ein har gjort i høve nye utstillingar med publikum i form av foredrag, trykksaker, førestillingar eller digitalt materiale



## Undervisning

Sunnhordland sine undervisningstilbod er aktivitetsbaserte og tar i bruk kunstfag som teater og musikk, kunst og handverk, song og munnleg forteljing. Mykje av formidlinga er «omreisande» og oppsøkande, som formidlingsopplegget om færingen, «Eg byggjer meg ein båt», og tek i bruk mange lokale arenaer. Alle tuna lagar årsplanar for formidlinga tilpassa den historiske bolken tuna representerer. Museet innehar også ein kompetanse i formidling av kulturarv og i forteljekunst som kan delast med fleire gjennom kursverksemd.

### Mål

Museet skal sikre ei kunnskapsbasert undervisning og tilby aktuelle og engasjerande opplegg til ulike alderssteg og grupper. Formidlinga skal halde høg fagleg kvalitet, både når det gjeld innhald og form. Undervisningsopplegga skal bidra til dialog og kritisk tenking og styrke elevane sin demokratiske kompetanse.

### Tiltak

- Ta utgangspunkt i nye læringsstrategiar som dialogpedagogikk og elevmedverknad når nye undervisningsopplegg skal utviklast,
- Inkludere ny forskning i undervisninga, og samarbeide med eiga samlingsavdeling når tilboda blir utforma.
- Samarbeide med utdanningsinstitusjonar og legge læreplanane til grunn for tilboda. Invitere born og unge til medverknad under utarbeiding av nye undervisningsopplegg





## Arrangement

Arrangement er opne tilstellingar som tilbyr noko meir utover det vanlege publikumstilbodet. Arrangement trekkjer gjerne publikum som elles ikkje ville besøkt museet. Større, årlege arrangement er Haust på museet, Jul på museet, Påske på klosteret, Klosterdag og Sant-Hans på Sæbøtunet. I tillegg arrangerer museet både temakvelder, foredrag og konsertar.

## Mål

Sunnhordland museum skal tilby eit variert program som treff ulike målgrupper. Det skal vere ei bredde i programmet som balanserer mellom historiske, museumsfaglege tema, og aktivitet som gjer museet til ein open og inkluderande møteplass.

## Tiltak

- Formidlingsteamet skal utarbeida halvårsprogram for arrangement ved museet sine arenaer.
- Legge til rette for gjenbruk av arrangement slik at fleire av tuna får glede av arbeidet som er lagt ned, og slik at vi når ut til eit breiare publikum.
- Etablere samarbeid med frivillige som ynskjer å bidra til å skapa liv og arrangement på tuna

# Digital formidling og dialog



Digitale plattformer aukar museet sine moglegheiter til å formidle historia og samhandla med publikum. Digitale hjelpemiddel kan både utfylla den fysiske formidlinga t. d. pedagogiske opplegg, og det kan lagast egne digitale formidlingstilbod som står på egne bein. Dei digitale plattformene kan også vera gode hjelpemiddel for å komma i dialog med ulike brukargrupper. Sunnhordland museum har teke i bruk kulturpunkt for formidling i tuna våre og fleire undervisningsopplegg er lagt ut på nettsidene til museet. Sosiale medier vert også nytta til både formidling og marknadsføring av museet sine tilbod.

## Mål

Sunnhordland museum skal i større grad ta i bruk digitale plattformar i formidlingsarbeidet. Museet skal fokusera på å nytta digitale verkemiddel for å bidra til dialog og samhandling på tvers av samfunnsgrupper, og som supplement til den fysiske formidlinga.

## Tiltak

Gjere meir av samlingane våre digitale og tilgjengelege på nett.

Utvikle og produsere diverse digitalt innhald (t.d. podkast, utstillingar, foredrag), som også opnar for innspel, kommentarar og dialog.

Utforske metodar for samhandling og brukarmedverknad på nett.

Auke kompetansen vår på digital formidling.



# Kompetanseheving

Vi er eit formidlarteam som utfyller kvarandre og kan bidra på ulike felt. Å besøke andre museum gir oss også inspirasjon til å prøve nye ting. Tidene endrar seg fort, og vi må følgje med og vere oppdaterte, både fagleg og på korleis vi utformar rom reint fysisk.

## Mål

Sunnhordland museum skal vera ein organisasjon som held seg oppdatert på nye metodar og formidlingsformer og som prioriterer kompetanseheving for tilsette i formidlingsgruppa

## Tiltak

- Det skal setjast av tid og ressursar til kompetanseheving som kurs og seminar for museet sine tilsette
- Vi lærer av kvarandre, og deler gode opplegg.
- Vi oppsøker aktivt fagmiljø og bøker som kan inspirere og oppdatere oss.
- Vi er opne for nye formidlingsformer, og prøver ut nye læringsstrategiar.

# Marknadsføring



Kommunikasjon, omdømme- og merkevarebygging er viktige verkemiddel for å nå ulike målgrupper. Vi konkurrerer med mange aktørar om publikum si merksemd.

## Mål

Sunnhordland museum skal bygge eit godt omdømme og profilere tilboda sine ved hjelp av målretta marknadsføring.

## Tiltak

- Auke kommunikasjons- og marknadsføringskompetansen i organisasjonen.
- Utarbeide rutinar for korleis vi skal marknadsføre dei ulike tilboda ved museet.
- Vere tidleg ute med halvårsprogram for lokasjonane slik at arbeidet med marknadsføring kan planleggast.



## Kjelder

- Kulturdepartementet 2021 Musea i samfunnet (Meld. St 23 2020-2021) henta frå [Meld. St. 23 \(2020–2021\) - regjeringen.no](#)
- Vestland fylkeskommune (2022): Høyringsutkast regional plan for kultur, idrett og frivillighet, Aktør og fagplan del 2, henta fra [Regional plan for kultur, idrett og frivillighet - Vestland fylkeskommune](#)
- [Icom : Norsk ICOM](#)