

Formidlingsstrategi for Nationalmuseet

Nationalmuseet er Danmarks kulturhistoriske hovedmuseum og hører til under Kulturministeriet.

Nationalmuseet er omfattet af i Museumsloven af 2001.

Vision

Nationalmuseets formidling skal være vedkommende, dialogskabende, tidssvarende og innovativ på internationalt niveau.

Målsætning

Museets formidling skal baseres på museets viden, samlinger og forskning og inddrage det omgivende samfunds ønsker. Nationalmuseet skal placere kulturarven i et nutidigt perspektiv med henblik på at give stof til eftertanke og refleksion.

Museet skal formidle tolkning og forståelse af historiske sammenhænge mellem

- *samfundsstrukturer og forandringsprocesser*
- *kultur og identitet*
- *menneske og miljø*

Ny indsigt, aktualisering og forståelse af kulturhistorien og forskningen skal formidles gennem udstillinger, trykte og digitale medier, aktiviteter og undervisning til et nationalt og internationalt publikum.

Strategi

Formidlingen skal placere museet i en central rolle som klangbund for samfundets kulturhistoriske hukommelse på inspirerende og opsøgende vis. Strategien skal udvikle museets kompetencer og medvirke til at styrke kontakten og dialogen med museets brugere.

Fokusområder:

- I. fremme kommunikationen mellem museet og samfundet;*
- II. styrke relationerne til eksisterende brugergrupper og tiltrække nye;*
- III. udvikle formidlingsformerne;*
- IV. videreudvikle museets undervisningsvirksomhed;*
- V. integrere museets formidling i nationale og internationale samarbejder;*
- VI. styrke formidlingen ved at udnytte museets faglighed på tværs af enheder og kompetencer;*
- VII. styrke og profilere museets interne og eksterne kommunikation;*
- VIII. formidle gennem salg af vores tjenesteydelser og rådgivning.*

Ad I. Fremme kommunikationen mellem museet og samfundet

Med udgangspunkt i samlingerne og deres historiske perspektiv skal museet være en aktiv medspiller i samfundet. Formidlingen skal være aktuel og vedkommende og kunne reagere hurtigt på samfundsændringer og møde konkurrencen fra andre kultur-, medie- og formidlingsinstitutioner.

Ad II. Styrke relationerne til eksisterende brugergrupper og tiltrække nye

Museets publikum skal afspejle Danmarks befolkningssammensætning og tiltrække flere internationale gæster.

Ad III. Udvikle formidlingsformer

Museet skal både fastholde og eksperimentere med udstillings- og aktivitetsformer og iværksætte forskning i formidling og brugerkommunikation omfattende både sprog og visuelt udtryk

Ad IV. Videreudvikle museets undervisningsvirksomhed

Undervisning til alle uddannelsesniveauer skal placere museet i relevante sammenhænge med henblik på at sikre et både oplevelses- og lærerigt museumsbesøg samt etablere museet som rum for "livslang læring". Tilbuddene forholder sig til læreplaner, den fagligt pædagogiske udvikling og den offentlige debat om undervisning.

Ad V. Integrere museets formidling i nationale og internationale samarbejder

Nationalmuseet skal være initiativtager til såvel nationale som internationale samarbejdsprojekter med museer, forskningsinstitutioner og virksomheder inden for museets formidlingsområde.

Ad VI. Styrke formidlingen ved at udnytte museets faglighed på tværs af enheder og kompetencer

For at optimere procesforløbet fra "idé til produkt" internt, skal der opbygges en infrastruktur der effektiviserer proces- og serviceforløb.

Ad VII. Styrke og profilere museets interne og eksterne kommunikation

En målrettet, entydig og forståelig kommunikation internt og eksternt skal bidrage til smidig administration og til at gøre museet kendt og værdsat. Det skal sikres, at kommunikationspolitikken, der angiver de kommunikative sigtelinier, herunder praktiske procesforløb, realiseres.

Ad VIII. Formidle gennem salg af vores tjenesteydelser og rådgivning

Nationalmuseets museumsbutikker/salgssteder skal understøtte, styrke og supplere formidlingen gennem salg af relevant litteratur og varer, der kan bidrage til en nærværende og lødig uddybning af museumsbesøget og medvirke til, at museumsoplevelsen huskes som noget godt.

Juni 2010
Direktionen