

# Arkæologi som værdiskaber

af Rikke Marie Rau, formidlingsinspektør og Mads Runge, overinspektør, Odense Bys Museer

*Museerne er ikke længere selvfølgelige størrelser i samfundet, men skal legitimere deres berettigelse i et stadig større udbud af informationer og attraktioner. Arkæologien er i skudlinien, og angribes for at fordyre og forsinke anlægsarbejder. Forholdene står i skærende kontrast til det begrænsede fokus på de mange landvindinger, som de arkæologiske undersøgelser frembringer i disse år og en generel kulturhistorisk interesse i befolkningen. For at vende udviklingen har Odense Bys Museer igangsat kommunikationsprojektet "Kulturarven som værdi – Arkæologi som værdiskaber", der vil bringe arkæologien i spil som en værdiskabende, samfundsmæssig ressource.*

## Politisk arkæologi & Arkæologisk politik

Som oplæg til seminaret "Politisk arkæologi & Arkæologisk politik" udsendte arrangørerne fire centrale spørgsmål, som man ønskede at belyse:

- Hvor befinder den arkæologiske videnskab sig i dag og hvor skal vi hen i fremtiden?
- Hvordan skal vi forholde os til de politiske krav, som stilles til arkæologi om at være mere synlig, samfundsrelevant og rentabel?
- Hvordan påvirker den politiske dagsorden den arkæologiske videnskab?
- Hvordan kan de arkæologiske resultater påvirke samfundet?

Spørgsmålene er indbyrdes afhængige og centrale i det kommunikationsprojekt, som Odense Bys Museer udviklede i efteråret 2008, og som med en bevilling fra Kulturarvsstyrelsen er opstartet i foråret 2009. For indeværende (juli 2009) er vi halvvejs i en forprojektsfase, hvor muligheder, strategier og struktur for et efterfølgende egentligt pilotprojekt analyseres. I forprojektet er repræsentanter fra Svendborg Museum, Østfyns Museer og Museum Sønderjylland tilknyttet i en referencegruppe.

## Projektets baggrund

Mens museerne tidligere var selvfølgelige, kultur-bærende institutioner i samfundet, er der i dagens samfund, med det evige bombardement af let-tilgængelige informationer og muligheder, en helt anderledes konkurrencesituation (Jeppesen 2007:11 ff.). Museerne skal legitimere deres berettigelse, være samfundsrelevante og for hele befolkningen

(kulturminister Carina Christensens tale ved Kulturarvsstyrelsens Museumsmøde 20. april 2009). Arkæologien er en af de grene i museumsverdenen, som er under særlig bevågenhed. Det skyldes ikke mindst Museumslovens bestemmelser vedr. "skadevolder betaler-princippet" i forbindelse med arkæologiske undersøgelser. Sammen med den høje anlægsaktivitet i den offentlige og private sektor gennem de seneste år, og en øget professionalisering af arkæologien har dette givet en overvældende række af arkæologiske undersøgelser. En yderligere konsekvens heraf er, at historierne om, at arkæologien øjensynligt bremser og fordyrer anlægsarbejderne, bliver flere. I mange tilfælde har dette, for arkæologien negative budskab, fyldt mere i medierne end de mange spændende resultater, som undersøgelserne har frembragt.

Forholdene falder paradoksalt nok sammen med, at undersøgelser har påvist, at befolkningen er interesseret i kulturarven (Kulturarvsstyrelsen og Realdania 2005), og at beskrivelsen af fødevarer og andre produkters historie, det såkaldte *story telling*, fylder til stadighed mere i samfundet (Jeppesen 2007:14).

Det er dette paradoks, som Odense Bys Museer ønsker at ændre. Kulturarven og herunder arkæologien har et stort, delvist uforløst potentiale som værdi og værdiskaber. Forløsningen af dette potentiale kræver en strategisk indsats, der indebærer, at museerne rækker hånden ud til borgere, bygherrer, planmyndigheder mv. og viser, at vi har en interessant "vare", som kan have en positiv effekt på grund-

salg, tilflytning til en kommune osv. Forholdet kan illustreres ved endnu et dyk ned i kulturministerens tale ved Museumsrådet i april:

*”Jeg har hørt, at Ishøj Kommune for nylig bragte en interessant jobannonce. Som det allerførste fortæller annoncen potentielle ansøgere til stillingen som kommunaldirektør om ”den flotte fyrstegrav”, som Kroppedal Museum fandt sidste år ved en af de lokale skoler. Det er virkelig kulturarv som kommunal branding. Arkæologien – som jo ellers både er besværlig og koster penge – er et aktiv. En ressource. Måske endda en udviklingsmotor.”*

Odense Bys Museers projekt handler således på den ene side om at finde de korrekte veje for at få arkæologien ind i planprocesser, i bygherres tilrettelæggelse og i branding af områder, forskellige brancheorganisationers tænkning osv., samt på den anden side at afprøve nye og videreudvikle eksisterende kommunikations- og formidlings tiltag. Bl.a. skal vi turde spørge det omgivende samfund, hvad de kan bruge fra den arkæologiske verden? Altså anvende en form for *outreach*-tænkning (Kulturministeriet 2008; Jensen 2009; Schnoor 2009). På denne måde kan man komme væk fra en ”os mod dem-tænkning”, og således foregribe det uheldige scenario, at det – uden at arkæologien får indflydelse på det – besluttet, om arkæologiske undersøgelser er nødvendige eller ej.

**Administrativ arkæologi ved Odense Bys Museer**  
Odense Bys Museer opererer i sin administration af kapitel 8-gravningerne, de såkaldte nødudgravninger, med tre overordnede målsætninger:

- 1) En stadig udvikling af den arkæologiske udgravningsmetodik. På den ene side ved at prioritere skarpt og på en vidensbaseret baggrund således, at undersøgelserne er forskningsrettede, og altid har et sigte mod at kunne bringe ny viden. På den anden side ved at anvende de nyeste metoder, og herunder i særdeleshed relevante naturvidenskabelige tiltag, for at optimere resultaterne.
- 2) En stadig udvikling af det administrative arbejde med henblik på at undgå fejl i sagsbehandlingen og at begrænse generne for bygherre; sidstnævnte i det omfang, det ikke strider mod de nævnte faglige kriterier! Udviklingen af

sagsbehandlingen tager udgangspunkt i en stadig udbygning og anvendelse af databaser, GIS mv. Begrænsningen af gener for bygherre baseres bl.a. på forsøg på indgåelse af aftaler med kommunerne om, at disse i videst muligt omfang får rensset jorden for arkæologiske levn før evt. salg. Udgifterne indgår i kvadratmeterprisen for al kommunens jord, og giver en mere ligelig fordeling af udgifterne til arkæologi.

- 3) De i det følgende beskrevne kommunikations- og formidlingsstrategier.

### **Kulturarven som værdi – Arkæologi som værdiskaber**

Kommunikationsstrategien har overordnet set et eksternt, ikke-musealt, og et internt, musealt, sigte:

*I den eksterne kommunikationsstrategi* er det centrale budskab, at kulturarven skaber værdier og vækst i stil med f.eks. naturværdier. De eksterne modtagere er f.eks. kommunale planlæggere, erhvervsvirksomheder, lodsejere, kommende boligejere og den almindelige borger. Denne gruppe af modtagere har vidt forskellige tilgange til og interesser i de arkæologiske undersøgelser, og kan groft sagt deles i: a) de, der ser økonomiske, tidsrøvende eller udviklingsmæssige problemer i arkæologien, nemlig de kommunale planlæggere, rådgivere, bygherrer samt til dels kommende boligejere og i nogen grad lodsejere og landmænd og b) de, der ikke er økonomisk eller tidsmæssigt belastet af arkæologien, nemlig borgere med en generel interesse i det omgivende samfund, naturen, mad- og drikkevarer osv. og herunder disse emners bagvedliggende historier, det såkaldte *story-telling*. Til denne gruppe kan i høj grad også høre kommende boligejere.

Den kommunikative indsats overfor den førstnævnte gruppe vil inddrage de kulturhistoriske elementer i planlægningen i langt højere grad, end det kendes i dag. F.eks. kan grønne områder eller legepladser i nye udstykninger spille på de historiske værdier; et husgrundrids kan markeres i landskabet; legepladser kan baseres på de arkæologiske levn, f.eks. vikingens bolig, stenaldermandens ildsted osv. Brochurer og plancher kan udpege topografiske områder med betydning i en tidligere oldtidsbebyggelse. Standere kan ved anvendelse af den nyeste teknologi, som voicetech og forskellige

interaktive elementer, formidle arkæologien *on location*. Væsentlige arkæologiske fund kan præsenteres i let form i salgsmaterialet og dermed indgå i markedsføringen.

Indsatsen overfor den anden eksterne gruppe vil basere sig på en skærpelse af kommunikationen vha. anvendelse af den nyeste teknologi, men i høj grad også ved udvikling af eksisterende såvel som nye formidlingsformer. Et væsentligt element her i kunne være at bygge videre på den trebenede formidlingsstrategi, som Odense Bys Museer anvender, nemlig samspillet mellem formidlingen på museet, på internettet og på lokaliteten (Odense Bys Museer 2008). Et fælles mål for de tre formidlingsplatforme er at gøre den arkæologiske undersøgelse og resultaterne heraf mere nærværende for borgerne.

Formidlingen af arkæologien *på museet* skal i højere grad baseres på skiftende særudstillinger som supplement til de permanente udstillinger. Dermed opnår borgerne en forestilling om, at ikke alle fund bare havner på et støvet magasin.

Formidlingen af arkæologien *på internettet*, f.eks. Historisk Atlas Syddanmark (historiskatlas.dk), skal udbygges således, at man via geografiske, tematiske og kronologiske indgange på en nem måde kan opnå viden om forskellige emner. Anvendelsen af blogs og live-transmissioner fra undersøgelser, et generelt fokus på aktualitet i de viste emner og ikke mindst skiftende temaer vil være væsentlige elementer i indsatsen. Samtidig skal det være muligt for borgerne at anvende oplysningerne på internettet, når de står på den arkæologiske lokalitet, f.eks. via deres mobiltelefon.

Formidlingen af arkæologien *på lokaliteten* skal ændres fundamentalt i forhold til, hvad vi kender i dag, og det vil kræve en indsats såvel under som efter udgravningens afslutning:

*Under udgravningen* skal borgerne kunne sætte sig ind i det i arkæologien iboende element af skattejagt og altid eksisterende håb om, at næste spadestik bringer det sublime fund. Borgerne skal have mulighed for at følge den interessante og systematiske tankegang, som udredningen af et stort arkæologisk datamateriale er. Borgerne skal have mulighed for at se genstandene umiddelbart efter, at

de er fremdraget. Borgerne får altså mulighed for at følge, hvordan de arkæologiske levn sammensættes til en historisk fortælling. Alle disse elementer vil kræve en række delvist nye tiltag. Skurvogne, containere, minibusser eller campingvogne vil i den forbindelse udgøre væsentlige udstillings- og formidlingslokaler på lokaliteten, og vil kunne flyttes fra udgravning til udgravning.

*Efter udgravningernes afslutning* vil de arkæologiske levn som bekendt være fjernede og ikke synlige. For at fastholde bevidstheden om kulturarven på stedet vil det derfor være nødvendigt med forskellige visualiseringer. En indsats i planlægningsfasen for at bevare topografiske fikspunkter, oprette forskellige modeller, husgrundrids e.l. vil her kunne give modtageren fine muligheder for at skabe sig et billede af, hvad der har ligget på stedet. Disse elementer skal som nævnt kobles sammen med illustrative plancher, voicetech-teknologi mv.

*I den interne kommunikationsstrategi* anvendes erfaringerne fra pilotprojektet i en national udvikling. Det vil fordrer et nært samarbejde med Kulturarvsstyrelsen, relevante museer, ligesom internationale erfaringer og sparringspartnere skal inddrages. For at fremme udviklingen skal der skabes netværk med henblik på erfaringsudveksling, og der skal, meget gerne i samarbejde med Organisationen Danske Museer, udvikles forskellige efteruddannelses tilbud. Erfaringerne vil blive samlet i en slutrapport med metodedrøftelser, brugerundersøgelser, opsummering af hidtidige resultater og en indstilling til fremtidige tiltag.

### **Projektets foreløbige resultater**

Som nævnt befinder vi os i skrivende stund i forprojektfasen. Forprojektet har valgt at lægge fokus på den del af de ikke-museale interessenter, der er økonomisk eller tidsmæssigt berørte, da det er museernes mest direkte samarbejdspartner. Samtidig er det i kontaktfladen med denne gruppe, at hovedparten af de negative historier opstår. Præsentationer af projektet for de ikke-museale interessenter har givet en række positive tilbagemeldinger og ikke mindst flere konkrete projekter. Et meget væsentligt punkt i analysen har været at klarlægge, hvornår, hvordan og med hvem man skal i kontakt, for at have en mulighed for at kunne få arkæologien inkorporeret i planarbejder o.l.

Vi har i projektet inviteret forskellige interessentgrupper til møder, hvor de præsenteres for en række forslag til, hvad vi som museum kunne forestille os at tilbyde dem. Tilsvarende afklares de forventninger og ønsker interessen måtte have til museets produkter.

Flere tiltag er sat i gang, og generelt kan man sige, at det har været meget slående, hvor stor efterspørgsel arkitekter, byplanlæggere m.fl. har haft efter at kunne koble historisk forankrede fikspunkter til deres projekter. Det være sig identitetsdannelse i form af vejnavne, udsprunget af arkæologiske fund og anlæg på stedet. Det være sig en jernalderlandsbys udseende anvendt som inspiration til linier i en udstykning eller et grønt område. Det være sig inspiration i arkæologien til tematisk opbygning af en legeplads osv., osv. Mulighederne er mange, og vil i et kommende pilotprojekt blive videreudviklet.

Projektet er som nævnt kun i en indledende fase, og en dyberegående beskrivelse af dets resultater må afvente en senere lejlighed. Projektets resultater er i øvrigt frit tilgængelige, og kan følges både via en blog på museets hjemmeside ([odense.dk/Blogs](http://odense.dk/Blogs)), ligesom det er muligt at følge mødereferater mv. på et elektronisk forum samme sted ([odense.dk/forum](http://odense.dk/forum)).

## Forfatterne kan kontaktes på:

[rma@odense.dk](mailto:rma@odense.dk) og [mtr@odense.dk](mailto:mtr@odense.dk)

## Litteratur

Christensen, C. 2009

Kulturminister Carina Christensens tale ved Kulturarvsstyrelsens Museumsrådsmøde 20. april 2009 kan ses på linket: <http://www.kum.dk/sw85649.asp>.

Jensen, N. M. 2009

Outreach. Danske museer rækker ud mod nye brugere. (<http://www.dkmuseer.dk/nyheder/807.html>).

Jeppesen, T. G. 2007

Museernes mentale model. *Fynske Minder* 2007, s. 7-21.

Kulturarvsstyrelsen og Realdania 2005

*Kulturarv en værdifuld ressource for kommunernes udvikling. En analyse af danskernes holdning til kulturarv.* <http://www.kulturarv.dk/tjenester/publikationer/emneopdelt/generelt/kulturarvsanalyse/kulturarv1.pdf>

Kulturministeriet 2008

*Reach Out! – Inspiration til brugerinddragelse og innovation i kulturens verden.*

Sidstnævnte kræver tildeling af et password, som via mail kan indhentes ved Rikke Marie Rau.

## Afrunding

Afslutningsvis vil vi vende tilbage til, hvordan museets kommunikationsprojekt forholder sig til seminarets hovedspørgsmål: Ja, i hvert fald er det givet, at projektet rækker hånden ud, og siger ja tak til de politiske krav, som stilles til, at arkæologien skal være mere synlig, samfundsrelevant og rentabel. Disse krav opfattes ikke som et udtryk for, at regeringen beslutter, at forskningen skal styres i en bestemt retning, men snarere som en berettiget forventning om, at forskningsresultater skal formidles og gøres vedkommende, et krav som også Kulturministeriets nye forskningsstrategi anfører (Kulturministeriet 2009). Der behøver dog langt fra at være noget modsætningsforhold mellem en fri og fagligt velfunderet forskning og samfundsrelevans. Tværtimod! Derimod er det helt evident, at når det danske samfund i disse år årligt kaster et par hundrede millioner i arkæologiske undersøgelser, er der også en forventning om, at man får noget igen, og at man kan forstå, hvorfor det er relevant at bruge så store summer på arkæologi. Her har arkæologien en stor udfordring. Og overvindelsen af udfordringen er til gavn for både samfundet og arkæologien.

[http://www.kum.dk/graphics/kum/Netpub/Reach%20Out/Reach\\_Out/html/entire\\_publication.htm](http://www.kum.dk/graphics/kum/Netpub/Reach%20Out/Reach_Out/html/entire_publication.htm)

Kulturministeriet 2009

*Forskningsstrategi for Kulturministeriets område.* [http://www.kum.dk/graphics/kum/Netpub/Forskningstrategi\\_2009/Forskningstrategi\\_for\\_Kulturministeriets\\_omrade/index.htm](http://www.kum.dk/graphics/kum/Netpub/Forskningstrategi_2009/Forskningstrategi_for_Kulturministeriets_omrade/index.htm)

Odense Bys Museer 2008

*Byen i historien – Historien i byen.* Odense.

Schnoor, J. 2009

*Indtryk fra Outreach seminaret i Nyborg, 17.-19. marts 2009.* <http://www.dkmuseer.dk/nyheder/807.html>

## Links

([historiskatlas.dk](http://historiskatlas.dk))  
<http://historiskatlas.dk/>

([odense.dk/Blog](http://odense.dk/Blog))  
<http://museum.odense.dk/Blogs/kulturarv/>

([odense.dk/forum](http://odense.dk/forum))  
<http://www.museum.odense.dk/forum/>