

VORES TID

Nationalmuseet

Hvem er vi? Hvor kommer vi fra, og hvilket samfund skal vi skabe i fremtiden?

På Nationalmuseets nye digitale kanal 'Vores Tid' skal vi stille de helt store spørgsmål – og hjælpe med at finde svar. Vores mål er at gøre os alle sammen klogere på nutiden – med udgangspunkt i kulturhistorien!

Vores Tid er Nationalmuseets nye, digitale medie, der er skabt for at gøre os alle klogere på nutiden med udgangspunkt i kulturhistorien. Vores Tid fortæller gribende historier i form af podcasts, video og webdoks, der bringer museets viden og forskning ud til en større og bredere målgruppe, end dem, der normalt kommer på Nationalmuseets fysiske besøgssteder. På den måde er Vores Tid med til at rette op på den demografiske ulighed i adgangen til de statslige kulturtilbud.

Kernemålgruppen for Vores Tid er de 20-40-årige, der ikke længere har kontakt til kulturlivet gennem uddannelsesinstitutionerne, og typisk er et sted i livet, hvor job og børn fylder de vågne timer, og kulturel dannelse er overladt til elektroniske medier af ofte svingende kvalitet. Men Vores Tid skaber også indhold rettet mod børn og ældre – altid med udgangspunkt i gode historier, der har relevans for målgruppen og kan relateres til nutidige problemstillinger.

For at realisere visionen samarbejder Vores Tid med etablerede medier og digitale platforme, hvor strategien er at dele rettighederne og altid gøre indholdet gratis tilgængeligt på Nationalmuseets website og hovedsiden vorestid.dk. Vores Tid samarbejder p.t. med **Radio LOUD**, podcast-plattformene **Podimo** og **TalkTown (Egmont)** samt **Heartland Festival**. Nationalmuseet har desuden løbende samarbejder med både **Danmarks Radio** og **TV2**.

Distribution

Vores Tid arbejder målrettet med at udbrede kendskabet til produkterne via egne kanaler på sociale medier (særligt Facebook og Instagram). Som resultat af dette arbejde er der i 2. halvår af 2020 realiseret et on-demand-brugstal på mere end 130.000 lytninger. Vores Tid afsøger desuden mulighederne for at etablere samarbejder med førende kabel- og netværksdistributører for sikre distribution og tilgængelighed af medieindholdet.

Nationalmuseet har af økonomiske og strategiske grunde valgt indledningsvist at satse på podcast, men det er strategien gradvist at udvide til TV/Video-indhold i takt med at der opnås finansiering og indgår relevante samarbejdsaftaler.

Eksempler på aktuelle podcasts på Vores Tid:



DEN YDERSTE GRÆNSE
Dramatiske kapitler i dansk ekspeditions-historie



MADE IN AMERICA
Begivenheder i USA, der har forandret Danmark



DANMARKS HISTORIE FOR BØRN
Serie til børn fra 6-10 år om vigtige personer og begivenheder i Danmarkshistorien



STAYCATION
Historiske steder du skal besøge i ferien



SEXHUNDREDETALLET
Seksualitetens kulturhistorie, fortalt gennem nutidens sex-fænomener



MAGTENS KVINDER
Vi kaster lys på historiens magtfulde, men oversete kvinder

Organisation

Vores Tid er en redaktion, der består af en chef og en producerende redaktør, en praktikant og en student. Det journalistiske indhold produceres af selvstændige produktionsselskaber og freelancere for at sikre fleksibilitet, ideudvikling og skalerbarhed i produktionen. Vores Tid har kontor på Nationalmuseet midt i København, men er også ved at etablere faciliteter i Brede ved Lyngby, hvor en del af museets forskere arbejder.

Du kan læse mere om Vores Tid her:

Kronik af Jacob Frische og Rane Willerslev:

<https://natmus.dk/nyhed/saet-fjernsyn-paa-museet/>

Diverse artikler på 'Kulturmonitor':

<https://www.kulturmonitor.dk/tag/nationalmuseets-mediehus/>

Artikel i Berlingske:

<https://www.berlingske.dk/aok/nu-skal-nationalmuseet-ogsaa-vaere-et-mediehus>

Mere information

Vil du vide mere, så kontakt chef for 'Vores Tid' Jacob Frische på 41206018 eller jfr@natmus.dk – eller redaktør Rikke Caroline Carlsen på 41206082 eller rca@natmus.dk.

Du bør også besøge 'Vores Tid' på www.vorestid.dk

Baggrund om Nationalmuseets Mediehus 'Vores Tid'

Nationalmuseet har etableret et digitalt mediehus under navnet Vores Tid, som skal producere og distribuere journalistisk funderet medieindhold i tekst, lyd (podcasts) og video til en bred målgruppe af danskere målt på alder, uddannelse og geografi.

Med journalistiske værktøjer vil vi støtte op om Nationalmuseets formål: At gøre os alle klogere på nutiden med udgangspunkt i kulturhistorien. Nationalmuseet er i sin kerne en public service-institution, der på baggrund af skattefinansiering er forpligtet til at formidle kulturhistorie og tage greb om tidens store spørgsmål – uafhængigt af politiske og kommercielle interesser. Kernemålgruppen for Vores Tid er de 20-40 årige.

Med de senere års digitalisering af medieproduktion og -forbrug er der opstået nye muligheder for, at andre organisationer end de traditionelle mediehus kan producere journalistisk indhold af høj kvalitet og distribuere det direkte til danskerne digitalt. Samtidig forbruger museernes ikke-brugere kultur fra sofaen via medier og mobile platforme, selvom de ikke besøger landets kulturinstitutioner, viser undersøgelse fra Slots- og Kulturstyrelsen. Nationalmuseet har besluttet at gribe mulighederne for at træde ind i den nye medievirkelighed ved at etablere mediehuset 'Vores Tid'.

Indholdet på Vores Tid tager udgangspunkt i aktuelle dagsordener og inddrager den forskningsbaserede viden hos Nationalmuseets forskere og formidlere. Produktioner på Vores Tid kan også hente viden og medvirkende fra andre vidensinstitutioner.

Nationalmuseets Mediehus (Vores Tid) er etableret som en selvstændig enhed med direkte reference til direktøren. Konstruktionen skal sikre, at Vores Tid arbejder med indhold på tværs af museets organisation og uafhængigt af både kommunikations- og markedsføringsinteresser. Den organisatoriske konstruktion understøtter derfor intentionen om at være et digitalt besøgssted, der ikke har til formål i sig selv at markedsføre besøgsstederne, men understøtte Nationalmuseets overordnede formidlingsforpligtelse.