- 148 **Graham Black: The Engaging Museum. Developing Museums for Visitor Involvement. First published 2005 by Routledge, Abingdon, Oxon. Reprinted 2006. ISBN 13 978-0-415-34557-6. 308 sider.**

I junglen af nye museologiske bøger stikker "The Engaging Museum", skrevet af Graham Black, senior lecturer i Museum and Heritage Management på Nottingham Trent University, ud. Det er ganske enkelt en fremragende bog om museer og publikum, som det vil være relevant for folk på alle niveauer i museumsverdenen at læse. Graham Blacks egen baggrund er primært kulturhistorisk, men bogen vil have lige stor relevans for både naturhistoriske, kulturhistoriske, arkæologiske og kunsthistoriske museer. Ved siden af sit arbejde ved universitetet fungerer Graham Black som udstillingskonsulent og har vundet adskillige priser for sine udstillinger, heriblandt Gulbenkian Prize, som er en årlig museumspris i England på £100.000.

Graham Black indleder bogen med at skitserer, hvorledes museers rolle traditionelt har været at indsamle, opbevare og konservere genstande og kunst. På museerne foregår forskning i samlingerne, som derefter formidles til publikum, gennem hvad han kalder "belærende" udstillinger. Museets arkitektur understreger ofte et hierarkisk forhold mellem museum og publikum, hvor bygningen er som et helligt tempel, hvor det taknemmelige publikum kan se og lære i sale fulde af montrere, afstandsmarkeringer, vagter og "ikke røre" skilte.

Meget har imidlertid ændret sig i England de sidste to årtier. Der er kommet nye krav til og forestillinger om, hvad museer er og kan være. Ændringerne kan spores på tre niveauer.

For det første er der kommet et nyt pres "oppefra", idet offentlige tilskud er forbundne

med regeringens politiske mål om livslang læring, tilgængelighed for alle, at museer skal etablere indkomstgivende aktiviteter, og at de har et ansvar for at deltage i den lokale, sociale og økonomiske udvikling.

For det andet er der et nyt pres "nedefra", i form af øget konkurrence med oplevelsesindustrien om gæsternes fritid, et højere uddannelsesniveau blandt befolkningen og publikums øgede forventninger om at være aktivt deltagende under et besøg. Internettet kan i dag levere meget af den viden som tidligere var unik for museerne, og der er øgede forventninger og krav fra publikumsgrupper, som tidligere var marginaliserede og ekskluderede fra museerne.

For det tredje er der internt i branchen en ny erkendelse af, at publikum ikke kun er én gruppe men en mangfoldighed af grupper. Der er kommet en ny indsigt i, at publikummer har forskellige behov og læringsstile, som der kan og bør tages højde for. Museumsfolk viser en stigende interesse i, hvordan museer kan spille en rolle som partnere i lokalsamfundet og en tro på, at museer har potentialet til at berige hele befolkningen. Passionen for selve genstandsområdet og ønsket om at formidle det ligger som en grundlæggende drivkraft under museumsansattes indsats.

Graham Black hævder, at fremtidens museer bør fokusere på sit publikum og den rolle museerne spiller i samfundet. Museerne bør se publikum som partnere i et fælles forehavende. Et væsentligt skridt i denne retning vil være at opføre sig kun at være produktorienterede (udstillingsorienterede) og i stedet blive publikumscentrede. Museerne bør medtænke gæsternes personlige kontekster og museumsbesøgets holistiske natur.

I bogen beskrives en trestrengt strategi i museernes forhold til publikum, som går ud på 1) at gøre sig interessant og synlig i forhold til

flere publikumstyper gennem PR og anbefalinger; 2) at gennemtænke, hvorledes man etablerer en oplevelsesramme for publikum, så de føler sig velkomne og parate til at forholde sig til udstillingerne; 3) at skabe produkter med mange forskellige slags engagerende formidling.

Bogen er delt op i fire dele, bestående af teoretiske og empiriske studier, og afsluttes med cases fra den engelske museumsverden.

Første del undersøger, hvad man ved om publikum – deres behov, forventninger og motiver. Det handler både om kernepublikum og den brede gruppe af potentielle gæster. Han præsenterer allerede tilgængelige publikumsundersøgelser, primært fra USA og Australien, som viser publikums ønsker, motiver, oplevelser, forventninger og reaktioner på museumsoplevelser. Han præsenterer nye trends inden for fritidsområdet og afslutter med analyser af hvilke barrierer, der forhindrer visse publikumstyper i at komme på museerne – og bud på, hvorledes disse barrierer kan fjernes eller reduceres.

Anden del koncentrerer sig om de faktorer, som kan have indflydelse på gæsternes dagsordener før og under et besøg. I kapitlet diskuteres det, hvorledes man synliggør museet for potentielle gæster – museers image og PR og hvilke signaler disse sender. Der tales om betydningen af kvaliteten og signalerne i museernes service. Helt centralt betones igen og igen betydningen af, at gæsterne føler sig velkomne og godt tilpas med stedet og personalet de møder.

Tredje del fokuserer på museerne som læringsinstitutioner, og den store udvikling der er sket i England de sidste 20 år, hvor formidling er kommet i fokus med gennearbejdede skoleprogrammer, sociale programmer, lokale programmer etc. I kapitlet gennemgås en række af de væsentligste læringsteorier, hvilken indflydelse de kan have på, hvorledes udstillinger

kan/bør være samt forslag til, hvorledes arbejdet med skoler kan forbedres.

Fjerde del ser på, hvorledes man kan lave publikumscentrerede udstillinger. I erkendelse af, at gæsterne let kan finde viden om alt muligt i bøger, film og på nettet er det den sanselige oplevelse, der må være i fokus ved et museumsbesøg. Med udgangspunkt i egne og andres erfaringer gennemgås publikums fortolknings- og oplevelsesstrategier, og der gives konkrete bud på, hvordan man kan operationalisere museer med henblik på at opnå at skabe publikumscentrede udstillinger.

Der er i bogen mange gode cases og pointer. De mange konkrete data og historier gør den underholdende og let at læse. Der er til tider lidt overlapninger mellem de forskellige temaer i kapitlerne – hvilket er forståeligt i lyset af, at museumsoplevelsen jo netop er en holistisk, kompleks oplevelse bestående af mange forskellige faktorer. Graham Black har heldigvis indført opsummeringer efter hver del, således at man overordnet kan følge bogens idé. Der er små skønhedsfejl – f.eks. kommer han til at give John Veverka æren for Pine & Gillmores oplevelsesmodel. Men bogen er alt i alt meget overbevisende med den store konkrete datamængde og referencer, som præsenteres samt de konkrete bud på, hvad man faktisk kan gøre som museumsinstitution. Lad hele personalet på museet læse den og diskutere den!

Karen Grøn. Museumsinspektør, formidlingsansvarlig, Kunstmuseet Trapholt, Danmark. Adresse: Kunstmuseet Trapholt, Æblehaven 23, 6000 Kolding, DK.

1. oktober 2006 til 1. april 2007: Research Associate at Art, Design and Museology, Institute of Education, University of London.

E-mail: kg@trapholt.dk.