

Skjemainformasjon

Skjema	Søknadskjema ABM-utvikling (bokmål)
Referanse	288698
Innsendt	14.10.2009 12:54:38

Opplysninger om søker

Søker	
Navn på organisasjonen	Helgeland Museum
Institusjonens leder	Hans Pedersen
Postadresse	Sjøgt 23 e
Postnummer / Poststed	8656 Mosjøen
Tlf. til organisasjon	75110100
Prosjektets kontaktperson	Ann Kristin Aasgaard Eidissen
Tlf. til kontaktperson	75110172
E-post til kontaktperson	ann.kristin.eidissen@helgelandmuseum.no
Nettside	http://www.helgelandmuseum.no
Org. Nr	986 332 553

Opplysninger om prosjektet

Prosjekt

Søknaden gjelder Møteplasser for kunnskaps- og kulturformidling

- ☒ prøver ut nye former for kommunikasjon og formidling i et abm-perspektiv
- ☒ skaper attraktive fysiske og digitale møteplasser og gjerne kombinerer disse
- ☒ vektlegger dialog, brukermedvirkning og sosiale teknologier

Tittel på prosjektet Interaktiv historiefortelling med spillelementer

Sammendrag av prosjekt

Hensikten er å lage et tilbud for både barn, unge og voksne som sporer til interesse for den kulturhistorien som fortelles på museum, i et medium vi tradisjonelt ikke bruker i formidlingen; dataspill. Gjenstander og deres historie skal gjøres tilgjengelig for et bredest mulig publikum, tilrettelagt med gode læringsmål og deltakeraktivitet. Produktet blir en interaktiv historie med spillelementer. Tema: gjensidig kulturell påvirkning og samhandling over landegrensene.

Prosjektbeskrivelse

Det er en kanonkule i magasinet vårt. Den er støpt i massivt jern, svart som natta, rundt som ei kule og har veke. Hvor kommer denne fra og hva gjør den i et museumsmagasin i Nordland? Kanonkula kommer fra Napoleonskrigene. Den har rullet over dekk på et skip inn Trondheimsfjorden i 1810. Dalmo-Jakob – utkommandert soldat, stor og sterk som han var – tok den med heim som et bevis på krigens strabaser. Hvem vet, hvis ikke Jakob fra Dalmo hadde brukt kanonkula som ballast i jekta på tur heim til Vefsn, hadde den kanskje endt sine dager på slagmarkene ved Waterloo i 1815?

Bakgrunnen for prosjektet er et mål om å gjøre en rikholdig samling tilgjengelig for et bredest mulig publikum, også selv om publikum ikke er på museet. I St.meld. nr 24 (2008-2009), Digitaliseringsmeldingen, står det om målet med satsningen på digitalisering: "Det vil være et hovedmål ved digitaliserings-satsingen å gjøre kultur- og kunnskapskildene lettere tilgjengelig for brukerne. Digital IKT bidrar til å oppheve skillet mellom sektorer og institusjoner, noe som vil styrke brukernes tilgang til kildene. Slik sett vil digital tilgjengeliggjøring innebære en demokratisering av kultur- og

kunnskapsarven." Museumsmeldingen (St.meld nr 49/ 2008-2009) understreker viktigheten av at musene prioriterer utviklingen av nettbasert kulturformidling og bruker ressurser på å tilgjengeliggjøre gjennom digitale produkter. Det er et mål for Helgeland Museum å dyktiggjøre seg på å formidle i det digitale museet og utvikle nyskapende og spennende tilbud for et bredt publikum.

Mål og delmål:

Museet ønsker å utvikle nye måter å formidle på, skape en ny arena for formidling og kombinere godt gjennomarbeide metoder med nyskapende virkemidler. Museet har en mengde gjenstander som vi ønsker gjort tilgjengelig for publikum på en slik måte at det å oppsøke et museum blir en spennende og attraktiv opplevelse. Målet med prosjektet er:

1) å utvikle en ny formidlingsform og -arena på nettet gjennom å lage en interaktiv historiefortelling med spillelementer. Vi ønsker å produsere et nettspill som gjøres tilgjengelig på våre web-sider.

2) å tilrettelegge for museumsopplevelser for alle grupper publikum, også de vi tradisjonelt ikke møter i selve museet.

3) å skape kunnskap og nysgjerrighet for natur- og kulturhistorien og gjennom gjenstandskulturen oppleve resultater av gjensidig kulturell påvirkning.

Bakgrunn:

Et sentralt delmål er å utvikle en ny og bedre formidlingsplattform på våre nettsider. Helgeland Museum er i ferd med å lage nye hjemmesider. Disse presenteres desember 2009. I dette arbeidet utvikler vi brukersnittet og har fokus på tilgjengelighet for en bredere gruppe publikum. På samme måte skal vi øke interaktiviteten med brukerne. De nevnte stortingsmeldinger ligger til grunn for prioriteringen.

I Norge er det i dag få, om noen spill tilgjengelig på museenes nettsider. Dette baseres på en kartlegging av museenes hjemmesider. I ABM Utviklings statistikk er det nærmeste vi kommer spørsmålet om Internettbaserte pedagogiske opplegg for barn og unge, hvor 47 av 166 svarer positivt på dette (2008). Dette opplyser imidlertid ikke hvorvidt museene tilbyr interaktive spill til brukerne. Hvis vi går til europeisk statistikkmateriale (EGMUS), er det heller ikke her utarbeidet kategorier som henvender seg direkte mot spillmediet som pedagogisk metode. De tall man i beste fall kan lese ut av registreringen er kartlegging av digitalisert materiale. Likevel er det mange europeiske museer som tilbyr spill og spill-lignende aktiviteter for publikum. Forbilder i denne sammenheng kan være land som Sverige, som har samlet landets interaktive historier og nettspill fra museene i siden www.museifonstret.se, og Storbritannia som har gjort tilsvarende med siden www.show.me.uk. Skal vi i Norge kunne tilby et like tilrettelagt tilbud til barn, unge, voksne på skole og i fritid, må museene være leverandør av slike produksjoner. Med dette som bakgrunnsteppe vil Helgeland Museum øke sitt tilbud og sin egenkompetanse på dette feltet, og utvikle arbeidsprosesser hvor interaktivitet på en digital møteplass og spill er produktet.

Helgeland Museum har omkring 150 000 ting i utstillinger eller beskyttet i magasiner, i tillegg kommer flere hundre tusen foto. Disse søker vi tilgjengeliggjort på ulike vis, også gjennom digitalisering og formidling gjennom nettet. En hovedintensjon for årene framover vil bli å knytte gjenstandssamlingen tettere opp mot formidlingen, og formidlingen tettere opp mot samlingen. Vi vil gjøre samlingen mer morsom.

I dette prosjektet ser vi for oss å gjøre et relevant utvalg knyttet til tematikken "samhandling over landegrensene/kulturell påvirkning" - et fenomen som langt fra er nytt i norsk historie. Hva er det vi har i samlingene og hva sier det om oss? I hovedsak sier det noe om hvilken historie fra fortiden man har ønsket å ta med seg til nåtidsmenneske. Ikke alltid virker samlingen like spennende, for hva skal vel 14-åringen i 2010 med et ubegrenset antall trebutter og sjøvotter? De samlingene vi har er produkt av det sterke ønsket om å danne nasjonen Norge – og for vår del; en Helgelandsidentitet. Samhandling over landegrensene og den kulturelle påvirkning alle folk og land er en del av, var lite vektlagt i denne prosessen. Denne konteksten og behovet for å danne en nasjon, står ikke like levende for dagens generasjon. Derfor kan den rikholdige samlingen synes irrelevant. Men gjenstandene og historiene i seg selv er ikke det, de kan være både vakre, morsomme, spennende og overraskende. Det er en utfordring å gjøre disse tingene fra fortiden aktuelle for alle. Vi velger nå et

medie som hører hjemme i nåtidig kommunikasjon, med et materiale som hørte hjemme den gang da. Vår intensjon er å gjøre historiene i magasinet vitalisert og tilgjengelig, og gi det en innpakning som korresponderer med et moderne og innovativt uttrykk. Det kulturmøtet vi i dette aktuelle prosjektet vil legge til rette for, er på nett, på den digitale allmenningen. Vi ønsker å produsere et nettspill som gjøres tilgjengelig på våre web-sider.

Målgruppe:

Barn mellom 7 – 15 år, men det vil også være elementer i spillet som appellerer til voksne. Humor et viktig virkemiddel som kan utvide målgruppen.

Metode:

Spillet vil bli basert på et pek og klikk-system. Brukeren gjør ulike valg, plukker opp kunnskap underveis og må gjøre prioriteringer for å komme videre i spillet. Nettspillet bygges opp med en karakter som beveger seg rundt i museets kjellere, det bygges opp et behov, et mål eller en konflikt som drar spillet fram. Plottet er omtrent som følger: Det globale perspektivet er sentralt. Det finnes en gang, en korridor, en nøkkel fra museet. Gjennom de ulike gjenstandenes rom fører historien oss ut i den store verden (Narnia-referanse). Kanskje finnes det en antagonist som påvirker valgene og gjør spillet mer spennende og oppfordrer til ulike valg og problemstillinger.

Eksempler på gjenstander i spillet:

- Bomben fra Napoleonskrigen
- Spydene fra Afrika (1913: Misjonsreise til Madagaskar.)
- Rauhuva fra Helgeland (fiskerlue, nisselue: direkte link til det revolusjonære Frankrike ca 1800)
- Sjøvottene (Lofotfiske og Bergenshandel, Tyskland, Spania og Holland)
- Samovaren fra Russland (pomorhandel og statussymbol)
- Runebomma (samisk/norsk /nordkalott samhandling)
- Barokke møbler og skrifter (Petter Dass og Norge/Danmark)
- Akantus-dekoren (rosen som spredte seg over alle verdens kister og kirker)
- Kanonen fra Tyskland (2.verdenskrig og innovasjon)
- Kongekrabbe og boaslange (noen gikk for egen maskin inn i landet, andre kom som reiseminne)
- Amerikakoffert, Amerikadukken og Amerikabrevet (utvandring og innvandringshistorie)

Summen av disse gjenstandene er en historie med flerkulturelt perspektiv. Svaret på hva vi har i samlingen vår og hva det sier om oss er at verden med alle dens folkegrupper også finnes i magasiner i "de innerste deler av Norge". Det vi samlet på og som dannet "oss" er påvirket av "dem", summen er "vi".

Kompetanse:

Intern kompetanse: I prosjektet vil konservatorer, pedagoger og andre ved Helgeland Museum være leverandører av kildemateriale, ha den kildekritiske funksjon og ha det pedagogiske ansvaret. I det konsoliderte museet er det samlet grundig kompetanse på ulike sider av kultur- og naturhistoriske tema. Museet har ansatte med kompetanse på feltet grafisk design, web og webdesign, og disse vil foreta implementeringen av spillet og ha plass i prosjektgruppen. Det opprettes en intern prosjektgruppe og –ledelse.

Ekstern kompetanse: Helgeland Museum knytter til seg ekstern kompetanse i prosjektet. Det er etablert kontakt med produksjonsselskapet Massive Rhino, Trondheim. Massive Rhino er et byrå for film og interaktive medier. Referanser i denne sammenheng kan være produksjoner for Kulturminneåret 2009 og kurslederroller i Digitalt fortalt-kurs. Kontaktpersoner: Per Junge og Terje Kolberg, www.massiverhino.no.

Massive Rhino vil ivareta flere funksjoner:

- teknisk prosjektledelse
- tekstforfatter/manus
- regi/produsentansvar
- design/animasjon
- komposisjon/lydfil

Referansegruppe: Det vil i denne sammenhengen være ekstra viktig å knytte til seg kompetanse fra brukerne og få evaluert produktet før det ferdigstilles. Vi opererer i et for museet helt nytt medie, og kommunikasjonen med mottakergruppen må sikres. Det vil bli opprettet en kompetansegruppe bestående av unge mennesker som er vant til spillbrukere. Gruppen bør også bestå av et utvalg voksne.

Videreføring:

Denne søknaden omfatter ikke videreføringen: Et neste trinn i prosjektet vil være å omforme den interaktive historien til et skoleopplegg hvor også gjenstandene real life inngår. Dette gir materiale til en skoleturne hvor man både spiller spillet og får møte gjenstandene: de finnes, de kan oppleves, luktes på og tas på.

Framdriftsplan

Framdriftsplan for hele prosjektperioden

Startdato	04.01.2010
Sluttdato	20.05.2010

Aktivitetplaner

Tittel	Fra dato	Til dato
Grunnlagsarbeid: utvalg, kildesøk	04.01.2010	01.03.2010
Koordinering av materiale/tekn.prod	01.03.2010	08.03.2010
Produksjon manus	08.03.2010	22.03.2010
Koding/programmering/design/animasjon	22.03.2010	22.04.2010
Test i referansegruppe / korrigering	22.03.2010	10.05.2010
Implementering egen webside	10.05.2010	20.05.2010

Andre opplysninger/kommentarer om framdrift-/aktivitetsplan.

Samarbeidspartnere

Har du en samarbeidspartner? Ja

Samarbeidspartner 1

Navn	Massive Rhino
Formell avtale?	Nei
Postadresse	Prinsensgt. 10
Postnr / Poststed	7012 Trondheim
Kontaktperson	Terje Kolberg
Tlf. til kontaktperson	93066835
E-post til kontaktperson	terje@massiverhino.no
Rolle	Massive Rino bidrar med følgende funksjoner: -teknisk prosjektledelse - tekstforfatter -regi/produsentansvar - design/animasjon trolig også - musikk / komposisjon lyd

Prosjektbudsjett

Prosjekt

Ettårig eller flerårig prosjekt? Ettårig

BUDSJETT FOR FØRSTE ÅR

Utgifter

Hva	Beskrivelse	Sum
Personalkostnader (lønn/overhead)	Intern prosjektledelse, Helgeland Museum (HM)	kr 47 000,00
	Kildesøk og framskaffelse av materiale (HM)	kr 94 000,00
	Implementering til egne websider (HM)	kr 15 000,00
Varer/utstyr		kr 0,00
Tjenester kjøpt av andre	Manus, 1 ukesverk Massive Rhino (MR)	kr 29 400,00
	Prod.ledelse (MR)	kr 29 400,00
	Koding/prog, design, animasjon, produksjon (MR)	kr 117 600,00
	Testing/korreksjon, 2 ukesverk (MR)	kr 58 800,00
	Mva (MR)	kr 58 800,00
Andre utgifter (spesifiser)	Reisekostnader	kr 10 000,00
Totale utgifter		kr 460 000,00

Inntekter

Beskrivelse	Tilskudd bekreftet?	Sum
<u>Søknadssum ABM-utvikling</u>		<u>kr 300 000,00</u>
Helgeland Museum	Ja	kr 160 000,00
Totale inntekter		kr 460 000,00

Kommentar til budsjett neste år

Personalkostnader HM viser til månedsverk på kr 47 000 inkl avgifter. Implementering til egen sider (HM) er satt til 1 ukesverk. Tallene for innkjøpt ressurs baserer seg på et kostnadsoverslag fra Massive Rhino. Disse igjen er basert på satsene for Norges Filmforbund/10 års ansinitet. Eksempelvis 1 uke/40 t manusarbeid utgjør kr 29400,-. Summen 117600,- er for 1 mndverk; 160 t. Mva etter dagens system tillegges på kjøpt tjeneste.

Vedlegg

Ingen vedlegg lastet opp