

# Landbrugshistorie på nettet

Af Charlotte S H Jensen

**Det er vanskeligt, og vel heller ikke helt rimeligt, at sætte sig til doms over en hel museumstypes formidling. I stedet for et skråsikkert svar på hvad landbrugsmuseerne gør rigtigt og forkert, rummer denne artikel nogle iagttagelser og forslag til udviklingsmuligheder fra landbrugsmuseernes virtuelle formidling**

Ordet landbrugsmuseum<sup>1</sup> er beskrivende, og bærer i sig en formidling af museets indholds- og genstandsområde. Men hvad indeholder et landbrugsmuseum? Hvilke associationer giver begrebet? Lyder det som bredt tilbud med appel til mange, også de alment historisk interesserede? Lyder det som et mere fokuseret, mere snævert defineret sted, der kræver særligt kendskab eller specialiseret forhåndsinteresse fra den besøgendes side? Det kunne bl.a. være kendskab til enten til landbrug og/eller historie.

At besøge et museum giver umiddelbare og let forståelige oplevelser fx af nostalgisk eller æstetisk karakter. Men museumsbesøget stiller også krav om tilegnelse af ny viden. Bag enhver udstilling står personer og institutioner, som på baggrund af en faglighed ønsker at formidle bestemte budskaber og refleksioner til gæsterne. På denne måde stilles gæsten overfor krav om abstraktion, indlæring, og læsning af en del tekst.

Lever landbrugsmuseerne op til denne forventning, eller forsøger de at skabe et andet billede af sig selv overfor de potentielle gæster? En oplagt mulighed er at betragte landbrugsmuseernes www-præsentationer for at få et indtryk. Så hvordan præsenterer landbrugsmuseerne sig selv?

## **Landbrugsmuseerne på nettet**

Hjerl Hede modtager brugeren med personer i gamle dragter, suppleret af budskabet om mulighed for at deltage i forskellige, især børnerelaterede, aktiviteter på museet.

Andelslandsbyen Nyvang tilbyder en stemningsskabende hjemmeside med lidt utraditionelle farver, der skifter mellem årtiderne. "Rejsen til oldefars tid" er museets poetiske slogan. Den Fynske Landsby lader i høj grad tidsrejsen og oplevelser for hele familien stå i centrum.

---

<sup>1</sup> Som landbrugsmuseer forstås i denne sammenhæng alle museer, der som hovedemne formidler landbrugets og landboernes kulturhistorie.

Karakteristisk er brug af mange billeder af personer i gammeldags dragter, og tit fotograferet i situationer, hvor de demonstrerer gamle håndværk og arbejdsgange i fortidens landbrug. Børn er også hyppige motiver på billederne. Der er i reglen tale om nutidige børn som "leger med fortiden", klapper dyrene eller deltager i forskellige undervisnings- eller undervisningslignende situationer.

Frilandsmuseet i Lyngby er et af flere frilandsmuseer<sup>2</sup>, og præsenteres som en integreret del af NM's hjemmeside. Også her har museet et slogan for sin virksomhed: "På landet midt i byen". Og også her er der lagt vægt på lækre billeder af den fortid, som museumsgæsten kan komme på besøg i. Omtale af særlige aktiviteter – ikke mindst for børn – samt nyheder og beskrivelse af de enkelte huse indgår også i sidens tilbud.

Museumsbesøget står som en tidsrejse ind i en konstrueret fortid. Men naturligvis en fortid, som kun delvist er konstrueret, eftersom genstandenes autencitet og museumsbegrebet borger for kvaliteten. I denne forbindelse kan det være værd at påpege, at en mere bevidst og konsekvent brug af det statsanerkendte "S" måske burde overvejes.

Dansk Landbrugsmuseum har en mere nyhedspræget præsentation. Der er omtale af aktuelle udstillinger, men fx også opfordringer til dialog og interaktion: interesserede kan hjælpe museet ved at respondere på forskellige efterlysninger.

### **Hvad er et "museum" i den almindelige bevidsthed?**

Begrebet "landbrugsmuseer" kan forstås meget bredt, og i befolkningen, og som alment begreb, vil det næppe kunne begrænses til kun at dække statsanerkendte museer med ansvar i landbrugspuljen. En række private og stærkt specialiserede samlinger ville også kunne rummes i en mere folkelig anvendelse af begrebet. Og skelner den almindelige museumsgæst mellem forskellige typer af museer? Næppe. Derfor kan også fx de forskellige samlinger af veterantraktorer, landbrugsmaskiner m.m. med en vis ret omtales som hørende til gruppen af landbrugsmuseer. Disse samlinger er genstand for en ikke ringe interesse og her befinder man sig tydeligt i en stærkt specialiseret og passioneret verden, hvor forkundskaber, teknik og detaljer indtager en væsentlig position i formidlingen.

### **Hvem er det for?**

---

<sup>2</sup> I denne kontekst er "frilandsmuseer" selvsagt også landbrugsmuseer, men betegnelsen anvendes for at anskueliggøre det særlige focus omkring bygningshistorie samt de specielle formidlingsmæssige muligheder som museer under åben himmel har.

Hvem er landbrugsmuseerne for? Efter en rundtur til de forskellige hjemmesidepræsentationer er det oplagte svar: "børnefamilier" og "maskininteresserede". Netop profileringen af tilbud til børnefamilier er én af de formidlingsopgaver, som landbrugsmuseerne tydeligt bruger mange ressourcer på.

Ingen, der har besøgt en landbrugsmuseal hjemmeside kan være i tvivl om, at det kunne være en idé at tage sin børn med hen på museet, og at der sandsynligvis vil være formidlingsmæssige tilbud specielt rettet til aldersgruppen 6-10 år. De sæsonbestemte tilbud, fx til påske, efterårsferie etc. antyder, at museerne er værd at besøge flere gange om året. Og netop for landbrugsmuseer er der naturligvis en særlig pædagogisk pointe i at følge årets og dermed arbejdslivets gang i fortidens rurale Danmark.

Museernes samlinger og navnlig særudstillingerne fremhæves også på markante pladser. Det er både logisk og forståeligt, eftersom besøgstal er et vigtigt parameter, når museernes virksomhed skal måles og vejes.

### **Er museet kun et fysisk sted?**

Der er, måske ikke overraskende, mange fællestræk i den måde som landbrugsmuseerne præsenterer sig selv og deres tilbud på. De fleste viser som nævnt muligheden for at rejse i tiden, opleve andre miljøer og tidsaldre.

Der er også en koncentration omkring det fysiske museum. Museet er et helt konkret sted, hvor man kan gå hen hvis man er interesseret. Desuden er der en focusering på det man kunne kalde den "midlertidige oplevelse", fx særudstillinger og aktuelle – evt. årstidsbestemte - aktiviteter af forskellig art.

Men hvad nu, hvis man fx er en bil- og barnløs bybo? Oplevelser for hele familien, dyr og børnearrangementer har naturligvis størst interesse for dem der har børn. Både disse tilbud og museets særudstillinger er kun interessante for dem, der også rent geografisk og transportmæssigt har museumsbesøget som en reel mulighed. Landbrugsmuseer ligger i reglen ude på landet, og derfor skal et besøg virkelig være ønsket og detailplanlægges for den gæst, der er henvist til offentlig transport.

Det er helt reelt - og dertil aldeles nødvendigt - at fokusere på bestemte og veldefinerede grupper, som museet ønsker at tiltrække ved hjælp af særlig annoncering, særligt udviklede arrangementer og tilbud. Det er umuligt at henvende sig til alle i samme grad, med samme intensitet og at servicere alle på én gang. Men netop på nettet er der, både på museets egen side og ved samarbejde med andre, mulighed for at skabe bredere kontaktflader, dvs. også til

de grupper, der af forskellige årsager ikke står i centrum for "besøgsmålgruppen". Hvad interesserer offentligheden sig for og hvordan kan dette bibringes en "landbrugsmuseal" vinkel?

### **En del af verden – også virtuelt**

For at øge mulighederne for mediekontakt er det vigtigt at skabe sig en kontinuert plads i både mediernes og offentlighedens bevidsthed. Der er ingen patentløsninger, men et godt forslag er at vise, at man er en institution, der forholder sig aktivt til verden omkring. At man også på nettet møder verden uden for museet i øjenhøjde, ved at interessere sig for de samme ting som alle andre er optagede af, og på en måde, som ikke er ekskluderende for ikke-fagfolk. En kulturinstitution har brug for at være en del af den verden, som alle andre lever i og forholder sig til, dvs. at diskutere, kommentere og perspektivere de emner, som alle andre forholder sig til. Mulighederne spænder vidt: microsite på ens egen eller andres websites, e-omvisning, e-udstilling.... kun fantasien (og ressourcerne) sætter grænser.

Nettet giver mange muligheder og er, i modsætning til hvad man ofte hører, ikke noget flygtigt medie. Tværtimod. På nettet bliver ens anstrengelser stående og kan googles, når fx en journalist, skoleelev, lærer – eller blot et historieinteresseret menneske - har behov for oplysninger om et emne, et tema eller en begivenhed.

For at formidle landbrugshistorie og landbrugsmuseer er det en væsentlig faktor at være en synlig og kontinuerlig del af offentlighedens bevidsthed om, hvilke institutioner, der kan fungere som vidensressourcer, locations for diverse tiltag m.m. Medierne skulle fx gerne kunne finde også landbrugsmuseerne som relevante og åbne ressourcesteder, når der er behov for oplysninger om en begivenhed eller et emne.

Et eksempel på et – desværre ret alvorligt – emne som hele verden diskuterer, og som er helt usynligt på landbrugsmuseernes websites i efteråret 2005 er fugleinfluenza. Blot et hurtigt kig i Google Zeitgeist afslører, at fugleinfluenza ("bird flue") hørte til de mest brugte søgeord i denne periode. Og der kunne være rige muligheder for at perspektivere et emnekompleks som dette på en landbrugsmuseal hjemmeside: Har man også kendt sygdomme af denne type før? Hvad gjorde man, når hele fjerkræbesætninger, fx tilbage i 1920'erne og 1930'erne blev ramt af sygdomme? Er de store fjerkræbrug egentlig noget nyt eller gammelt – og hvordan var det med hønserier og hønsehold før i tiden?

### **Ud til flere virtuelle målgrupper**

Udover de midlertidige og aktuelle emner, er der naturligvis også en lang række emner, som giver mulighed for at række ud til forskellige målgrupper, og rammer ind i forhold til allerede eksisterende interesser:

- Økologi, bæredygtig og etisk produktion, dyrevelfærd, oprindelige racer og vækster.
- "Smagsprøver": Landbrugsprodukter er noget vi spiser, så hvorfor ikke opskriftssider: Husmandskost i ny forklædning. Focus på enkle, hurtigt tilberedte retter af oprindelige, gode råvarer, stjernekokkes bud på brug af gamle produkter, konkurrencer om "oldemors"-opskrifter – etc.
- Forædling: "Danmarks bedste, største...rødbede, gulerod, pastinak... af de gamle sorter
- Skærehaven: Ældre blomstersorter, indretning af skærehaver – bind og sammensæt buketterne som på bedste-, olde- og tipoldemors tid.

En meget oplagt måde at gøre sit emnefelt kendt på, er at samarbejde med andre, fx landbrugets medier og organisationer men også med andre museer, ABM-institutioner og steder hvor man måske ikke umiddelbart ville vente at finde landbrugshistorisk interesse. Til gengæld kan der være interesse for emner, der kan bibringes en landbrugshistorisk vinkel. Dette kan fx ske ved at levere stof til andre medier, eksempelvis elementer, som vises på andre websites.

### **En del af det personlige ståsted**

Der findes også en lang række allerede historieinteresserede grupper, som det burde være muligt for netop landbrugsmuseerne at række en virtuel arm ud til, fx slægtsforskere og lokalhistorikere. Både genealogi og lokalhistorie handler om en stærkt personlig, men også meget aktiv brug af historie. Og netop disse grupper er overordentligt aktive netbrugere.

Efterhånden som verden bliver mindre – men også mere kompleks – kan en helt konkret og nær viden om et eget ståsted måske være med til at give fastere grund under fødderne. Dette var i hvert fald én af de pointer, som den svenske kulturminister Leif Pagrotsky nævnte, da han i sommeren 2005 åbnede de svenske slægtsforskerdage, som blev holdt på Göteborgs Museum. Slægtsforskerdagene var et arrangement, som trak fulde huse, og hvor flere hundrede mennesker ganske enkelt måtte gå hjem igen, da man til sidst ikke kunne lukke flere ind på Göteborgs Museum, som var vært for arrangementet. Pagrotsky sagde bl.a. at "*Frågan om identitet är alltid aktuell. Kanske blir det ännu viktigare i den utveckling vi är en del av just nu, med globalisering, en ständigt pågående rörelse över världen. Kanske blir det då allt viktigare för oss, att få tag i vår historia: för att få syn på oss själva, i nuet.*"

For den slægts- og familiehistoriske interesse handler det med andre ord om at få redskaber til at håndtere nutiden med. Nøjagtigt den samme udtalelse kunne gælde for lokalhistorikeren som (re)konstruerer et kulturelt landskab og befolker det med fortidens mennesker, udviklingstendenser og problemstillinger.

Både genealogi og lokalhistorie har sandsynligvis et betydeligt potentiale. Der er endnu ikke udarbejdet større danske undersøgelser, som for alvor diskuterer hvilke emner, som kunne give ikke-brugere lyst til at frekventere ABM-institutionerne. Men der findes et fingerpeg fra Storbritannien, hvor den stedlige AMB-styrelse i 2003 gennemførte undersøgelsen "Listening to the Past, Speaking to the Future".

Undersøgelsen handlede ikke om museer, men om en institutionstype, som traditionelt har endnu sværere med synlighed, nemlig arkiver. Undersøgelsens focus var arkivernes ikke-brugere. Arkiver er formodentlig den institutionstype i ABM-gruppen som er mest krævende at benytte, eftersom det umiddelbare oplevelsesaspekt er stort set fraværende for arkivbrugerens set i forhold til museumsgæsten.

Alligevel giver undersøgelsen dog også et indtryk af forventninger og interessepotentiale, som kunne være relevant for andre vidensinstitutioner. I "Listening to the Past, Speaking to the Future" blev ca. 1.700 ikke-arkivbrugere spurgt, og det viste sig, at hele 44% egentlig godt kunne forestille sig at bruge et arkiv for at gå i gang med slægtshistorie. Næsten lige så mange (37%) ytrede interesse i lokalhistorie, som også er en vigtig del af identiteten. Kun 20% af de adspurgte var aldeles urokkelige, og kunne under ingen omstændigheder forestille sig at sætte deres ben på et arkiv.

Der er ikke udformet undersøgelser af danske ikke-brugeres ønsker, men intet tyder på, at interessen for eget ståsted og baggrund er mindre her. Denne interesse griber ind i forhold til landbrugsmuseernes muligheder, al den stund de fleste af os trods alt har rødder netop i landbosamfundet, dets verden, bygninger og traditioner.

## **ABM**

I forhold til de øvrige ABM-institutioner er der særlige muligheder for at udvikle meningsfulde samarbejder, hvor de forskellige institutioner beriger resultatet med hver deres styrker. Fortiden har kun sjældent organiseret sig så praktisk, at information, viden og oplevelser er at finde i kun én institutionstype. Der er næppe lavet undersøgelser, som beviser det, men det er formentlig de færreste brugere, som er interesserede i en bestemt institution eller institutionstype. En interesse gælder i reglen materien og ikke den organisatoriske ramme.

Historien og oplevelsen omkring den er drivende, ikke hvilken institution(stype) der tilfældigvis af historiske årsager kan tilbyde den. Arkiver, biblioteker og museer kan med fordel tænke udvikling af ressourcer sammen, uanset om målgruppen er skolebørn, familier, genealoger eller landbrugshistorisk interesserede.

De tre institutionstyper har forskellige forcer, og der er forskellige incitamenter, som driver brugerne. Det er altid vanskeligt at generalisere, men der er nuanceforskelle på det hovedtilbud eller "grundydelse" som karakteriserer ABM-institutionernes selvforståelse, og som de møder brugeren med. Museets primære formidlingsform er udstillingen, arkivet stiller originale arkivalier og læsesalspladser til rådighed og biblioteket lader brugeren finde samt hjemlåne trykt litteratur.

De fleste arkivbrugere vil typisk søge en form for egen-erkendelse om fortiden. En situation, hvor vedkommende selv, på baggrund af originale kilder, opdager og indser nye sammenhænge eller "sandheder" om fortiden. En biblioteksbruger vil, som hovedformål, have ønsket om at finde litteratur, som i en formidlet form præsenterer forskellige fakta, oplysninger, kilder etc. i en sammenhængende udredning eller fortælling om fortiden. De fleste museumsgæsters primære ærinde er oplevelsen, at se og sanse genstande, miljøer m.m. fra fortiden.

<b>Arkiv</b> Erkendelse Viden Oplevelse	<b>Bibliotek</b> Viden Erkendelse Oplevelse	<b>Museum</b> Oplevelse Viden Erkendelse
--	--	---

Naturligvis kan erkendelse opstå på baggrund af litteratur, en udstillingstekst kan bibringe ny viden og arkivbrugerens oplevelse kan være stor, når hun eller han sidder med et dokument, som fx Christian den Fjerde selv har underskrevet. Men hovedessensen i de respektive institutioners tilbud er forskellig, hvilket er en overordentlig styrke i formidlingsmæssig kontekst.

ABM behøver ikke kun at fortolkes som tilgængeliggørelse og samsøgning i databaser. Det er både organisatorisk og teknisk krævende. ABM kan også være at behandle et historisk emne i fællesskab, ud fra hver sine styrker. Med udgangspunkt i brugerens indgangsvinkel burde kunne give et helt særligt resultat. Og åbne de respektive institutioners kernebrugerens øjne for de kvaliteter, som findes i materiale fra de øvrige institutionstyper.

### **Tilfredshed, forventninger**

På mange museer udarbejdes der brugerundersøgelser, hvilket er et rigtig godt redskab til at lære sine nuværende museumsgæster at kende. Hvor kommer de fra, hvor gamle er de, hvor har de hørt om museet, kommer de alene eller sammen med familien – har de ris eller ros til stedet?

En anden måde at udarbejde undersøgelser på, som bl.a. MLA i Storbritannien har været eksponent for, er den undersøgende og fremadrettede brugerundersøgelse. Har gæsten lært noget nyt – som vedkommende IKKE vidste om institutionen eller om det emne, der er i focus for den formidling, vedkommende har oplevet? Hvilke udstillinger kunne gæsterne tænke sig at se i fremtiden? Hvilke aviser og ugeblade læser de? Hvad interesserer de sig for, når de altså ikke lige er på museum? Ved denne type undersøgelser opsamles viden, der ikke kun afspejler nutiden – men også rækker ind i fremtiden og fortæller om nye krav og forventninger kan være rigtig gode redskaber, når nye tilbud og produkter skal udvikles, såvel analogt som virtuelt. Sådanne – meget små – undersøgelser kan også let gennemføres på museernes hjemmesider, fx ved hjælp af gratisteknologier som gratis afstemninger m.m. Selvom sådanne resultater selvsagt skal tages med et gran salt eller to, kan de udmærket tjene som vejlede redskaber til udvikling af nye sider og tilbud på nettet.

### **Mød museet – og de andre gæster**

Nogle af de udviklingsperspektiver, som kunne tegnes for landbrugsmuseernes hjemmesider er dels en højere grad af dialog og mulighed for kontakt med brugerne. Det kunne såmænd også blot bestå i en simpel mailto-funktion, hvor netgæsten kan sende en e-mail med forslag til nye webtemaer. De modtagne forslag kunne så lægges ud på siden med passende mellemrum.

Andre oplagte – og ikke teknisk krævende - muligheder består i at tilbyde ressourcer og information, som går ud over beskrivelse af samlinger, særudstillinger og åbningstider/kørevejledninger. En museal hjemmeside kan række ud til alle de, der af forskellige årsager – fx geografiske – sjældent kommer på stedet. Og den kan gøre det på en måde, som giver alle lyst til at besøge stedet. I stedet for kun at beskrive samlinger, udstillinger og aktivitetstilbud i generelle vendinger, kan man også vise oplevelsen og formidle de historier om både fortid og nutid, som stedet rummer. Hvordan er det fx at være museumsvært i kostume? Hvad er det for personer, der kommer på museerne – og hvorfor synes de, at det er sjovt? Hvordan ser museet, og dets tilbud ud gennem brugerens øjne?

### **Gør museet levende på nettet**

En væsentlig, og ikke nødvendigvis teknisk vanskelig, opgave er at gøre mennesker og brugere levende. Der er naturligvis mange muligheder for at gøre indtrykket endnu mere



levende, video, flash, lydfiler – etc. Men så avanceret behøver det nødvendigvis ikke at være. Man kan starte med at fortælle historierne i stedet for at præsentere fakta og oplysninger.

Når vi i dag tænker på "landbosamfundet" kan der være en god portion nostalgi blandet i det. Hvis det ikke er noget med teknik, maskiner og dyrkningsformer – så er det noget med Poul Reichardt, der går syngende gennem en bølgende kornmark for at møde Tove Maes – mens den onde sagfører sidder og gnækker med vekslerne. Men hvordan var det i virkeligheden? Hvem har beboet frilandsmuseernes huse og hvem har brugt de forskellige redskaber – hvad hed de, hvor gamle blev de, hvilket liv levede de egentlig?

Historien om landbrugets historie – som er svær at finde fx på websiderne - er også én af historierne om Danmark, fra bondestenalder og frem til i dag. Maleriet med den brede pensel, som i ord og billeder sætter landbrugs- og landbohistorien ind i en sammenhæng. At fortælle denne historie, og derigennem give lyst til flere oplevelser gennem besøg "på stedet" er også en væsentlig opgave.

De personer, man mest sjældent møder på museernes websider er sjovt nok dem vi alle bejder til: museernes brugere. Hvem er det, der kommer og hvad får de ud af det? Er det noget, som man kan spejle sig i bag skærmen, og som kan inspirere til ønsket om at få en lignende oplevelse?

## **Ideer**

- Flere fremadrettede brugerundersøgelser (ikke kun brugertilfredshedsundersøgelser)
- Hvilke udstillinger kunne gæsterne tænke sig at besøge på XX-museum i løbet af de næste 5 år?
- Hvilke udstillinger kunne ikke-brugere tænke sig at besøge? Hvorfor kommer de ikke på museet?
- Mere samarbejde på tværs af institutioner og medier
- Flere fælles, landbrugshistoriske ressourcer - også for de allerede frelste
- Mere "placing" hos hinanden og hos 3. part – gerne i fællesskab med andre
- Hvorfor findes der ikke fx en fælles portal for landbrugshistorie?
- Fælles microsites om konkrete emne