

Kronik i Kristeligt Dagblad 11. juli 2023

## MUSEER SKAL VÆRE FRIRUM FOR FREMTIDENS PUBLIKUM

*Af Rebecca Matthews, Thomas Bloch Ravn og Peter C. Kjærgaard*

*I en tid med stadig mere endimensionalitet og algoritmestyring er det vigtigt, at vi værner om de oaser for mangfoldighed og anderledeshed, der findes. Museerne har her en særlig opgave, navnlig over for de digitalt indfødte generationer, som aldrig har prøvet andet.*

Museer er oplevelse, de er overraskelse, de er eftertanke, de er forundring, de er dannelse, og så er de fællesskab. En slags reservoir for identitet og forankring og for inspiration og forandring. Og så er de ofte også en slags bindeled mellem den enkelte og noget, der er større.

Museerne repræsenterer dermed det diametralt modsatte af den individualisering, endimensionalitet og algoritmestyring, der gennemsyrrer snart sagt alt i vores hverdag. Fra den musik, vi hører, de film og serier, vi streamer, de personer og meninger, vi bliver mødt af på sociale medier, og de reklamer, vi bliver udsat for.

Der er på en måde noget juleaften over Google, Facebook og alt det andet, der via it-ficeringen er blevet en styrende del af vores hverdag. Man får det, som andre har set, man reagerer positivt på. Mere af det, man kan lide, og mere af det, man plejer! Men denne styrede verden rummer kun sjældent noget, der opfordrer os til at tænke nyt. Fællesskaberne er virtuelle, og der er ikke noget, der giver forståelse og skaber empati for dem, der ikke er som os. Vi får, hvad vi tror vi vil have, men meget sjældent det, som vi ikke vidste, vi ønskede os.

De mest udsatte for denne udvikling er de generationer af børn og unge, der så at sige har fået det digitale ind med modermælken, og som derfor aldrig har oplevet, at det kan være anderledes. Skærmens uendelige fascination ligger i dag konstant som en tung dyne over børns og unges liv helt fra vuggestuealderen, og er efter alt at dømme en vigtig årsag til de alvorlige trivselsproblemer, vi ser i dag.

Som direktører for tre af Danmarks største museer er vi derfor ved at revne af stolthed over, at vore museer når ud til børn og unge i titusindvis. Ifølge den seneste opgørelse fra Danmarks Statistik, som dækker året 2022, besøgte 120.000 børn og unge under 18 år dette år Den Gamle By. På andenpladsen ligger Aros med 115.000 og på tredjepladsen Statens Naturhistoriske Museum med 97.000 børn og unge. På de to næste pladser finder man Moesgaard Museum med 88.000 og Louisiana med 74.000. En stor del af børnene og de unge kom som led i skoleundervisningen, men endnu flere kom sammen med kammerater eller med familien.

Vores tre museer er forskellige. Aros fokuserer på kunsten, Statens Naturhistoriske Museum på naturen og Den Gamle By på historien. Men de tre museer har det til fælles, at et besøg også er det, man kalder 'a good day out', hvor vi giver gæsterne en hyggelig, oplysende, berigende, ja morsom totaloplevelse, de husker, og som integrerer aktiv medvirken, læring, engagement, samvær og såmænd også shopping og kaffe og kage. Museerne har 'public quality', som den nu afdøde engelske museolog Kenneth Hudson ville sige.

Selvfølgelig skal museerne opbygge samlinger, de skal bevare, og de skal forske, men udgangspunktet må være gæster og brugere – nu og i fremtiden. Hvordan

inspirerer vi dem, hvordan griber vi dem om hjertet, hvordan sørger vi for at de hygger sig og er sammen, hvordan gør vi dem nysgerrige, så de lukker op for den indsigt, kundskab og erfaring, som museerne rummer? Og hvordan møder de hinanden?

For et kvart århundrede siden kom den amerikanske museolog Stephen E. Weil med denne stærke programerklæring: "Museerne skal flytte deres fokus fra at være *om* noget til at være *for* nogen". Vi tilslutter os til fulde, ligesom vi også bakker op om den daværende direktør for Museum of Liverpool, David Fleming, der i 2013 formulerede museernes opgave på denne måde: "Museerne skal tjene samfundet og ikke bare passe på samlinger af genstande. Museerne skal være socialt ansvarlige og tage fat på tidens store spørgsmål".

Hvis museerne ikke flytter sig, når verden omkring flytter sig, står museerne ikke bare stille, men sækker agterud. Derfor skal vi som ansvarlige ledere løbende spørge: Hvorfor eksisterer dette museum? Hvor relevant er det for det samfund, som det er en del af? Hvad er dets vigtigste opgave? Og hvordan kan man måle dets succes?

Ét svar på disse spørgsmål er, at vore museer skal være frirum for fremtidens publikum. Her er børn og unge en nøgle. Skaber vi i en tidlig alder forståelsen for, hvad det er, museer kan, så er det med til at skabe fundamentet for et mere harmonisk og rigere liv.

Vi ser i disse år en generation vokse op, der kæmper med en ensomhed og social isolation, der er både mere omfattende og dybere, end vi har set tidligere. Ironisk nok så forstærkes udviklingen af de teknologier, der også giver os mulighed for at være bedre globalt forbundne end nogensinde før. Men på børneværelserne, kollegieværelserne og i ungdomsboligerne vokser udfordringerne, og vi ser mere og mere mistriivsel. Og så er det næsten ikke til at bære, at vi ser en lignende mistriivsel og ensomhed i ældre generationer. Altsammen forstærket af den globale pandemi, som vi har været igennem.

Spørgsmålet er så, hvad vi som museer og kulturinstitutioner kan gøre?

Jo, for det første skal vi fastholde museernes troværdighed. Både danske, amerikanske og senest svenske undersøgelser dokumenterer, at museer nyder overordentlig stor tillid, og folk ser museerne som en langt mere troværdig kilde til information end fx massemedier, NGO'er, universiteter, offentlige myndigheder og politikere. 'Alternative facts' og 'fake history' hører ikke hjemme på et museum.

For det andet skal museerne også fortsat vise det anderledes, det som giver anledning til undren, til nye tanker, til modsigelse, ja måske afstandtagen, og derved prikke til gæsternes vante virkelighedsopfattelse og tankegang.

For det tredje skal museerne være ramme om fællesskab. Når vi i corona-årene var så mange, der længtes efter, at musiksteder, biografer, museer, teatre, fodboldstadions, kirker og andre kulturformer atter skulle åbne, var det ikke kun fordi vi savnede det konkrete kulturindhold. Det var det selvfølgelig også. Men det var nok så meget, fordi vi savnede at være sammen og opleve noget virkeligt.

Den amerikanske kulturanalytiker Colleen Dilenschneider har undersøgt, hvad amerikanerne oplever som det bedste ved et museumsbesøg. Langt de fleste, nemlig hele 40 pct, svarer, at det vigtigste er at være sammen, mens forbavsende få nævner udstillingerne (16 pct) og det at lære noget nyt (10 pct).

USA er ikke Danmark, men en dansk undersøgelse vil næppe give et væsentligt anderledes resultat.

Endelig skal museerne også give gæsterne en følelse af at være en del af noget, der er større end dem selv. Det har at gøre med historien, det åndelige, verdensaltet. Denne, museernes dybeste værdi, er ikke så let at sætte ord på. Akkurat som det er svært at formulere værdien af en nyudsprunget bøgeskov, et stort menneskeværk, et strejf på kinden fra én, man holder af, eller en begravelsessalme ved kisten i kirken.

Når museerne er bedst, er de steder, hvor de besøgende kan føle sig hensat til en anden verden, steder hvor de kan se og opleve noget, der er forskelligt fra deres hverdag - og hvorfra de, forhåbentlig, kan bringe noget med tilbage til nutiden og deres egen virkelighed.

Ikke mindst derfor er vi stolte over, at vore tre museer ligger i top, når det drejer sig om at række ud til børn og unge. Det forpligter, og vi er parate til at tage ansvaret på os.

*Kronikkens forfattere er museumsdirektører for henholdsvis Aros, Den Gamle By og Statens Naturhistoriske Museum.*