

KAPITTEL 6

Begeistring som kritikk – underholdningens ambivalens på museum

Maja Leonardsen Musum
Randsfjordmuseet

Abstract

Museums are moving towards an increasingly audience-centric practice. This development is in part brought on by New Museology, post-modern critique and reinvention of museums in relation to the public. However, equally important is a strong push for increased revenues and reduced dependence on public funding. This article examines one such attempt at increasing the museum audience appeal through an artistic intervention at Hadeland Folkemuseum during the summer of 2020. In light of the project's success, this article examines the ambiguity of entertainment in museums. It discusses assumptions and findings on what motivates guests to attend museums, if entertainment stands in opposition to museum integrity and if humour is perhaps the most

subversive form of institutional critique in contemporary cultural history museums.

Keywords: institutional critique, humour, audience-centric, open-air museum

«In the tiniest details of their morphology and their organization, museums betray their true function, which is to reinforce for some the feeling of belonging and for others the feeling of exclusion» (Bourdieu & Darbel, 1990, s.112).

Innledning

Museenes vilje til å rette lupen mot seg selv og granske egen praksis har vært en tydelig tendens som har preget den museumsfaglige diskursen i flere tiår. Dette selvrefleksive arbeidet rundt museenes rolle og funksjon i samfunnet har særlig kretset rundt begreper som mangfold og makt. Bevisstheten rundt museenes ansvar, forankret i en kritisk museologisk tradisjon og kulturpolitiske føringer, har bidratt til å plukke museets bestanddeler fra hverandre. Den institusjonelle dekonstruksjonen har ikke bare brutt ned det gamle, den har og fungert som en dynamo for nye muligheter, prosjekter, nettverk og praksiser. I det norske museumslandskapet kan man spore en rød tråd fra det tverrmuseale utviklingsprosjektet for kritisk praksis, BRUDD (Kulturrådet, 2006), og opprettelsen av mangfolds- og demokratinettverk, til en rekke utstillinger og seminarer som løselig kan samles under det noe uklare begrepet *museenes samfunnsrolle* (Brekke, 2018). Alle med mål om å skape relevante museer som når ut til et bredere og mer sammensatt publikum.

Innenfor kunstmuseene har den institusjonskritiske praksisen siden 1960-tallet i mange tilfeller blitt målbåret gjennom det *eksterne blikkets* intervensjon i museet: kunstnere som griper inn i, kommer imellom eller på annet vis forstyrrer og utfordrer museene som nøytrale plasser (Dannevig, 2012, s. 11). Denne institusjonskritiske praksisen har både blitt initiert av institusjonene selv, men like ofte, og opprinnelig, har kritikken blitt påført museene som et opprør fra utsiden. Den institusjonskritiske kunstpraksisens historie har blitt beskrevet gjennom tre faser: Mens de to første fasene kjennetegnes av en mer selvstendig, utprøvende kunstnerisk praksis, ser man i den tredje fasen en tendens til mer gjensidig samarbeid

mellom kunstner og museum (Putnam, 2009, s. 39). I økende grad inviterer museene selv inn eksterne kunstnere som virkemiddel for å «blåse støv av sine egne samlinger og reflektere kritisk rundt sin egen rolle som historieforteller» (Putnam, 2009, s. 156, forfatters oversettelse).

Kritisk refleksjon rundt dagens komplekse museumsinstitusjoner, enten blikket er eksternt eller internt, åpner opp for en myriade av mulige områder å rette fokuset og kritikken mot: representativitet i innsamling og samlinger, definisjonsmakt i kuratering, kommunikasjon, rekruttering og transparens, for å nevne noen. I arbeidet med museenes samfunnsrolle kan det virke som om fokuset de siste tiårene i hovedsak har vært rettet mot museenes mangelfulle innhold: de utelatte, vanskelige historiene, de skjulte stemmene, alle som er usynlige i samling og i programmering. *Fremtidens museum* (Meld. St. (2002–2003)) poengterer imidlertid at for at museer skal være relevante, må det tematiske, så vel som form og virkemidler, være gjenstand for kritisk gjennomgang og nyskaping. Den institusjonelle granskningen handler med andre ord både om å rette et kritisk blikk på *hva og hvem vi samler*, og på *hvordan* våre samlinger blir *formidlet*.

Norske museer har vært gjennom en periode med økt bevissthet rundt hvordan museene med sitt innhold bidrar til å inkludere eller ekskludere. I denne artikkelen vil jeg rette blikket mot form over innhold. Jeg vil ta utgangspunkt i prosjektet *Håkon Hacker Museet*, som ble gjennomført på Hadeland Folkemuseum i 2020. Foranledningen var at Randsfjordmuseet inviterte den eksterne idékunstneren Håkon Forfod Sønneland til å «hacke», eller ta over museet. Prosjektet skulle bidra til å «demokratisere kulturarven gjennom medvirkning og utenfrablakk på lokalhistorien, fornye interessen for museet og historien gjennom humor og kreativitet».¹ Visjonen for prosjektet *Håkon Hacker Museet*, formulert av Sønneland og støttet av museet, var å skape et museum for folk som ikke går på museum. I denne visjonen lå det både en påstand og et løfte: Visjonen konstaterer at det finnes et betydelig segment i befolkningen som ikke går på museum. Løftet var at man gjennom ekstern «hacking» kunne skape en publikumsopplevelse som ville gjøre museet attraktivt for denne gruppen. Sommeren 2020 opplevde Hadeland Folkemuseum en markant økning i det uorganiserte besøket, såkalt drop-in besøk. I juli måned var besøkstallene for denne publikumsgruppen fire ganger høyere enn sommeren før. Responsen fra

¹ Intensjonsavtale mellom Randsfjordmuseet og Håkon Forfod Sønneland

publikum tydet på at Sønneland tilsynelatende hadde lyktes med sin visjon. Folk som ikke hadde vært på museet siden småskolen, kom tilbake. Barnefamilier kom i stort monn, også utenom aktivitetsdagene, som tidligere var anledningen til at de avla museet et besøk.

Problemstillingen jeg undersøker i denne teksten søker å identifisere på hvilke måter publikum opplevde at «hackingen» gjorde museet relevant og attraktivt. Og i forlengelsen av dette, på hvilke måter intervensjonen kritiserte museumsformidlingen implisitt eller eksplisitt. Fra et formidlingsperspektiv er det derfor interessant med utgangspunkt i dette case-studiet å forstå hvordan et eksternt samarbeid kan påvirke publikums museumsopplevelse og læringsutbytte.

I undersøkelsen av et innovativt og sjangeroverskridende prosjekt, har jeg som museumsansatt følt at jeg har kommet til kort med eksisterende sjanger- og begrepsforståelser, og blitt konfrontert med en rekke mer grunnleggende refleksjoner: Hva er kunst? Hva er en utstilling? Hva er folkemuseenes mandat? Hva er formidling? Hva er institusjonskritikk, og hva er det ikke? Om ikke som direkte mål for denne teksten, vil artikkelen tangere inn mot flere av disse spørsmålene underveis.

I denne artikkelen vil jeg først presentere noen metodiske og teoretiske refleksjoner som ligger til grunn for gjennomføringen av dette forskningsprosjektet, og hvordan min rolle som prosjektleder for *Håkon Hacker Museet* har påvirket forskningsdesignet – både som en styrke og en utfordring. Deretter presenteres selve utstillingen *Håkon Hacker Museet* inngående, før jeg diskuterer mine funn opp mot noen tematiske inndelinger av problemstillingen. Avslutningsvis vil jeg problematisere om fokuset på økt publikumsappell og bredde i målgrupper er en demokratisering eller en kommersialisering av museumsinstitusjonene, og hvordan man kan forstå *Håkon Hacker Museet*, humor på museum og humor som en ambivalent formidlingsform innenfor disse institusjonene.

Mot en praksisledet forskning – metodiske refleksjoner

Det er ikke åpenbart hvordan man best gjennomfører kvalitative publikumsstudier under en pandemi. Smittevern hensyn har ført til stadige endringer både i gjennomføringen av utstillingen *Håkon Hacker Museet*, og i forskningsdesignet. Den opprinnelige planen om å bruke tid sammen med publikum som deltakende observatør i deres bruk av utstillingen, ble for krevende å

gjennomføre. Dette har igjen påvirket forskningsspørsmålet, som har endret seg gjennom en åpen utforskende prosess. Arbeidet preges også av min nærhet til prosjektet. Selv om Sønneland i planlegging og gjennomføring av utstillingen hadde kontraktfestet kunstnerisk frihet, hadde sterke meninger, og til syvende og sist utformet både ideer og utvalg, var jeg museets prosjektleder. Jeg jobbet tett med Sønneland i forberedelsesperioden på tolv måneder, deltok i diskusjoner og drøftinger om utvalg og kuratering, og styrte overordnet økonomi og administrasjon.

Boken *At bygga innehåll med utsällningar* av Mattias Bäckström (2016) har tilført perspektiver på arbeid med forskning i utstillingsproduksjon som har vært et viktig grunnlag for prosessen rundt *Håkon Hacker Museet*. I bokens innledning poengterer Bäckström hvordan «utstillingen alltid både (er) arbeidsplats för den aktuella forskningen och medium för kommunikation av denne forskningen» (Bäckström, 2016, s. 8). Selv om utstillingen fra 2020 er avsluttet, pågår en videreføring av konseptet til Randsfjordmuseets andre folkemuseum på Dokka, der *Håkon Hacker Lands Museum* etter planen skal åpne i 2022. I tråd med denne beskrivelsen har utstillingsproduksjonsprosessen vært preget av sin triangulære bevegelse mellom produksjon, refleksjon og kommunikasjon. For å fange de mange sammensmeltede prosessene, har jeg satt pris på Bäckströms beskrivelse av «utstillingen som essay» (Bäckström, 2016, s. 10–11). Essayet som en metasjanger handler om kontinuerlig å stoppe opp og vurdere hva du holder på med (Rimbereid & Åslund, 2010). Essayet gjør den utprøvende, ikke-lineære fremgangsformen til sin metode. Med denne tilnærmingen til utstillingsproduksjon åpnes rommet for utstillingsspesifikk forskning opp, og ikke minst museumspraktikerens kunnskapsproduserende rolle i utstillingsprosessene.

Målet med forskningsarbeidet har vært å gi en grundig beskrivelse av publikums opplevelser og refleksjoner rundt besøket i utstillingen *Håkon Hacker Museet*. For å utforske problemstillingen om hvordan publikum opplevde at «hackingen» gjorde museet relevant og attraktivt, har jeg tatt utgangspunkt i dybdeintervjuer med syv publikummere som besøkte museet sommeren 2020. Intervjuobjektene har blitt anonymisert. Intervjuene ble gjennomført av forskningsassistent Johanna Nyløy, gitt min nærhet til utstillingen. Som supplerende kilder har jeg innlemmet 250 tilbakemeldingslapper fra publikum. De tomme lappene lå ved museets inngangsparti, der publikum ble oppfordret til å legge igjen en beskjed – ris eller ros – ved endt besøk i utstillingen. Tilbakemeldingene har jeg systematisert for å gi et overfladisk, men mer kvantitativt innblikk i publikums opplevelser i denne utstillingen.

I arbeidet med både intervjuene og tilbakemeldingslappene har jeg anvendt en tilpasset versjon av Morris Hargreaves McIntyres modell (2007, s. 28). Basert på en kvantitativ analyse ved over femti museer og gallerier i Storbritannia, inkludert en blanding av både kunst- og kulturhistoriske museer som The British Museum, National Gallery, Tate Britain og V&A, har McIntyre identifisert fire nøkkeldrivere for publikums deltakelse ved museum: sosial driver, intellektuell driver, emosjonell driver og spirituell driver. Denne modellen gir et godt grunnlag for å analysere og drøfte publikums tilbakemeldinger og refleksjoner.

Visitor's Needs & Motives	Drivers & Type of engagement
Escapism Contemplation Stimulate Creativity Aesthetic pleasure Awe and wonder	Spiritual
Being moved Personal relevance Experience the past Nostalgia Sense of cultural identity	Emotional
Academic Interest Hobby interest Self-improvement Stimulate children	Intellectual
Social interaction Entertainment Seeing & doing Inclusion & welcome Access, comfort, warmth & welcome	Social

Tabell 1: Tilpasset modell Morris Hargreaves McIntyre (Walmsley, 2011, s. 6).

Med bortfallet av deltakende observasjon hadde jeg fortsatt et behov for å få en bedre dybdebeskrivelse og forståelse av publikums bruk og bevegelser i utstillingen.

Hvordan fungerte utstillingen i praksis, og hvordan var dette likt eller ulikt tidligere år? Et viktig element i dette forskningsprosjektet har derfor vært innlemmelsen og vektleggingen av perspektivene og rollen til museets formidlere. I perioden juni til august betjenes museets publikumstilbud av sesongansatte formidlere, også kalt museumsverter. De fem museumsformidlerne har daglig samhandling med publikum. Museumsvertene har i tillegg arbeidet ved museet tidligere sesonger, og har slik et viktig grunnlag for både å beskrive publikums muntlige reaksjoner og fysiske bruk av utstillingen, og hvordan dette skiller seg fra eller sammenfaller med erfaringer fra tidligere sesonger. I denne delen av arbeidet har jeg anvendt perspektiver fra forskningsmodellen Practice as Research (PAR), praksisledet forskning, slik den har blitt utviklet over en tiårsperiode på britiske Tate Museum (Pringle, 2020). Som kurator formidling ved Nasjonalmuseet, Line Engen, beskriver i sitt arbeid med utstillingsproduksjon, har denne modellen den fordel at man som museumspraktiker kan «beholde nærheten til stoffet og fortelle om prosessen og utviklingen av utstillingen som jeg selv var delaktig i som kurator» (2021, s. 27). For oss som arbeider i møte med publikum, kunstnere og med utstillingsproduksjon i museene, er forskningsarbeid en viktig del av å bedre praksis i feltet: «... at kunnskapen som skapes, skal virke i den virkelige verden, påvirke fremtidig praksis og dermed også bli synlig for publikum» (Engen, 2021, s. 27). For å løfte frem kunnskapen fra formidlernes møte med utstillingen og publikum, har jeg gjennomført to samtaler med museets sesongansatte, en gruppesamtale og en individuell samtale med totalt fire personer. Museumsvertene er anonymisert i gjengivelsen.

Johanna Nyløy gjennomførte også et intervju med museumshackeren, Håkon Forfod Sønneland. Til tross for min rolle som prosjektleder, opplevde jeg at Sønneland som kunstner og jeg som museumsansatt hadde svært ulike måter å nærme oss utstillingen og dens formål på. Sønnelands og min egen motivasjon i prosjektet var ikke sammenfallende, men utfyllende. Jeg ønsket å få en dypere beskrivelse av Sønnelands intensjoner og refleksjoner.

Håkon Hacker Museet

Etymologisk spores begrepet å *hacke* til det engelske verbet «*hack* (kutte opp noe i full fart, grovhakking)» (Nätt, 2021). En *hacker* er definert som «en person som

setter pris på den intellektuelle utfordringen ved å bryte grenser eller jobbe seg rundt begrensninger på et felt h*n er interessert i» (wikipedia, 2021). Hackeren var i dette tilfelle den lokale kunstneren og forfatteren Håkon Forfod Sønneland. Feltet han var interessert i, var Hadeland Folkemuseum, en av fire formidlingsarenaer i det konsoliderte Randsfjordmuseet.



Figur 1: Sommeren 2020 tok idékunstner Håkon Forfod Sønneland over Hadeland Folkemuseum, både visuelt og gjennom en rekke installasjoner og "hacks". Foto: Randsfjordmuseet.

Sommeren 2020 åpnet det synlige resultatet, utstillingen *Håkon Hacker Museet – Museum for folk som ikke går på museum* i friluftsmuseet på Hadeland Folkemuseum. Totalt 27 installasjoner preget besøksopplevelsen fra start til slutt, fra møte med museumsvertene til formidlingen av kulturminner. Prosjektet hadde en egen logo (figur 1) med Sønnelands ansikt og en fargesterk visuell profil som sto i tydelig kontrast til det mer gammelmødige og dempede folkemuseumsuttrykket. For å synliggjøre hva som var en del av utstillingen, ble alle «hacksene» – eller installasjonene – merket med et oransje stempel: «Hacket av Håkon». Sønneland inngikk en intensjonsavtale med museet året før, og jobbet frem de ulike installasjonene i tett samarbeid med museets ulike fagseksjoner, kulturhistorisk seksjon, naturhistorisk seksjon og formidlingsseksjonen. I tillegg var en rekke frivillige lokale lag og foreninger, samt næringsliv, tett involvert i både innholdsproduksjon og gjennomføring. Som idékunstner er det slik Sønneland

arbeider: «Jeg har ideene, men jeg trekker til meg alle som kan håndverk. Også har jeg lent meg på historikerne og fagfolka på museet».²

Installasjonene varierte i størrelse og form, fra store skulpturer til mer performance-aktige stunts, små intervensjoner i museumspark og samling, og massiv tilstedeværelse i media og sosiale media. Sønnelands installasjoner kan beskrives som underfundige, lekne, humoristiske og vennlige. Mange av installasjonene handlet om å henlede publikums oppmerksomhet på deler av museumsparken som ikke vanligvis trekkes frem i omvisninger, skilting eller annen formidling: Maurstien langs bakken ble rammet inn. De små insektene i kratt og busker ble dimensjonert opp så de visuelt dominerte over museets øvrige samlinger. Den gravlagte museumskatten noen få skritt fra den mer kjente gravhaugen til Halvdan Svarte fikk et eget stopp i omvisningen.

Andre installasjoner brukte alternative virkemidler til å formidle historie: Skulpturen *Generasjonene* (figur 2) viste livskårene til en tenkt slekt på Hadeland 36 ledd bakover. Regionale ordtak ble trykket på bladformede treplater som vaiet i bjørka på tunet. En sensor fyrte av høylytte komplimenter på Hadelandsdialekt til gjester som gikk forbi, og den antikvariske bygningen Vienbråten fra 1789 ble lagt ut for salg på Finn.no med et omfattende lokalhistorisk eiendomsprospekt produsert etter alle sjangerkrav i samarbeid mellom Eiendomsmegler1 og museets arkivar.

Andre installasjoner harselerte mer åpenlyst med museumssjangeren: Med stuntet «Betalt for å gå på museum» (figur 3) ble prinsippet om å løse billett snudd på hodet, og museets gjester fikk betalt for å komme på besøk. Museumstoalettene ble utstyrt med montere og gjenstander fra det man kan kalle dopapirets kulturhistorie. Neonskiltet «INGENTING Å SE HER» lyste ut gjennom vinduet fra et av husene i bygningssamlingen. I utstillingen «En tilfeldig hadelending» (figur 5) ønsket Sønneland å snu det han mente kjennetegnet museers utstillingsmetode på hodet. I et intervju forklarte Sønneland tanken med utstillingen: «Det man ofte gjør på museum er å lage en utstilling om en berømt person, som ofte er død. Kunne vi lage en utstilling om en levende person? Og istedenfor bruke et år på å lage en utstilling, så gjør vi det på en uke».³ Slik ble utstillingen om den pensjonerte IT-arbeideren fra Gran kommune, Hans

² Intervju Sønneland, (2021, 29. mars)

³ Intervju Sønneland, (2021, 29. mars)

Gunnar Wien, laget på en uke – komplett med kjøleskapsmagneter, kaffekopper og annen merch man også kunne kjøpe i museumsbutikken.

Fra ledelsen ved Randsfjordmuseets side var *Håkon Hacker Museet* definert som et forsøksprosjekt, der Randsfjordmuseet ønsket å utforske mulighetene som lå i å invitere eksterne kunstnere til å skape kunstverk og kunstopplevelser innenfor museumsportene. Formålet ble begrunnet med tre målsetninger:

1. Styrking av museets økonomi og omstilling av museumsdriften
2. Demokratisering av museet
3. Kunstens egenverdi⁴

De tre målsetningene peker mot større og komplekse utfordringer og omstillingsprosesser i det norske museumslandskapet.

Til forskjell fra museets mer instrumentelle og definerte målsetninger, gikk Sønneland inn i prosjektet med mål og motiver som i større grad gjenspeilte hans interesser og virkeområde:

Jeg har et sånt vanlig forhold til museer, tenker jeg, men jeg har aldri vært involvert på innsiden. Det var veldig gøy å se hvordan de tenker og jobber litt mer på lengre sikt på museet. Jeg hadde som utgangspunkt å prøve å finne nye innganger til historien. Og overraske. At de fikk noe uventet. Jeg ønsket at folk skulle bli involvert, at de skulle gjøre noe selv. Og så ville jeg at det skulle være humor, at folk skulle snakke om det. Slik at folk som gikk på museet tenkte 'å, der var det noe' og så begynner man å snakke litt istedenfor å gå rundt og er litt sånn død. Det var bakgrunnen (...) Da jeg gikk i gang med prosjektet, jobbet jeg med ideer. Det som er mitt håndverk, er å bruke kreative teknikker til å skape ideer. Jeg vet ikke hvor mange ideer jeg hadde, men hvert fall 150–200 hacks som vi kunne gjøre, før vi valgte ut 20–30 av dem.⁵

Sønnelands beskrivelse av sitt prosjekt kan ikke sies å ha den karakteristiske problematiserende, kritiske og tidvis konfronterende tilnærmingen som ofte

⁴ Prosjektbeskrivelse, 2019, Randsfjordmuseets arkiv

⁵ Intervju Sønneland, (2021, 29. mars)

kjennetegner både museumsansattes og kunstneres arbeid i møte med institusjonene. Sønneland legger vekt på involvering, deltakelse, humor og opplevelse på en måte som tydelig plasserer hans forståelse av publikums motivasjon mot den sosiale driveren i McIntyres modell (tabell 1), med underkategorier som deltakelse, underholdning og levende omgivelser. Som prosjektleder opplevde jeg at Sønneland ga uttrykk for en overrullende, nærmest forvirrende letthet og positivitet i en bransje som til vanlig jobber med fortolkning og problematisering. Ganske raskt dukket derfor spørsmålet opp om hvordan vi skulle gi mening og navn til dette samarbeidet. Var det en utstilling eller et formidlingsprosjekt? Var dette et kunstprosjekt, eller var det noe annet? Symptomatisk nok var ikke dette problemstillinger Sønneland tiller stor betydning: «Jeg har ikke vært så opptatt av hva det er heller. Fordi jeg tror at de som kommer på museet, bryr seg ikke om det er kunst eller om det er formidling eller hva det er, så lenge de får en opplevelse av det».⁶ Gjennom sommeren hadde likevel prosjektet ført til diskusjoner museumsvertene imellom, og mellom verter og publikum. I samtaler dukket tanker om selve utstillingen opp, men også tanker rundt tvetydigheten og tolkningsrommet som heftet ved tittelen «idékunstner». Hvordan man skulle forstå hva dette, var og hva som var Sønnelands intensjoner?

Jeg har jo stilt meg det spørsmålet mange ganger, hva han mener med at han er idékunstner. Om det er en veldig konseptuell ting, eller om det skal peke mot noe litt utenfor. Det er mange måter man kan tenke det på, som jeg ikke har kommet til noe svar på. Jeg likte det nok ikke spesielt godt, samtidig så skjønner jeg det og det passer godt. Han sier det er et museum for folk som ikke går på museum, og det synes jeg han har fått til veldig bra. Men så er jo jeg en person som liker å gå på museum.⁷

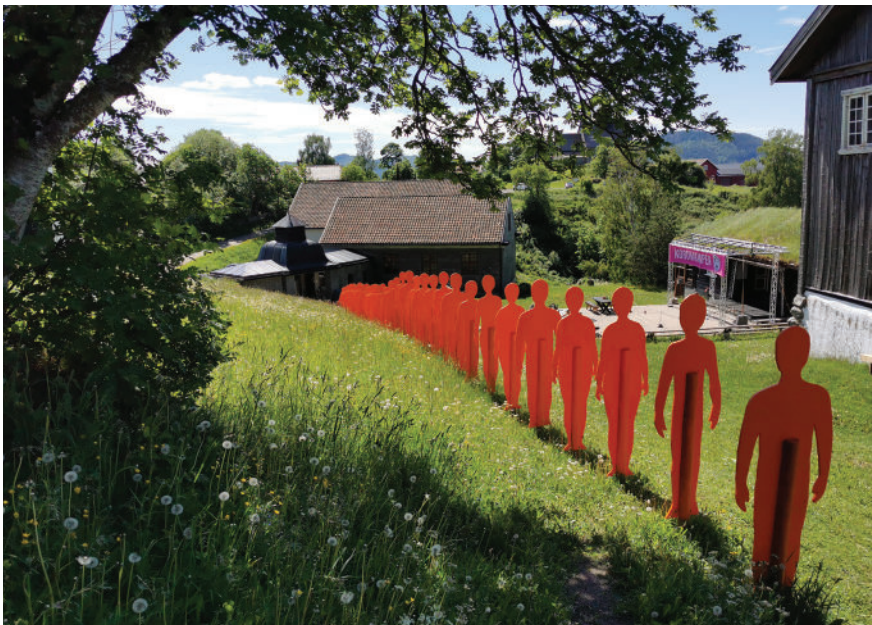
Hos museumsvertene fortsatte diskusjonen om utstillingen. Med Sønnelands skepsis til lange utstillingstekster og uvilje til teoretisering rundt egne verker, heftet det betydelig usikkerhet til det hele; er det genialt, eller tilfeldig? Har han en plan, eller ikke? Det det heftet liten tvil om hos vertene, var at det funket: Det hadde fungert som en døråpner for å folk opp av sofaen, og til å gå på museum.

⁶ Intervju Sønneland, (2021, 29. mars)

⁷ Gruppeintervju museumsvertene, (2020, 27. august)

Museum for folk som ikke går på museum – det kjedelige og ekskluderende museet

Museer er, med sine mange roller, nye oppgaver og samfunnsoppdrag, komplekse steder (Hylland, 2017, s. 78–79). Som McIntyres modell synliggjør (tabell 1), kan et museumsbesøk for publikum likeledes være en kompleks fritidssysself: Et museumsbesøk kan inneholde opplevelser, historie, læring, estetikk, sosialt samvær, natur, refleksjon, kunst og underholdning, ofte kombinert med dypereliggende motivatorer som følelse av tilhørighet, stolthet, røtter og identitet. *Håkon Hacker Museet* hadde undertittelen *Museum for folk som ikke går på museum*. I et mangfoldsperspektiv er det interessant å spørre hvem som ikke går på museum, og i forlengelsen av dette, hvilke formidlingsmessige grep denne utstillingen tok for å nå frem til disse gruppene som alle museer er enige om at finnes, men usikre på hvordan man skal definere, og ikke minst nå frem til.



Figur 2: Installasjonen «Generasjonene» viste en tenkt slekt på Hadeland, 36 ledd bakover. Den iøyenfallende installasjonen med oransje silhuetter ble raskt en favoritt hos både publikum og museets formidlere. Foto: Randsfjordmuseet.

I Hans Philip Einarsens artikkel om ikke-brukeres tanker rundt lokalmuseene, tegnes et fyldig bilde av et mangelfullt kunnskapsfelt (Einarsen, 2023). Gjennom SSB og publikumsundersøkelser av de som faktisk oppsøker museer, utgjør skoleelever og høyt utdannede, urbant bosatte hovedtyngden blant museumsgjester. Med henvisning til Per Mangsets rapport «Demokratisering av kulturen?», konkluderer Einarsen med at «... det er en solid empirisk dekning for å si at nordmenns kulturbruk er systematisk differensiert etter sosiale bakgrunnsfaktorer, særlig ut fra utdanningsnivå, yrkesstatus, alder, bosted og kjønn» (Einarsen, 2023). Som høyt ansette samfunnsinstitusjoner bærer museer med seg en rekke subtile koder som bidrar til å inkludere og ekskludere. På spørsmål om hvordan han gikk frem for å nå sin målgruppe; ikke-brukere av Hadeland Folkemuseum, reflekterte Sønneland rundt dette: «Jeg tror det er en del folk som føler seg ekskludert av museet (museer generelt anm.). Jeg tror det er en del som føler at museum ikke er noe for dem. At de er for dumme, eller at de ikke har kunnskap nok».⁸ Beskrivelsen av det ekskluderende museet med elitistiske konnotasjoner er velkjent, men kanskje oftest forbundet med kunstmuseer eller større bymuseer. Anvendt på de lokale folkemuseene, som tradisjonelt ble bygget opp gjennom fra frivilligheten i bygda, og som «la til rette for et gjenkjennelig og lokalt formidlingstilbud (...) et museum av og for bygdefolket» (Musum, 2020, s. 30), er Einarsens analyse noe mer overraskende.

Håkon Hacker Museet hadde både i form og innhold et sterkt element av å representere *noe nytt*. Denne opplevelsen kom gjennomgående til uttrykk i intervjuer og skriftlige tilbakemeldinger på lapper (figur 4), der museets gjester beskrev utstillingen som *kreativ, nytenkende, nyskapende og engasjerende*. Samtidig fremholdt gjestene betydningen av det de oppfattet som museets grunnoppgave med *tradisjon, bevaring og konservering*. Det interessante er at *Håkon Hacker Museet* snarere enn å oppleves som truende, fasete eller fremmedgjørende, ble mottatt med begeistring som en nyvinning som gjorde besøket bedre, mer lærerikt og mer underholdende. Sønneland videreførdet museet publikum var glade i på en måte som ga dem en opplevelse av relevans, uten at det ble oppfattet som truende. Museets verter hadde gjennom sommeren diskutert om ikke Sønneland med sin utstilling hadde videreført folkemuseumstanken, snarere enn å utfordre den. «Han har vært sånn 1913, men anno 2020 som vi har snakket om. Han

⁸ Intervju Sønneland, (2021, 29. mars)

bygger identitet til hadelendinger, bygger oppunder Hadeland og Hadeland Folkemuseum og går med museet, på en måte».⁹

Går vi tilbake til Einarsens omtale av Mangsets rapport, er det nærliggende å se museenes ikke-besøkende i forhold til klassetilhørighet og dens sammenheng med kulturell preferanse og kulturforbruk. Med dette perspektivet kan man analysere museenes mange implisitte og eksplisitte ekskluderende mekanismer. Selv om det kritiske blikket på museets kulturelle kommunikasjon er nødvendig, er det mulig å gå til en mer folkelig analyse: Museum blir kanskje helt enkelt oppfattet som kjedelig. Nødvendig, men kjedelig, slik flere av de intervjuede gjestene ga uttrykk for: «Det er prisverdig og interessant for ettertiden, men jeg syns nok det i formidlingen av dette til brukeren har vært litt kjedelig. Det er ikke noe du løper til daglig for å se igjen. Har du sett et stabbur som er laftet på den måten, så har du vel gjort det».¹⁰

I norsk dagligtale virker det nærmest umulig å renvaske begrepet *museum* fra å være ensbetydende med et sted for anakronismer. På Norges Museumsforbunds seminar «Børs og katedral» raljerte direktør for Kornsiloen i Kristiansand, Reidar Fuglestad, med at «ingen har noen gang hørt ordene museum og innovasjon i samme setning», til stormende latter.¹¹

Det siste året har Dagens Næringsliv fremholdt at «mellomledere hører hjemme på museum», (Larsen, 2021) og at «CV-en hører hjemme på museum» i likhet med «tollsatter», «sambandet» og «etterlønsavtaler». Med andre ord, alt som ikke lenger er funksjonelt i vår samtid, hører hjemme på museum der det kan støve ned til glede for mennesker med hvite hansker, irrelevant for stort sett alle andre.

Like fullt er de lokale folkemuseene høyt elsket og beskrives i intervjuene med gjestene som «pene», «vakre», «idylliske» og «viktige». Det betyr imidlertid ikke at de frister til bruk: «Vi har ikke noe imot museet, vi tenker positivt om det, men vi har vel ikke stor nok interesse til at vi besøker museet».¹² Sønneland var særlig opptatt av denne dobbeltheten i bygdemuseene: «Hadeland Folkemuseum er jo et veldig pent museum. Folk på Hadeland elsker jo Hadeland Folkemuseum. Så hvis det hadde brent, hadde det blitt landesorg. Men samtidig

⁹ Gruppeintervju, (2020, 27. august)

¹⁰ Intervju, (2021, 25. mars)

¹¹ Fuglestad, R. (22.09.2019)

¹² Intervju, (2021, 19. mars)

er det et sånt sted som folk ikke drar til. For det er de samme bygningene som står der, og de kommer til å stå der neste år».¹³

Både publikum og museumsvertene ga tydelig uttrykk for at sommeren 2020 markerte et skille i hvem som kom til museet og hvorfor de kom. Som utdraget fra denne gruppesamtalen med museumsvertene viser, var det tydelig at dette ikke bare kunne tilskrives den koronapåførte norgesferien:



Figur 3: Mange av Sønnelands backs snudde vanlige museumspraksiser på hodet. Under "Betalt for å gå på museum" fikk publikum betalt for å gå på museum. I konvoluttene lå det mellom 1 og 500 kroner.. Foto: Håkon Forfod Sønneland.

Museumsvert A: Det var forskjell på hvem som kom hit i fjor og hvem som kom hit i år. I fjor så kom folk som var veldig interessert i f.eks det bygningstekniske eller i kirka spesielt. I år virker det som det er færre av dem og flere barnefamilier. Mer folk som kanskje ikke kommer hit primært for å se på de gamle husene.

¹³ Intervju Sønneland, (2021, 29. mars)

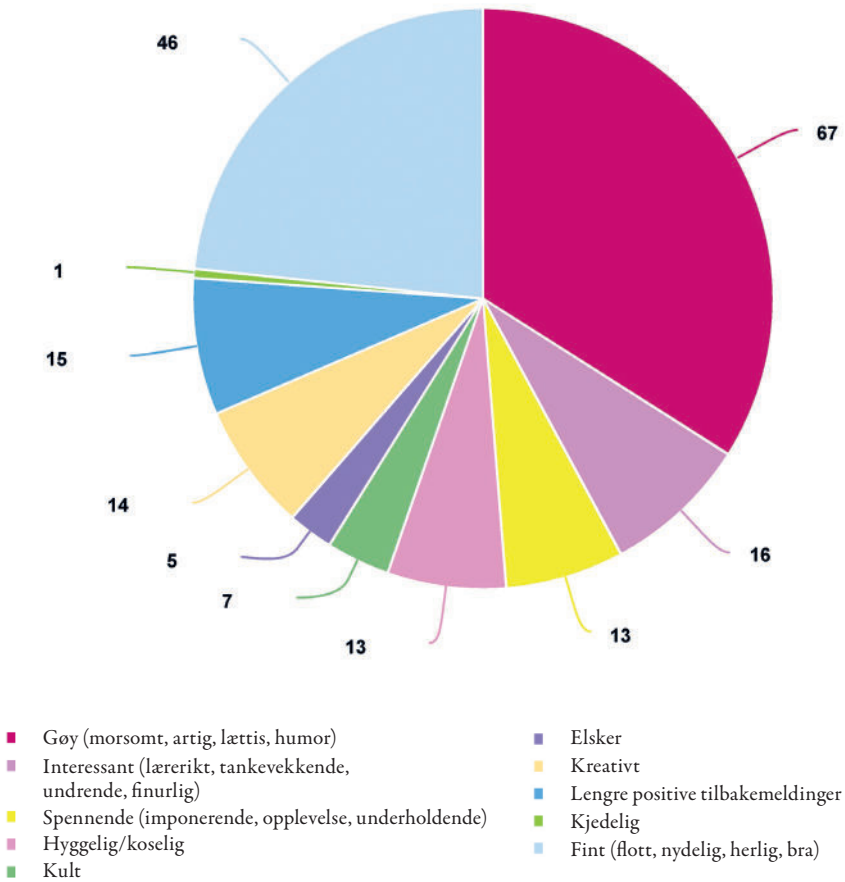
Museumsvert B: Det har vært en god del barnefamilier, og ikke så mange av de intenderte – de som har en stor kjærlighet for folkemuseet og Hadeland. Det har vært mange som har dyrket sin indre hadelending før, som har kommet for å få det bekreftet på museet. Nå har det vært litt mer showtime.¹⁴

Publikum som ble intervjuet i forbindelse med sitt besøk til *Håkon Hacker Museet*, viste tydelig et økt engasjement for dette museumsbesøket enn for tidligere besøk. På spørsmål om deres opplevelse av *Håkon Hacker Museet*, svarte en gjest: «Det var kjempeinteressant i forhold til det jeg har oppvokst med. Det engasjerte barna mer, en aktiv utstilling hvor vi var inkludert».¹⁵ Andre gjester beskrev det som «kjempeartig», «engasjerende» og en «opplevelsesutstilling» der de i større grad fikk følelsen av å bli aktivisert. Lest inn i McIntyres begrepsapparat er det mer presist å si at publikums beskrivelse av hva som ga museumsbesøket verdi, var av en vesentlig annen art.

I svar på spørsmål om deres forhold og tanker rundt museet som sådant – uavhengig av utstillingen – var motivene for museumsbesøket mer rasjonelle, fornuftige med tanke på kommende generasjoner og en mer tradisjonell tanke om museenes rolle som konservatorer og konserverende institusjoner. Beskrivelsene var i tillegg emosjonelt motivert som et sted for nostalgi og kulturell identitet – vissheten om museets tilstedeværelse – litt uavhengig av om det ble besøkt eller ei. I samtalene om publikums erfaringer med *Håkon Hacker Museet* ble det lagt vekt på sosiale aspekter, interaksjon, deltakelse, underholdning og hygge. Beskrivelsene fra intervjuene speiles i stor grad av tilbakemeldingene som øvrige gjester la igjen på oppslagstavla med spørsmålet «Hva vil du si?». Fremstillingen i figur 4 viser en systematisering av samtlige av disse tilbakemeldingslappene, organisert innenfor ti ulike semantiske kategorier. Plassert innenfor McIntyres fire motivatorer utgjør den sosiale motivatoren (kult, hyggelig, spennende, gøy) over halvparten av tilbakemeldingene (55 %), med spirituelt (kreativt, fint = 33 %), intellektuelt (interessant = 9 %), og emosjonelt (3 %) i synkende rekkefølge. Tilbakemeldinger innen kategorien «kjedelig» samt «lengre positive tilbakemeldinger» er ikke tatt med i denne oversikten, samt en del tegninger.

¹⁴ Gruppeintervju museumsverter, (2020, 27. august)

¹⁵ Intervju, (2021, 13. april)



Figur 4: Tilbakemeldingslapper fra publikum fordelt innen ti semantiske kategorier.

Randsfjordmuseet hadde i sin målsetning en tanke om at kunstfeltet kunne bidra til å gjøre de kulturhistoriske museene mer relevante og engasjerende, og gjøre kulturarven mer tilgjengelig. Tilbake til denne tekstens problemstilling og spørsmålet om på hvilke måter publikum opplevde at hackingen bidro til å gjøre museumsbesøket mer relevant, er det tydelig at utstillingen appellerte til publikum på en måte som var mer i tråd med det som motiverer for å gå på museum: det sosiale, det underholdende og det deltakende.

Institusjonskritikk og humorens ambivalens

Samarbeid mellom samtidskunstsektoren og kulturarvsinstitusjoner er ikke nytt, men det er i norsk sammenheng heller ikke særlig utbredt (Kobbevik, 2011, s. 14; Dannevig, 2012, s. 14-15). Det som opprinnelig startet som en praksis tilknyttet kunstmuseene har, i det som av Putnam beskrives som den institusjonskritiske kunstens tredje fase, i økende grad også spredd seg til å omfavne kultur- og naturhistoriske museer (Dannevig, 2012, s. 27-28). I masteroppgaven «Vennligst forstyr! Museale forstyrrelser på Valdresmusea» av Ragnhild Dorothea Dannevig hevder forfatteren at kunstneriske intervensjoner og institusjonell kritikk i kulturhistoriske museer i Norge likevel er et område det er forsket relativt lite på og skrevet lite om (Dannevig, 2012, s. 25). Prosjektet *Museale forstyrrelser*, som ble initiert av Norsk kulturråd i 2006 som et samarbeid mellom Faglig utvalg for billedkunst og Faglig utvalg for kulturvern, var et tidlig pilotprosjekt i norsk sammenheng. Gjennom *Museale forstyrrelser* ble fire kulturhistoriske museer satt i samarbeid med fem samtidskunstnere. Formålet med prosjektet var:

... å invitere til refleksjon rundt historie, kulturarv og kulturarvsinstitusjoner ved å la samtidskunstnere jobbe fram kunstprosjekter ved kulturhistoriske museer. Hovedtanken med prosjektet er å invitere profesjonelle samtidskunstnere til å oppholde seg ved et museum for å utvikle kunstnerprosjekt som i vid forstand skal utforske, reflektere rundt og berøre aspekter knyttet til museets egenart. Det er kunstnerens fremmede blikk, kombinert med den erfaring og kunnskap mange kunstnere har, som er utforskende og reflekterende rundt et tema og som kan brukes til å synliggjøre aspekter ved museet og museal virksomhet på nye og kanskje overraskende måter (Gjerald, 2011, s. 33).

Sagt på en annen måte var det underliggende premisset for prosjektet *Museale forstyrrelser* at kunsten, som det intervenserende eksterne blikket, kunne «hjelp» de kulturhistoriske museene i å oppfylle sin samfunnsrolle og nå et bredere publikum gjennom aktuell og relevant formidling (Slettvåg & Brekke, 2011, s. 4-10). Tanken om at det eksterne blikket inviteres inn for å innta et meta-perspektiv på kulturarvsinstitusjonene og deres samlinger, trekkes frem som viktig også i kulturvernfeltets strategi fra 2006-2010 (Norsk kulturråd, 2011). *Museale forstyrrelser* skulle i følge Norsk kulturråds strategiplan for kulturarv «synliggjøre kulturarvsinstitusjonar som potensiell arena for formidling av kunst, og som

konkrete ”case” for kunstnarar, herunder ta initiativ til eit tverrfagleg prosjekt der museum blir opna for frie, kunstnarlege tolkingar og refleksjonar» (Norsk kulturråd, 2011). I forlengelsen av pilotprosjektet vokste lignende typer prosjekt frem. I 2008 ga kunstner Marianne Heier den steds spesifikke skulpturen *Saganatt* i gave til Maihaugen på Lillehammer. Skulpturen, en asfaltert del av grusvegen i museets bysamling, hadde kritiske implikasjoner til fortolkningen og formidlingen av kulturhistorie ved institusjonen. Ved Forsvarsmuseet kom i 2009/10 det svært omdiskuterte huskunstnerprosjektet «Artist-in-Residence» (AiR) til med støtte fra Norsk kulturråd. I AiR-rapporten *Balanseskunst* fra Norsk kulturråd oppfordrer redaktørene Åshild Andrea Brekke og Siri Slettvåg museums- og arkivsektoren til å utforske denne typen prosjekter i fremtiden (2011, s. 4–10).

Institusjonell kritikk er et komplekst begrep som kan forstås både som en teori, en metode og en kunstnerisk praksis (Dannevig, 2012, s. 7). Utgangspunktet for denne artikkelen er hvorvidt det kan være fruktbart å forstå utstillingen *Håkon Hacker Museet* som en del av denne institusjonskritiske tradisjonen, der eksterne kunstnere bruker sitt blikk utenfra og sin kunstneriske metode for å se samlinger og institusjoner i nytt lys og rette et kritisk blikk mot deler av museenes praksis. Med andre ord, kan *Håkon Hacker Museet* tolkes som en institusjonskritisk intervensjon?

Tradisjonelt har den institusjonskritiske kunsten vært assosiert med en annen kunstnerisk profil enn Sønnelands humoristiske, vennlige og relativt ukontroversielle installasjoner. Som Putnam beskriver i boken *Art and artifact: Museum as medium*, har intervensjonskunsten en tendens til å operere på en mer provokativ måte som tydelig utfordrer museenes makt og politikk (Putnam, 2009, s. 154). Marianne Heiers kontrasterende asfaltveg *Saganatt* blant de idylliske, gruslagte stiene på Maihaugen og Morten Traaviks kondomkledde atomraket *Honest John* på Forsvarsmuseet retter begge en mer iøynefallende kritikk der museets ideologi, symbolikk og forvaltning utgjør kritikkens objekt.

Håkon Hacker Museet har ingen slik tydelig politisk brodd. Hverken i opplevelsen av verkene i utstillingen eller i Sønnelands presentasjon av prosjektet kan man spore artikulert kritikk av museenes temavalg, ideologi, samlingsutvalg eller institusjonelle makt. *Håkon Hacker Museet* er likevel en utstilling som kan tolkes på flere nivåer. For publikum ble de enkelte installasjonene trukket frem med konkret vektlegging av involvering, underholdningsverdi og relevans. Som helhetlig intervensjon kan prosjektet tolkes som en utstilling der museenes forhold til publikum er utstillingens objekt, og der museenes «tilstivna museumstradisjoner i formidling» (Meld. St.48, (2002–2003) s.183) er intervensjonens

kritikk. I tråd med Stortingsmelding 49s vektlegging av behovet for fornyelse både i museenes form og innhold kan Sønnelands intervensjon leses som en kritikk av museenes form som lite publikumsvennlige, lite kreative og nytenkende, slik Sønneland utdypet i intervju om sine erfaringer i møte med sektoren: «Det som var litt gjentagende, var at de syntes det var kult, da. De syntes det var gøy at man kunne gjøre noe så annerledes. Jeg har fått inntrykk av at enkelte personer i museumssektoren er veldig åpne for å prøve mange nye ting, men så er det et eller annet med systemet som gjør at man ikke gjør det allikevel, da (ler litt)».¹⁶

Alt ved utstillingen *Håkon Hacker Museet* var annerledes: synligheten, fortellerstemmen, metoden og formen. Samtidig spilte utstillingen på hele det velkjente vokabularet av museets etablerte uttrykk; fra omvisningsmanus til utstillinger, bannere og informasjonsskilt, arrangement, museumsbilletter og varer i museumsbutikken. *Håkon Hacker Museet* undergravde i sine installasjoner på et vis de prinsippene som kan sies å være sentrale i et museums identitet (Corrin, 2004, s. 3): permanens, kvalitet, autoritet, grundighet, troverdighet, ansvarlighet, bevaring – og i bygningssamlingen mer spesifikt – det gamle, det værbitte og det nasjonalromantiske uttrykket i både samling og kulturlandskap.

Gjennom installasjoner som oppfordret publikum til å tenne på bygningssamlingen, trekke oppmerksomheten vekk fra samlingene og ned på noe tilsynelatende trivielt gjennom en fargepalett i skrikende neon oransje (figur 1), satte installasjonene spørsmålstegn ved antakelser og verdier ofte assosiert med museumspresentasjoner og vrenge museumsprosessen inn-ut. Intervensjonen bidro som en konsekvens til å eksponere museenes manglende bruk av det metodiske handlingsrommet som er gitt oss til statlig disposisjon for å formidle og engasjere med kulturarven. Utstillingen bidro til å holde opp et speil som, gjennom tilstedeværelsen av det temporære, synliggjorde fraværet i det permanente. *Håkon Hacker Museet* kan på denne måten sies å passe godt inn i utviklingstrekkene som beskriver den tredje fasen av institusjonell kritikk der museumsinstitusjonene inviterer kunstnere inn for å hjelpe dem med å undersøke deres rolle sett fra utsiden. Denne to-vegs prosessen har blitt beskrevet som «museumism» (Corrin, 2004, s. 387), der kunstnere ser på museum, og museum ser på seg selv.

Institusjonell kritikk kan betraktes som forhold mellom objekt og metode, der objektet er institusjonen og metoden er kritikken, skriver filosofen og

¹⁶ Intervju Sønneland (2021, 29. mars)

kulturteoretikeren Boris Buden i artikkelen «Criticism without crises: Crises without criticism» (Buden, 2009). Sønnelands metode er kreativitet, eller kanskje humor. Det er kanskje nettopp bruken av humor på et museum som er det mest overraskende og grenseoverskridende med utstillingen *Håkon Hacker Museet*. Humor som en kritikk av de underliggende premissene av at kunnskap og mening skal være utilgjengelig, som et puritansk ideal som forhindrer museene i å nå bredt ut, mens det morsomme, underholdende og engasjerende er grunt og uten dybde. Utstillingen *Håkon Hacker Museet* reiser spørsmålet om humor er det mest subversive man kan bedrive på et museum.

I intervensjonskunstens utviklingstrekk preges den tredje fasen blant annet av at det eksterne blikket initieres eller kommisjoneres av museumsinstitusjonene selv som verktøy i å utøve kritikk mot egen praksis (Putnam, 2009, s. 156). I den tidligere omtalte mastergradsoppgaven om samarbeidet mellom Valdres Folkemuseum og kunstner Pierre Lionel Matte drøfter Dannevig om intervensjonskunsten i denne fasen dermed har blitt institusjonalisert, eller kanskje heller musealisert (Dannevig, 2012, s. 35). Den økende bruken av eksterne institusjonskritiske kunstnere i regi av museene selv, får Dannevig til å stille spørsmålet om denne formen har mistet sin brodd: Hvor fri er egentlig kritikken og det eksterne blikket når det er kommisjonert fra institusjonene det skal utøves kritikk mot? Etter ulike faser av institusjonskritikkens historie har kunstnerne, ifølge Corrin, nå returnert til museene, ikke bare som steder de kan protestere mot, men som et format de kan bruke til å skape egne utstillinger eller opptre som kuratorer der de manipulerer permanente samlinger for å utfordre og utforske grensene i museet, og for å adressere samtidige estetiske og sosiale tema (Corrin, 2004, s. 5). I tråd med Bäckströms perspektiver på utstillinger kan man se for seg at denne type samarbeid åpner et annet mulighetsrom for eksperimentell utstillingsutvikling, et essayistisk møte:

Jag ser utställningsbygget som en arbetsplats där olika erfarenheter och kompetenser kan mötas i gränsöverskridande studier och makeri för att utforska och producera ett annat slags kunskapsinnehåll än det som produceras i rent akademiska, museala eller konstnärlige sammanhang (Bäckström, 2016, s. 19).

I Dannevigs tematisering av musealiseringen av institusjonskritikken, peker hun mot deler av det kunsthistoriske feltet som problematiserer utviklingen ytterligere: Hvor går egentlig skillet mellom innenfor og utenfor institusjonene i dette landskapet? Med henvisning til Andrea Frasers artikkel med den oppsummerende

tittelen «From the critique of institutions to an institutio of critique», erklærer den institusjonelle kritikken som død. Når det gjelder utstillingen *Håkon Hacker Museet*, er spørsmålene om hvorvidt den institusjonelle kritikken har blitt, ikke bare profesjonalisert, men òg kommersialisert, ytterligere en viktig problematisering (Bryan-Wilson, 2003, s. 103). Med Randsfjordmuseets tre tidligere nevnte prosjektmålsetninger som bakteppe for igangsettelsen av intervensjonen, peker denne samarbeidsformen unektelig mot en ambivalens der det publikumsorienterte og det kommersialiserte operer med uklare grenser og motiver. Med *Håkon Hacker Museets* visuelle synlighet og tilstedeværelse i sosiale og tradisjonelle medier, kan det være betimelig å løfte frem Dannevig's spørsmål til hvorvidt denne praksisen likevel «har blitt et markedsføringsmiddel for museene» (Dannevig, 2012, s. 36).

Publikum i sentrum – demokratisering eller kommersialisering?

Til lags åt alle kan ingen gjera, sa Ivar Aasen. De statlige museumsføringene vil gjerne prøve likevel. I de to siste stortingsmeldingene for museum har det blitt lagt økende vekt på museenes rolle – nå hovedoppgave – å favne ulike segmenter i samfunnet og skape sosiale arenaer og møtesteder for ulike grupper. «Å formidla kunnskapen dei sit på til ulike brukargrupper, er ei hovudoppgåve for musea. I dette er det sentralt at det som vert formidla, vert opplevd relevant og interessant for alle dei ulike brukarane av musea. I tillegg må musea alltid utfordra seg sjølve på om dei når breidt nok ut, og om mange nok har høve til å ta del i formidlinga» (Meld. St. 23 (2020–2021), s. 57–68). Det statlige pålegget om publikums- og samfunnskontakt følges også opp i tilskuddsbrevet fra Kulturdepartementet som følger med årlige overføringer til driftstilskudd fra statsbudsjettet. I tilskuddsbrevet fra 2021 fremheves «egeninntekter» og «effektiv drift» og «publikumsutvikling» som forutsetninger som følger med statstilskuddet: «Departementet er opptatt av at institusjonene har god kunnskap om sitt publikum og arbeider målrettet for å nå nye brukargrupper». I tillegg: «Alle tilskuddsmottakere skal utnytte sitt egeninntekspotensial».¹⁷

¹⁷ Tilskuddsbrev 2020, Randsfjordmuseets arkiv

Det økende fokuset på publikum og dreiningen mot publikum generelt i museumssektoren, har av forskningsleder ved Tate Museum, Emily Pringle, blitt beskrevet som et skifte, eller en kontinuerlig bevegelse i museumspraksisen. Pringle har vist til at Eilean Hooper-Greenhills begrep om «post-museet» (2019, s. 9) – den postmoderne ideen om det moderne, selvrefleksive fremtidsmuseet som tar opp i seg ny museologisk forståelse, nå er en driver i institusjonene. Gjennom å vise til «mission statements» ved toneangivende museer som TATE og MOMA viser Pringle hvordan diskursen i dagens museumslandskap er «audience-centric»-orientert mot publikum (Pringle, 2020, s. 8). Kunnskapsbasen og forskningsfokuset for denne økte publikumsorienteringen er likevel fraværende, som etterlyst i Stortingsmelding 28. Denne dissonansen mellom uttalte mål og faktisk arbeid får Pringle til å understreke viktigheten av å «minske gapet mellom retorikken av åpenhet og realiteten av uendret praksis og verdisystemer som vedlikeholder status quo» (Pringle, 2020, s. 9, forfatterens oversettelse).

De parallelle forventningene til museet om økte egeninntekter og bredt nedslagsfelt i publikum og målgrupper kan peke mot et dilemma: Er publikumsorienteringen et tegn på at service-økonomien har vunnet, eller er den motivert av en økt vilje til demokratisering av kulturarvsinstitusjonene (Bruce, 2006, s. 131)? Problemstillingen er ikke ny, og ikke nødvendigvis en motsetning, men dannet likefullt utgangspunktet for seminaret *Børs og katedral* som ble arrangert av Norges Museumsforbund i Kristiansand Dyrepark i 2019: «Vil kravet om å nå ut til bredden og fenge, og det som ofte omtales som en ny opplevelseskultur, gå på akkord med kvaliteten på formidlingen? Vil museets kritiske potensial og den komplekse fagligheten som ligger til grunn for museumsformidling med målsetting om livslang læring og meningsskaping, måtte vike plassen for umiddelbare og kortvarige opplevelsestilbud» (Norges Museumsforbund, 2019)? Erfaringene til museumsvertene som møtte publikum på Hadeland Folkemuseum sommeren 2020 kan kanskje tyde på det:

Familiene (som) har vært her forventer mer underholdning. At det er litt mer show, kanskje. Og at de er her for en dagsopplevelse med is og brus og leking. De kunne dratt på Tusenfryd, men så dro de på folkemuseet i dag. Det er mange som har sagt 'oi, vi visste ikke at det var sånn her'. De har blitt positivt overrasket.¹⁸

¹⁸ Gruppeintervju museumsverter, (2020, 27. august)

Museumsvertenes beskrivelse er i overensstemmelse med refleksjonene fra de intervjuede gjestene i dette prosjektet, men også i overensstemmelse med funn fra en serie kvalitative publikumsundersøkelser gjennomført av studenter ved årsstudium for museumsformidling ved Høgskolen i Oslo 2007. Noen av undersøkelsene ble tilgjengeliggjort i publikasjonen «Mange meninger om museene» fra Kulturrådet. I artikkelen «Med tærne i tangen – og museum som siste reserve?» av Heidi Arild (2008, s. 10–25) fortegner publikums bruk av lokalmuseet seg som mer tilfeldig enn aktivt oppsøkende. Museumsbesøk motiveres, ifølge Arild, også av motivatorer i tråd med McIntyres kategorier knyttet til det sosiale og det underholdende. Arild beskriver samtaler med hytteeiere og lokalsamfunn der museet ble oppsøkt som aktiviseringstiltak på «kjedelige, lange regnværsdager» (Arild, 2008, s. 16) eller som destinasjon «når det skjer noe der» (Arild, 2008, s. 14). Fra publikumsundersøkelsen fremgår det tydelig at publikum opplever museene som mindre gode på fornyelse, og at det trengs «en anledning eller en liten dytt for å bestemme seg for å dra på museum» (Arild, 2008, s. 20). Gjestene som ble intervjuet om *Håkon Hacker Museet* oppga også gjennomgående at deres tidligere bruk av Hadeland



Figur 5: Den pensjonerte IT-arbeideren fra Gran kommune, Hans Gunnar Wien, var hovedpersonen i utstillingen "En tilfeldig hadelending". Utstillingen ble laget på én uke, og i museumsbutikken fikk man kjøpt både kaffekopper og buttons med sitater fra Wien. Foto: Håkon Forfød Sønneland.

Folkemuseum knyttet seg til «aktiviteter». De dro til museet sammen med familie og venner når det var arrangement eller en anledning som julemarked, konserter eller familiedager, ikke ellers. Det paradoksale er at publikums beskrivelser av hvorfor de oppsøker museum satt opp mot beskrivelsen av museenes betydning for publikum i kulturpolitiske føringer, er avvikende. Mens publikum legger vekt på aktivitet og hyggelige opplevelser, peker den nylig utgitte Museumsmeldingen (Meld. St. 23 (2020–2021)) på kunnskap som utslagsgivende for hvorfor publikum besøker museene, selv om dette ikke nødvendigvis behøver å være motsetninger.

Museene står overfor underholdningens ambivalens og dilemma. Publikum ønsker underholdning, men museene er ukomfortable med å være underholdningsinstitusjoner og opplever at underholdning og egeninntekter står i motsetningsforhold til faglig integritet. Samtidig kan det være grunn til å gå tilbake til Pringles poeng om behovet for å minske gapet mellom museenes publikumsorienterte retorikk, og museenes faktiske arbeid (Pringle, 2019, s. 9). Museene er påfallende raske til å sette det brede publikumstilbudet i et motsetningsforhold til faglig integritet, før kunnskapsgenererende arbeid med å forstå publikum har blitt tilstrekkelig gjennomført. Den lave andelen publikumsforskning i museene kan tyde på en liten grad av nysgjerrighet i å forstå publikum.

Håkon Hacker Museet benyttet seg bevisst av det man kan kalle kulturelle triggerpunkter –visuelle og verbale markører som påvirker om vi liker eller ikke liker det vi ser – for å nå «folk som ikke går på museum». Dette virket tilsynelatende der det skulle. Som museumsverten påpekte: «Jeg likte det nok ikke spesielt godt. Men så er jo jeg en person som liker å gå på museum».¹⁹ Andre, som tidligere har følt seg fremmedgjort på museer, ga uttrykk for at dette traff dem: «Det er de som har vært veldig positive til *Håkon Hacker Museet*, men som har vært veldig negative til Kistefos, for eksempel. Som kommer hit og sier at Kistefos var helt forferdelig. At det er for lite ren figurativ kunst som de kan forstå. Her kunne de forstå alt, så her var det så fint».²⁰

Til tross for at publikum i større grad enn tidligere brukte museet den sommeren som en attraktiv destinasjon for «showtime» og is, ga gjestene likevel ikke uttrykk for at denne underholdningsdimensjonen sto i et motsetningsforhold til læringsutbytte. Tvert imot var en gjennomgående opplevelse at de hadde «lært

¹⁹ Gruppeintervju museumsverter, (2020, 27. august)

²⁰ Gruppeintervju museumsverter, (2020, 27. august)

noe», og at de hadde vært mer lærerikt enn ved tidligere besøk der det «bare hadde vært gamle hus eller at du kunne ha gått inn med noen sprinkelgjerder og se i taket»²¹ fordi de ble involvert, gjort delaktige i handlingen – og fordi det var gøy. En museumsvert som i utgangspunktet var kritisk til utstillingen, opplevde tilsvarende: «Jeg har mer og mer sansen for det desto mer jeg bruker det i formidling og desto mer jeg forteller om det og ser hvor utrolig godt det treffer unga. Hvor utrolig god hjelp det kan være i formidling å fortelle og illustrere.»²²

I tråd med Museumsmeldingen kan dette leses inn i en demokratisering av kulturarven, vekk fra de innvidde og det elitistiske, over mot en insistering på museenes plikt og ansvar i å tilby formidling på en måte som treffer bredt. Arbeidet for økt publikum kan også leses med en annen innfallsvinkel. Snarere enn den høyverdige demokratimotivatoren, kan det handle om behovet for økt egeninntekt. I en artikkel om det nye musikk-museet i Seattle går artikkelforfatter Bruce langt i å lese dette inn i en kapitalismekritisk retning der museene presses/tvinges til å adoptere noen av de samme «crowd-pleasing»-metodene som kommersielle aktører (Bruce, 2006, s. 129–151).

Dette var gøy, hilsen ‘museumshater’

«Dette var gøy, hilsen ‘museumshater’» sto det på en av de mange lappene gjestene ved *Håkon Hacker Museet* hadde hengt opp på tavla (figur 4). Det var mange slike anmeldelser som ble overlevert oss muntlig og skriftlig den sommeren. «’Dette var moro for unga’, sier de voksne, og så gliser de fra øre til øre. For meg ser det ut som det var moro for unger i alderen 0 til 60», som en av museumsvertene oppsummerte.²³ Blant museumsvertene og de intervjuede gjestene var det ingen museumshatere. Derimot var deres forhold til museet preget av fornuft og følelser – nødvendigheten og verdsettelsen av at museet ivaretar kulturarven, og identitetsfølelsen knyttet til vissheten om at dette arbeidet foregår i *min* region. Entusiasme var det derimot lite av. Folkemuseet ble beskrevet mer som «kulturell

²¹ Intervju, (2020, 19. mars)

²² Intervju museumsvert, (2020, 1. september)

²³ Intervju museumsvert, (2020, 1. september)

tran enn som frivillig vitamininnsprøyting», slik Heidi Arild beskrev fra sin undersøkelse i Tvedestrand (Arild, 2008, s. 20). *Håkon Hacker Museet* ble oppfattet som en forstyrrelse, en underholdende forstyrrelse. I analysen av publikums begeistring er det tydelig at intervensjonen implisitt forstås og beskrives mot et bakteppe av det publikum oppfatter som den eksisterende, tradisjonelle museumsopplevelsen. Begeistringen kan slik sies å romme en implisitt kritikk. En av museets verter beskrev Sønnelands kritikk som en humoristisk, vennskapelig kritikk av «det tørre, det inntørka, det gamle, det tradisjonelle. Det som ikke er dagsaktuelt, det som er kjedelig og det som ikke engasjerer».²⁴ Det var en kritikk publikum uttalt og indirekte så ut til å være helt enig i. *Håkon Hacker Museet* fortøner seg i utgangspunktet ikke som en typisk institusjonskritisk intervensjon dersom man ser etter kritikk av museenes *hvorfor*. Analysert som en kritikk av museenes *hvordan*, museenes formidling, er det tydelig at intervensjonen peker mot en ambivalens i museenes møter med publikum og formidlingsforståelse.

Håkon Hacker Museet var ikke en intervensjon som utfordret museet som kategoriseringsinstitusjon og forvaltere av vårt kollektive minne. «Jeg føler det er en ny og alternativ måte å formidle den samme historien på»,²⁵ som en av museumsvertene påpekte. Randsfjordmuseet er et museum som over flere tiår nettopp har fokusert på å problematisere museenes formidling av majoritetshistorien. Samtidig trenger ikke museenes selvrefleksive undersøkelse av *hvorfor* å stå i et motsetningsforhold til en økt interesse for museenes *hvordan*. Det kan av og til virke slik. Museenes raske skepsis mot at økt publikumsfokus kan bety redusert faglig integritet, at humor og underholdning betyr dårlig læringsutbytte, rommer muligens et dypere problem der museene som offentlige demokratiske steder i for liten grad viser nysgjerrighet overfor sin formidling og sitt publikum. Analysen av publikums opplevelse av *Håkon Hacker Museet* viser tydelig at denne intervensjonen ikke bare kan sies å ha bidratt til å styrke egeninntektene, men viktigere – den har gitt publikum, museumsformidlere og nye brukergrupper en opplevelse av økt læringsutbytte ved museumsbesøket. Skal museene lykkes i å nå et bredt publikumsgrunnlag bør en hovedoppgave i museumsforskningen fremover følgelig være å styrke kunnskap om hvordan formidling kan bidra til bedre publikumsopplevelser som treffer et mer sammensatt og mangfoldig museumspublikum.

²⁴ Intervju museumsvert, (2020, 1. september)

²⁵ Intervju museumsvert, (2020, 1. september)

Referanser

- Arild, H. (2008). Med tærne i tangen og museum som siste reserve? I M. Frøyland, K. R. Håberg & Å. A. Brekke (Red.), *Mange meninger om museene* (s. 10–25). ABM-utvikling.
- Bäckström, M. (2016). *Att bygga innehåll med utställningar*. Nordic Academic Press.
- Bourdieu, P. & Darbel, A. (1990). *The love of art: European Art Museums and Their Public*. Stanford University Press.
- Brekke, Å. A. (2018). *Changing practices. A qualitative study of drivers for change in Norwegian museums and archives*. Doktorgradsavhandling. University of Leicester.
- Bruce, C. (2006). Spectacle and Democracy: Experience music project as a post-museum. I J. Marstine (Red.), *New Museum Theory and Practice: An Introduction* (s. 129–151). Blackwell Publishing.
- Bryan-Wilson, J. (2003). A curriculum for institutional critique, or the professionalization of conceptual art. I J. Ekeberg, (Red.), *New institutionalism*, (s. 89-109). Verksted nr 1, Office for Contemporary Art Norway, Oslo.
- Buden, B. (2009). Criticism without crisis: Crisis without criticism. I G. Ray & G. Rauning (Red.), *Art and contemporary critical practice: Reinventing institutional critique* (s. 33–42). MayFly Books.
- Corrin, L. G. (2004). Mining the museum: Artists look at museums, museums look at themselves. I B. M. Carbonell (Red.), *Museum studies: An anthology of contexts* (s.381-402). Blackwell Publishing.
- Dannevig, R. D. (2012). *Vennligst forstyrr! Museale forstyrrelser på Valdres folkemuseum*. Masteroppgave. Universitetet i Oslo. https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/24312/Dannevig_Masteroppgave.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Engen, L. (2021). Interaktiv sanselig tilnærming til modernistisk skulptur: Fra formidlingspraksis til utstillingskonsept. *Norsk museumstidsskrift*, 7(1), 23–42. <https://doi.org/10.18261/issn.2464-2525-2021-01-03>
- Einarsen, H. P. (2023). "Velkommen til Tomta". Ikke-brukeres opplevelse av det lokale museet. I S. S. Nielsen & T.-A. Skrefsrud (Red.), *Folkemuseene i mangfoldige samfunn* (s. 169-191). Oplandske Bokforlag.

- Fuglestad, R. (22.09.2019) *Hvilke positive muligheter gir en kommersiell kompetanse og private investorer museumssektoren?* Seminarforedrag, Børs og katedral, arrangør: Norges Museumsforbund.
- Fraser, A. (2005, september). From the critique of institutions to an institution of critique. *Artforum*. <https://www.artforum.com/print/200507/from-the-critique-of-institutions-to-an-institution-of-critique-9407>
- Gjerald, R. (2011). Museale forstyrrelser i Forsvarsmuseet. I Å. A. Brekke & S. Slettvåg (Red.), *Balansekunst. Erfaringer fra forsvarsmuseets huskunstnerprosjekt* (s. 32–37). Norsk kulturråd.
- Hylland, O. M. (2017). Museenes samfunnsrolle – et kritisk perspektiv: Om komplekse institusjoner og institusjonell lasteevne. *Norsk museumstidsskrift*, 3(2), 77–91. <https://doi.org/10.18261/issn.2464-2525-2017-02-04>
- Kobbevik, Inger Astri. (2011). En øvelse i demokrati. I Å. A. Brekke & S. Slettvåg (Red.), *Balansekunst: Erfaringer fra forsvarsmuseets huskunstnerprosjekt* (s. 12–25). Norsk kulturråd.
- Larsen, T. (2021, 17. januar). Tid for selvledelse. *Dagens Næringsliv*. <https://www.dn.no/ledelse/ledelse/koronakrisen/disrupsjon/innlegg-tid-for-selvledelse/2-1-943426#:~:text=Mellomlederen%20oh%C3%B8rer%20ohjemme%20p%C3%A5%20museum%20E2%80%93%20lenge%20oleve%20selvlederen.&text=Selvledelse%20er%20evnen%20til%20%C3%A5,trengs%20on%C3%A5%2C%20skriver%20Trine%20Larsen.>
- McIntyre, M. H. (2007). *Audience and What Can Be Done to Attract Them*. Morris Hargreaves McIntyre.
- Musum, M. L. (2020). Friluftsmuseet og kampen om nåtiden: En studie av «Alt for Norge» på Hadeland Folkemuseum. *Norsk museumstidsskrift*, 6(1), 24–44. <https://doi.org/10.18261/issn.2464-2525-2020-01-03>
- Nätt, T. H. (2021). Hacker. *Store norske leksikon*. <https://snl.no/hacker>
- Putnam, J. (2009). *Art and Artifact: The Museum as Medium*. Thames & Hudson Ltd.
- Pringle, E. (2019). *Rethinking Research in the Art Museum*. Routledge.
- Rimbereid, Ø & Åslund, A. (2010). *Georg Johannesen: Femti år med muntlig praksis*. Spartacus.
- Slettvåg, S. & Brekke, Å.A. (2011). Å gå på line utan sikring. I Å. A. Brekke & S. Slettvåg (Red.), *Balansekunst: Erfaringer fra forsvarsmuseets huskunstnerprosjekt* (s. 4–10). Norsk kulturråd
- Walmsley, B. (2011). Why people go to the theater: a qualitative study of audience motivation. *Journal of Customer Behaviour*, 10(4), 335–351.

Andre kilder

- Sønneland, H. F. (29.03.2021). Personlig intervju med Joahanna Nyløy
 Intervju museumsverter. (27.08.2020). Gruppesamtale tre museumsverter, intervjuet
 av Musum
- Intervju museumsvert. (1.9.2020). Enkelt, intervjuet av Musum
- Intervju gjest. (19.03.2020). Par, intervjuet av Johanna Nyløy
- Intervju gjest. (24.03.2020). Par, intervjuet av Johanna Nyløy
- Intervju gjest. (25.03.2020). Enkelt, intervjuet av Johanna Nyløy
- Intervju gjest. (13.04.2020). Enkelt, intervjuet av Johanna Nyløy
- Intensjonsavtale Randsfjordmuseet og Håkon Forfod Sønneland, 17.06.2019
- Mld. St. 23. (2020–2021). *Musea i samfunnet – Tillit, ting og tid*. Kulturdepartementet
- Mld. St. 48. (2002–2003). *Kulturpolitikk frem mot 2014*. Kulturdepartementet
- Norsk kulturråd. *Strategiplan Norsk kulturråd 2006–2009, kulturvern*, hentet fra
 arkivet i Norsk kulturråd, Oslo (08.11.2011)
- Norsk kulturråd. (2006). *Brudd* [Brosjyre] https://issuu.com/norsk_kulturrad/docs/brudd?mode=window&backgroundColor=%23222222
- Prosjektbeskrivelse *Håkon Hacker Museet*. (27.11.2019). Internarkiv, Randsfjordmuseet.
- Tilskuddsbrev (2020). Det Kongelige Kulturdepartement, brev til Randsfjordmuseet
 datert 18. desember 2020.
- Wikipedia (2021). Hacker/datasnok. *Wikipedia*. <https://no.wikipedia.org/wiki/Da-tasnok>