



Agderforskning
Prosjektrapport nr. 3/2010

Line Grønstad og
Kirsti Mathiesen Hjemdahl

GRENSESPRENGING I VASSKANTEN

*Forprosjekt om eit maritimt opplevingscenter i Nodeviga
for Vest-Agder-museet*

Tittel Grensesprenging i vasskanten. Forprosjekt om eit maritimt opplevingssenter i Nodeviga
Forfattarar Line Grønstad og Kirsti Mathiesen Hjemdahl
Rapport Prosjektrapport nr. 3/2010
ISSN-nummer 0808-5544

Bestillingsinformasjon

Utgjevar Agderforskning
Gimlemoen 19
N-4630 Kristiansand
Trykt av Kai Hansen Trykkeri AS

Telefon 48 01 05 20

Telefaks 38 14 22 01

E-post post@agderforskning.no

Heimeside <http://www.agderforskning.no>

Forord

I mai 2008 vedtok bystyret i Kristiansand ein reguleringsplan for museums- og festivalområdet på Odderøya. Den ikkje heilt ukontroversielle planen inneber flytting av Vest-Agder-museet avdeling Kristiansand og etablering av eit nytt museum og formidlingsbygg på Odderøya. Forprosjektet som denne rapporten er resultatet av, skal ikkje ta for seg det som blir sett som mest kontroversielt, nemleg flyttinga av det eksisterande museet. Den dreier seg i staden om utviklinga av eit maritimt opplevingssenter som reguleringsplanen og museet ønskjer å legge til rette for i Nodeviga. Agderforskning takkar Vest-Agder-museet for å ha fått oppdraget. Forprosjektet er fullfinansiert av Cultiva.

Seniorforskar og leiar for avdeling for kultur og næring i Agderforskning Kirsti M. Hjemdahl har vore prosjektansvarleg og analytikar Line F. Grønstad frå same avdeling har vore prosjektmedarbeidar og har i hovudsak ført rapporten i pennen.

Vi vil takke alle som har komme med innspel til utviklinga av opplevingssenteret, både vaksne og barn, og vi har satt stor pris på samarbeidet med Vest-Agder-museet i dette prosjektet.

Innhald

Forord	2
Samandrag.....	6
1. Innleiing	1
1.1 Forståing av oppdraget.....	1
1.2 Disposisjon.....	3
2. Museumstendar og det tradisjonelle museum.....	4
2.1 Det tradisjonelle museum	4
2.2 Museumstendar	6
2.3 Oppsummering.....	7
3. Vest-Agder-museet – formål og visjonar.....	8
3.1 Formålet	8
3.2 Grensesprengande visjonar.....	9
3.2.1 Museet sine mentale grenser.....	9
3.2.2 Samfunnet sine mentale museumsgrenser.....	10
3.2.3 Andre grensesprengande visjonar.....	10
3.2.4 Sprenging av grensene mellom visjonane?	11
3.3 Oppsummering.....	12
4. Nodeviga på Odderøya, på Sørlandet, og i verda.....	13
4.1 Nodeviga og Odderøya.....	13
4.2 Kristiansand og region Sørlandet	14
4.3 Nodeviga i verda.....	15

4.4 Oppsummering.....	16
5. Museumsgjesten	17
5.1 Publikumsundersøkingar og involvering	17
5.2 Å få gjesten til å komme igjen	19
5.3 Involvering i produksjonen av utstilling	22
5.4 Oppsummering.....	22
6. MoMAP – Modern Museum of Arctic Pirates	23
6.1 Med rett til å kapre – eit dokumentarprosjekt	23
6.2 Fordelane med kaperspissing.....	24
6.2.1 Med atterhald om autentsitet?.....	26
6.3 Kapertida med parallellar	27
6.4 "Først kaperspissing, så noko anna"	28
6.5 Alternative spissingar	28
7. "Det einaste konstante er BÅTAR"	31
7.1 Tilgjengelege båtar	31
7.2 Båtkompetanse	31
7.3 Oppsummering.....	32
8. Kven fortel om kven?.....	33
8.1 Kjønn på museum.....	33
8.2 Det subjektive som objektivt.....	33
8.3 Den utanforståande som ser	34
8.4 Oppsummering.....	34

9. Aktivitetar	35
9.1 Å læra ved å gjera	35
9.2 Nettsider og digitale løysingar.....	39
10. Nodeviga som stad	42
10.1 Gjesten på staden.....	42
10.2 Staden Nodeviga.....	42
10.3 Museumsbygg	43
11. Kultur og kommers	45
11.1 Hamnekneipe eller Bølgen og Moi?	45
11.2 Oppsummering	46
12. Oppsummering/konklusjon.....	47
12.1 Spissa satsing, men ikkje lukka og statisk.....	47
12.2 Museet i førarsete for eit bredt partnerskap	48
Kjeldeliste	50

Samandrag

I denne rapporten har vi, med utgangspunkt i gode eksemplar andre stader, litteratur på feltet, samtale med ei fjerdeklasse, og ein workshop med tjuetre deltakarar frå relevante aktørar på Sørlandet, sett på ulike vinklingar til korleis eit maritimt opplevingssenter i Nodeviga, i regi av Vest-Agder-museet, kan gjerast. Innspela er sett opp mot moderne museumstrendar, der utstillingsprodusentane er meir synlege, det er meir aktivitet og mindre reint visuelle framstillingar, auka fokus på makt og politikk implisitt i musea, inkludering av marginaliserte grupper, auka brukarmedverknad og at musea er synlege i samfunnet ved å ta stilling i kontroversielle saker. Museet har som visjon å vere grensesprengande, og vi tek opp korleis ein kan vere det i eit maritimt opplevingssenter. Hamna Nodeviga, der senteret er tenkt å vere, er på ei øy, som ligg i ein region, og som er del av verda. Vi argumenterer vidare for å heller sjå staden som knutepunkt i staden for del av eit geografisk avgrensa område, noko som i større grad gjer mange kultur møte mogleg, og i større grad skildrar måten hamna og staden blir brukt. Dei som kjem til museet er del av desse kultur møta, og korleis arbeide med utvikling og involvering av publikummet er ein viktig del av arbeidet til eit museum.

For å auke besøksopplevinga og for å kunne arbeide grundig med temaet opplevingssenteret tek for seg, argumenterer vi for å spisse. Eit tema som peikar seg ut i så måte er kapertemaet, som kan vere utgangspunkt for eit visuelt opplevingssenter frå ei tid der svært mykje skjedde. Det vil også kunne fungere som eit knutepunkt som gjer det mogleg å trekke linjer til moderne tid og til andre stader. Aktivitetar er viktige på eit museum, og vi foreslår nokre, men det viktige er at dei er forankra i temaet som opplevingssenteret tek for seg. Bygningane som blir sett opp på staden må sjølvstøtt tilpassast temaet, men dei må også vere tilpassa formidlinga

til museet. Å lage midlertidige utstillingar som er linka til temaet, men frå andre stader eller tider, bør gjerast mogleg, og visuelt skiljast vekk, slik at gjesten merkar endringa. Mykje teknologi er tilgjengeleg, både i utstillingane og til bruk før og etter besøket. Dei kan også legge igjen kommentarar og anbefale andre å besøke museet. Slike tilbakemeldingssystem må vere gjort moglege i tilknytning til senteret, og må systematisk utviklast slik at dei blir respondert på. Denne informasjonstilgangen bør utgjere ein vesentlig del av museet sitt permanente vidareutviklingsarbeid.

1. Innleiing

Bystyret i Kristiansand vedtok i mai 2008 reguleringsplan for museums- og festivalområde på Odderøya. Ein del av øya er regulert til museumsområde, og Vest-Agder-museet IKS planlegg utviklinga av eit nytt museum på Odderøya. Vest-Agder-museet ønskjer å etablere ein moderne og levande museums- og opplevingsarena, eit heilt nytt tilbod som appellerar til dagens publikum. Med dette som målsetjing ønskjer museet å få utarbeidd eit forprosjekt som:

1. Vidareutviklar museet sine eigne planar og idear
2. Finn konkrete moglege måtar å etablere eit maritimt opplevingssenter i Nodeviga på, både i regi av museet, og i samarbeid med kommersielle aktørar
3. Gir eksemplar på historier som kan bli fortalt
4. Viser til nødvendig tilrettelegging for å få realisert ideane

1.1 Forståing av oppdraget

Vi har løyst dette oppdraget ved å gå ut til to forskjellige grupper menneske for å få innspel. Vi har snakka med ei fjerdeklasse med 27 elevar i for å få innspel frå ei aldersgruppe som ikkje så ofte blir spurt i slike samanhengar, men som gjerne er aktive brukarar på fritida eller i skuleregi. Vi har også invitert interessante aktørar innan kystkultur og attraksjonsutvikling, i tillegg til potensielle kommersielle aktørar i regionen til ein workshop. Utvalet av aktørar kan kritiseras for å vere smalt og prega av å vere frå ein kulturell elite. Hensikta med å ha med desse hang likevel saman med oppdraget, som også var å foreslå kommersielle aktørar og moglege samarbeidspartnarar. Det var også viktig for oss å få ei spreing i kompetansar som er relevante for museet.

Hovudpoenget med workshopen var å få med så mange forskjellig innspel som mogleg. Workshopen vart gjennomført ved at deltakarane vart delt inn i fire grupper med så stor spreing som mogleg i erfaring, bakgrunn og interesser. I tillegg til Kirsti M. Hjemdahl og Line Grønstad var dermed desse til stades i Krutthuset på Lasarethøgda 10 februar 2010:

Roy Bjerke	Dyreparken AS
Bentein Baardsen	Kilden IKS
Nina Stokseth Nilsen	Arkitekt
Jan Willy Føreland	PTL AS
Åkki Lidi	Drømmeplassen AS
Anna Berthelsen	Kunstnar på Odderøya
Jarle Torkildsen	Naturexpo AS
Eddi Tjomsaas	Naturexpo AS
Solveig Knutsen	Rock City
Klaus Olesen	Bragdøya Kystlag, frivillig sektor
Jo van der Eynden	Lindenes kystmuseum
Steinar Eilertsen	Vest-Agder fylkeskommune
Gunnar Eikli	Porto franco
Ragnar Evensen	Kristiansand kommune, teknisk
Annelise Hornang	Kristiansand kommune, kultur
Gøril Mortensen	Grønn Strek AS
Kristian Landmark	Kaperprosjekt
Jan Henrik Munksgaard	Vest-Agder-museet
Marianne L Nielsen	Vest-Agder-museet
Agnete Kjellin	Vest-Agder-museet
Nils Magne Haakegård	Vest-Agder-museet
Sarah Holst Kjær	BI forskar
Per Strömberg	BI forskar

På kvar gruppe var det med ein person frå museet og ein forskar. Forskaren fungerte som skribar, og diskusjonane slik dei blir framstilt her er grunna i referata frå forskarane. Per Strömberg og Sarah Holst Kjær skal ha stor takk for hjelpa med dette, og for gode innspel i forkant og etterkant av workshopen. Diskusjonane var lagt opp slik at formålet og visjonane til museet spela ei aktiv rolle.

Punkt ein i oppdraget, å vidareutvikle museet sine eigne planar og idear, vart gjort ved at museet sine folk tok del i diskusjonane i gruppene, og kom med sine refleksjonar og innspel. I tillegg har vi tatt utgangspunkt i rapporten *Nytt museumsområde på Odderøya* (2009) i arbeidet med denne rapporten. Sjølv om workshopen vart noko museumstung på deltakarsida, er det viktig at dei som har vore med på endringsprosessane, og som framleis er med, får med seg innspela herfrå. Slik blir arbeidet i større grad ein del av det som museet driv med.

Punkt to, å finne konkrete måtar å gjere denne delen av museumsområdet på, både i regi av museet, og som samarbeid med kommersielle aktørar, vart løyst ved å samle ressurspersonar i workshopen for så å diskutere eit maritimt opplevingssenter saman. I tillegg baserer rapporten seg på benchmarkinganalyser gjort i forkant av workshopen, og på studie av tilgjengeleg litteratur som tek for seg museumsrelevante spørsmål. Å komme med forslag til kommersielle aktørar, har vi gjort ved å invitere eit breitt utval av menneske til workshopen. Mange av desse kan det etter vår meining vere fruktbart å halde kontakt med vidare i arbeidet.

Punkt tre, å gje eksemplar på historier som kan bli fortalt, vart oppfylt i stort monn under workshopen. Mykje av innspela derfrå har blitt vidareutvikla i denne rapporten basert på tilgjengeleg litteratur. Dei kan i stor grad sjåast som utgangspunkt for vidare tenking i tillegg til å stå som sjølvstendige idear.

Punkt fire, å vise til nødvendig tilrettelegging for å få realisert ideane, er gjort gjennom inkludering av innspel frå workshopdeltakarane, men det er også inkludert ein del frå tilgjengeleg litteratur i denne rapporten. Slik tilrettelegging er diskutert meir ut frå ein prinsipiell karakter sidan det praktiske arbeidet må gjerast saman med arkitektar og andre som skal koplast på seinare.

Barna frå fjerdeklasse vart spurt om kva som er kjekt og ikkje kjekt med museum, og vi delte også nokre av våre idear med dei for å høyre kva dei synst om forslaga våre. Vi besøkte dei på skulen, og fekk god hjelp av alle barna og av læraren deira, noko vi er svært takksame for.

Workshopen vart heldt i Krutthuset på Lasarettøyden på Odderøya, og dette gjorde at deltakarane i større grad kunne sjå for seg Nodeviga. Kombinasjonen av erfaringar gjorde det mogleg å samle og vidareutvikle idear for korleis eit maritimt opplevingssenter kan gjerast, og det var også mogleg å få fram ein del omsyn som bør takast i den vidare prosessen og i sjølve planleggingsarbeidet.

Det var mange ulike tema som dukka opp under workshopen, og i den vidare teksten er dei fleste av desse tatt opp, basert på argumentasjonen, innspel og synspunkt frå deltakarane, slik dei kom fram i referata frå gruppene. Nokre av tema vart diskutert av alle fire gruppene, medan andre vart nemnt berre av ei eller to grupper. Her er mange teken med,

og diskutert vidare ut frå eksempel, litteratur og synspunkt frå barnestemmene.



Bilete 1 Ei barnestemme synst det er "gøye ting" på museum. Det er kjekt å kunne "lage kule ting". Likevel er museum "kjedeleg". Eit kapermuseum "høyrest litt gøy og litt kjedeleg ut", og ho ønskjer å "lage gitarar", og så kan det vere "kanonar".

1.2 Disposisjon

Vi vil byrje rapporten med å sjå på nokre museumstrendar og setja dei opp mot nokre tradisjonelle måtar å tenke museum på. I kapittel tre vil vi

diskutere formålet til Vest-Agder-museet og visjonane som museet har, som det maritime opplevingssenteret også vil vere ein del av. Kapittel fire tek for seg tilhøvet mellom opplevingssenteret og Odderøya, Kristiansand, regionen Sørlandet, og verda elles. Dette blir nødvendigvis ein kort diskusjon, der formålet er å skissere korleis museet må bli sett i samanheng med ein større, geografisk kontekst. I kapittel fem er det museums gjesten som står i fokus. Noko forskning frå andre stader blir presentert, og nokre måtar å tenke besøk på som ikkje nødvendigvis blir følgt av alle museum i dag. Mot det skisserte bakteppet av museologisk, geografisk, og besøkskontekst, kjem kapittel seks med MoMAP, eit forslag til korleis eit maritimt opplevingssenter kan gjerast som kapersenter. Kapittel sju tek for seg båtane, det einaste som uansett tema, må spele ei rolle på det maritime opplevingssenteret. Neste kapittel, nummer åtte, ser på kven som får sine historier fortalt på musea, og kven som får fortelje. Kapittel ni tek for seg ulike aktivitetar som kan ta plass på, og i regi av, opplevingssenteret, både grunna fysiske gjenstandar, forteljingar og teknologiske løysingar. Alle aktivitetane tek plass i tilknytning til den fysiske staden, og kapittel ti ser på Nodeviga som fysisk rom. Her kjem også tema som universell utforming og bygningar inn. Til sist, ser kapittel elleve på moglege inntektskjelder utanom statlege løyvingar og billettinntekter, der servering er i fokus. Men fyrst, byrjar vi med det tradisjonelle og det moderne museum, eller i alle fall nokre museumstrendar.

2. Museumstrender og det tradisjonelle museum

Visjonen til Vest-Agder-museet er å vere grensesprengande, og denne visjonen skal vi sjå meir på i kapittel tre. I ein samanheng der målet er å skape noko grensesprengande i museet, kan det vere fornuftig å byrje med å setje grensesprenginga inn i ein større, museologisk samanheng. Mykje er gjort før. I tillegg er det som blir sett som grensesprengande i museet og i samfunnet elles ikkje nødvendigvis det same. Her vil vi sjå på nokre fellestrekk ved norske museum dei siste hundre åra, og setje dei opp mot tendensar slik dei viser seg i mange museum, stortingsmeldingar og i museologisk forskning (til dømes Eriksen, 2009; Grønstad, 2009; Lundén, 2010; Velure, 1996).

2.1 Det tradisjonelle museum

Eit tradisjonelt museum er i stor grad prega av samlinga, og det er gjenstandar som står i fokus. I utstillingane er det gjerne ei viss avstand mellom gjesten og det som blir stilt ut. Denne avstanden viser seg i tid ved at gjenstanden er gammal, og i rom ved at den er skilt vekk frå gjesten gjennom glas eller ved hjelp av eit tau. Dette fører til at hovudsansen som gjesten brukar er auga, og resten av sanseapparatet i liten grad vert nytta. Det tradisjonelle museet er ein stad der ein lærer å tenke på visse måtar framfor andre, som etnolog Billy Ehn uttrykte det for godt over 20 år sidan (1986).

Verdien til gjenstandane er knytt til autentisitet som har nær samanheng med opphav og alder. Formålet med gjenstandsamlingane og musea har med identitet å gjere, både nasjonal og regional. Identitet har dermed blitt del av ein politisk diskurs, der nasjonstankegangen har blitt sett som nøytral, og musea har i utstillingane og i samlingane i liten grad opna opp

for at bileta som blir presentert kunne ha vore annleis (Bjorli, 2000). Snarare er målet å samle inn og stille ut ein heilskap, eller eit representativt utval, som bidreg til å skjule at det er mykje som ikkje er med. Ein motivasjon for å samle gjenstandane har lenge vore ei redsle for å miste det gamle som held på å forsvinne. Redsla for at noko skal gå tapt har vore forbunde med regional og nasjonal identitet (Eriksen, 2009: 74). Dette gjer at det er lett å hamne i ein konstant og trugande redningsaksjon som ikkje kan lukkast.



Bilete 2 Foto: Vest-Agder-museet

Mot eit bakteppe av det som vi har kalla det tradisjonelle museum, er det mogleg å tenke seg eit maritimt opplevingssenter som består av ei samling med gamle båtar av ulik alder, som søker å dekke heile regionen og alle tider. Gjennom alder, material og fagkunnskap er det mogleg å få samlinga til å "framstå meir autentisk enn fiskebrygga", som

museumsrøyser har hatt ønskje om tidlegare i dette arbeidet (Westersjø, 2009). Utgangspunktet for forteljingane som er utstilt er eit homogent "vi" som står for blikket på temaet og skin gjennom i tekstane, og det er eit "vi" som blir sett som naturleg, og ikkje stilt spørsmål ved. Dette "vi"-et er også avgrensa regionalt, slik at forteljingane i hovudsak involverer menneske og tema som har med Vest-Agder å gjere. Forteljingane har også i stor grad med "gamle dagar" å gjere, utan at linjer blir trekt til notid eller til andre stader. Sidan mest materiale finst om personar med ein viss status, blir skipparar og skipsverftseigarar fokusert på. Dette påverkar også "vi"-blikket, noko som gjer at det i stor grad blir eit "vi" av rike, kvite menn.

Kystkultursenter og museum som tek for seg livet langs norskekysten finst det mange av, og det er mange historier å fortelje. Båtar blir tekne vare på, og sentera og musea er unike på kvar sine plassar i stor grad gjennom si geografiske tilknytning. Likevel er det mange fellestrekk, og vi vil her argumentere for at eit maritimt opplevingssenter i Nodeviga i større grad bør tenke annleis, og vekk frå dette tradisjonelle biletet av kva ei båtavdeling eller eit båtmuseum kan vere. Det er så mange andre som gjer dette godt frå før, og det blir dermed enda vanskelegare å skilje seg ut og vere grensesprengande. Då kan det vere meir som blir gjort mogleg dersom Vest-Agder-museet i staden nyttar seg av nokre andre museumstrendar som kan anast i og utanfor musea, og ikkje minst i akademiske diskusjonar rundt kva musea gjer og kan vere.



Bilete 3. Foto: Anita Nilsen/Vest-Agder-museet

2.2 Museumstrender

I desse trendane er det museumsgjesten som står i fokus, ikkje samlinga. Dette inneber til dømes at i staden for berre å sjå er det fleire sansar involvert i formidlinga av utstillingane. Å gjere, og dermed kunne forstå på ein meir kroppslig måte enn berre ved å bruke auga, er ein måte å tenke museumsformidling på som gjennom ein del år har prega mykje museumsarbeid, utan at det nødvendigvis har påverka utforminga av utstillingar. Det har gjerne blitt ein tilleggsdimensjon. Som med fleire andre trendar lever dermed det tradisjonelle og det moderne museet parallelt, og blir brukt i varierende grad av musea. Historikaren Svante Beckman har lenge åtvara om at musea må ta dette langt meir på alvor. Allereie på byrjinga av 1980-tallet påsto han at når ivrige kulturarsentusiastar, amatørar, profetar og direktørar startar å bygge "fortidsland", vil antikvariske professorar bli ståande med deira autentiske, representative, høg-kvalitetsskjegg i postkassa (Beckman, 1993). Nokre ungdommar formulerer det slik: "Det er kjedelig med tradisjonelle museer og formidlingsformer, bedre med egenaktivitet og gruppearbeid: "Learning by doing"."¹ Dermed blir autentisiteten til museet knytt til aktiviteten i større grad enn opphavet til gjenstanden, og ulike medium og sansar er i bruk i formidlinga. Tema blir utforska i større grad, i staden for å stille opp ulike gjenstandar med visse fellestrekk (til dømes trebåtar frå Sørlandet), kan museet gå djupt inn i smalare tema. I denne utforskinga er det gjerne inkludert kjønn, funksjonshemmingar, og etnisitet, noko Mangfaldsåret i 2008 er eit eksempel på. Særleg i akademia og i museum i land med større diversitet i befolkninga, har spørsmål om makt blitt tatt opp (til dømes Barringer & Flynn, 1998; Grønstad, 2009; Karp, Kratz, Szwaya, & Ybarra-Frausto, 2006).

¹ Referat frå Ungdommens Kommunestyre, Søgne, 21.11.2006

Musea har som sitt mandat å ta vare på kulturarv, og dette inneber nødvendigvis at noko blir utelate. Ein kan ikkje "redde" alt, og bevisst eller ubevisst blir nokre former for kulturarv teken vare på i staden for andre. Dette gjer at større transparens i musea er nødvendig sidan idealet om nøytralitet aldri kan bli anna enn eit ideal. Trenden er å sjå på samtida i staden. Museet slepp å gå på konstante redningstokt fordi gjenstandar og historier skjer no, og det er mogleg å velje ut i frå tema i staden for at samlinga bestemmer utstillinga. Dette gjer det mogleg å ta stilling i vanskelege tema, og vise samfunnsengasjement, noko som også er vist til i St.mld. nr 49, *Framtidas museum* ("St.mld. nr 49. Framtidas museum. Forvaltning, forskning, formidling, fornying", 2008-2009). Det gjer det mogleg å tenke framover på ein anna måte, og sjå på korleis framtida kan bli. Dette er ikkje ein nyoppfunnen trend. I andre halvdel av 1800-talet var det fleire fiskerimuseum som var tenkt som utdanningsinstitusjonar for fiskarar. Her var det nyaste teknologi som gjaldt. Aalesunds Museum frå 1866 er eit eksempel på slik framtidsretta tenking i musea, med modellar av det som då var nye fiskebåtar (Eriksen, 2009: 66f). Ein siste trend som vi vil nemne her er dialog med brukarane til museet, både før, under og etter, produksjonen av utstillinga, og før, under og etter, museumsbesøket.

Eit mogleg scenario for eit maritimt opplevingssenter ut i frå desse trendane kan vere å bruke båtar og hamna som metafor, og tenke tema som ikkje nødvendigvis går konkret på eventuelle båtar og tilgjengelege samlingar. Ei hamn gjer det mogleg å sjå og reise utover, og dermed kan senteret brukast til å knyte band til andre land og stader. Band kan knytast mellom fortid og notid, i tillegg til framtid. Makt, kjønn, funksjonshemmingar og etnisitet kan arbeidast med ved å la historiene bli fortalt gjennom røystene til enkeltpersonar, og gjerne fleire som fortel om

same hending. Stemmene tilhører kvinner, menn, barn og personar frå ulike klassebakgrunn, med ulike formar for funksjonshemmingar, og etnisitet. Sørlandet har aldri vore fri for impulsar frå andre stader, om det er sjøfolk som har reist ut, eller innflyttarar og besøkande som kjem hit, og dette vil det vere naturleg å ha med i Nodeviga. Slike stemmer gjer det mogleg å vere meir kritisk, og komme med ulike perspektiv, og dei gjer det mogleg å sjå Vest-Agder i samanheng med resten av verda. Senteret vil likevel ikkje skjule seg bak ulike røyster dersom kontroversielle historier blir fortalt, det vil også ta stilling til aktuelle tema, både i utstillingar og i media, noko også Kathrin Pabst frå Vest-Agder-museet meiner (14.01.2010).

2.3 Oppsummering

Her har vi vist til nyare trendar der museumsgjesten er i fokus i staden for samlinga. Autentisitet er knytt til bruk heller enn alder. Tema som blir tatt opp blir utforska meir enn utstilt, og i staden for å hevde seg nøytrale tek museet stilling. Det er observant på kjønn, etnisitet og tilgjenge. Gjesten er involvert både før, under og etter produksjonen av utstillingane.



Bilete 4. Frihavnsdagane 2009. Foto: Marianne L. Nielsen/Vest-Agder-museet

3. Vest-Agder-museet – formål og visjonar

Visjonen til Vest-Agder-museet, og dermed også for det maritime opplevingssenteret, er som sagt å vere grensesprengande. Derfor er det viktig å sjå Vest-Agder-museet i forhold til ein internasjonal definisjon for musea, og på den måten sette museet inn i ein museumsteoretisk samanheng. Vidare inkluderer vi nokre synspunkt og refleksjonar rundt kva eit museum er, slik dei også kom fram under diskusjonane rundt visjonane som vart gjort i workshopen².

3.1 Formålet

Vest-Agder-museet er ei samanslutning av åtte kulturhistoriske museum som ligg i Vest-Agder. Museet er eit interkommunalt selskap eigd av fylkeskommunen og alle kommunane i Vest-Agder. Vest-Agder-museet Kristiansand er hovudsakleg eit friluftsmuseum med rundt førti hus frå Vest-Agder. Det vart grunnlagd i 1903, men dei fyrste husa kom til allereie i 1902. Formåla til museet er å samle inn, registrere og dokumentere det kulturhistoriske gjenstandsmaterialet; oppbevare, magasinere og konservere gjenstandane; skape ny kunnskap om, og forståing for

² For å få fram desse har vi velt å inkludere workshopdeltakarane som ulike former for stemmer. Utviklarstemmene består av Jan Willy Føreland, Gøril Mortensen, Nina Stokseth Nilsen, Eddi Tjomsaas og Jarle Torkildsen. Offentlege stemmer tilhøyrer Ragnar Evensen, Annelise Hornang og Steinar Eilertsen. Kystkulturstemmene tilhøyrer Gunnar Eikli, Jo van der Eyden, og Klaus Olesen. Dei kommersielle stemmene er Roy Bjerke og Åkki Lidi. Kulturstemmene tilhøyrer Anna Berthelsen, Bentein Baardsen, Solveig Knutsen og Kristian Landmark. Museumsstemmene er representert av Nils Magne Haakegård, Agnete Kjellin, Marianne L. Nielsen og Jan Henrik Munksgaard. Forskarstemmene er, forutan forfattarane av denne rapporten, også Per Strömberg og Sarah Holst Kjær. Barnestemmene vi refererer til kjem frå 27 fjerdeklassingar. Det betyr ikkje at det alltid er semje innanfor dei ulike stemmene.

landsdelen si kulturhistorie gjennom forskning; og formidle kunnskapen museet har slik at den blir gjort tilgjengeleg for alle. Formåla museet har sett for eiga verksemd har definisjonen ICOM (International Committee of Museums) Noreg nyttar som grunnpilar:

Et museum er en permanent institusjon, ikke basert på profitt, som skal tjene samfunnet og dets utvikling og være åpent for publikum; som samler inn, bevarer/konserverer, forsker i, formidler og stiller ut materielle og immaterielle vitnesbyrd om mennesker og deres omgivelser i studie-, utdannings- og underholdningsøyemed (ICOM Noreg)

Definisjonen nytta av ICOM fokuserer på å tene samfunnet, noko som i dag i stor grad blir sett som sjølvsgagt, men som kom inn i definisjonen på 1970-talet, dels som ei følgje av økomuseumsrøyrsla, og ei demokratisering av museumsinstitusjonen. I dag blir det lagt stadig større vekt på samfunnsrolla til musea, som til dømes i st.mld. 49, *Framtidas museum* (2008-2009), som formulerer det slik: "Et overordnet perspektiv [for utvikling av musea sitt innhald og aktivitetar] er museenes samfunnsrolle. Museene skal være profilerte samfunnsinstitusjoner" (2008-2009: 10). I dette forprosjektet er menneska i samfunnet rundt Vest-Agder-museet heile tida i fokus, både i utstillingane og som besøkande til museumshamna, og museet blir sett som ein samfunnsaktør.

At musea kan ha samlingar av immateriell kulturarv kom med i ICOM sin definisjon i 2007, sjølv om dei i praksis har hatt det lenge. Dette har vore særskilt viktig i regionar og for menneske med lite materielle vitnesbyrd, og gjer det mogleg å inkludere livsforteljingar, dans, språklege uttrykk og andre formar for kulturhistorie som ikkje botnar i gjenstandar. Både

inkluderinga av samfunnet som grunngeving for å ha museet, og immateriell kulturarv som viktige vitnesbyrd, seier noko om ei utvikling av tanken bak kva eit museum kan og skal vere.

3.2 Grensesprengande visjonar

Musea er ei svært sterk merkevare, hevdar utviklarstemmer, men med nokre mindre attraktive idear inkludert. Utfordringa blir dermed å få eit nytt, positivt innhald. 'Museum' har likevel ein stor grad av truverd. Ein lyttar til og respekterer det som museet kjem med. Visjonen for Vest-Agder-museet er å vere grensesprengande, både internt i museet, men også mot omverda. Internt er det mentale grenser, tekniske grenser og kompetansgrenser som skal sprengast. Eksternt skal geografiske grenser, økonomiske grenser, publikumsgrenser, samfunnet sine mentale museumsgrenser, media sine grenser, og undervisningssektoren sine grenser sprengast (Westersjø, 2009). Men "vi skal ikkje lage museum for å sprengje grenser", seier ei forskarstemme. Aktivitetane som museet gjer skal i staden ha som ei naturleg følgje at grenser blir sprengd, det skal ikkje vere eit mål i seg sjølv. "Kvifor ikkje?", spør ei anna forskarstemme. "Dersom museet har som formål å vere grensesprengande kan det vere det er det dei treng for å gjere arbeide som trengst. I staden er eg redd det er lett å la ting bli ved det gamle, at dette skal vere nett ei unnskylding for å ikkje gjere noko nytt". Vi vil argumentere med at det er fornuftig med grensesprenging i visjonane på dette stadiet. På lengre sikt bør grensesprenging vere ei naturleg følgje i arbeidet som blir gjort, og treng ikkje lengre vere eksplisitt i visjonen.

Diskusjonen rundt visjonen deler den i to – ein om museet sine egne grenser og ein om samfunnet sine grenser.

3.2.1 Museet sine mentale grenser

"Vi skal revolusjonere omdømmet vårt!" seier museumsstemmene. "No er vi oppfatta som snevre". Dels har mange i musea vore snevre, noko som er i endring i dag, og "dels er det grunna i låge budsjett og manglande pengar", forklarar dei. Både kulturstemmer, kommersielle stemmer og utviklarstemmer konkluderer med at det er heilt nødvendig for museet å auke aktiviteten retta mot samfunnet, sjølv om dette berre er eit av fleire "dårlege samvitar", slik museumsstemmene skildrar det, i tillegg til forskingsområdet og innsamlingspliktene. "Gjennom fattigdom", seier dei, "så har vi fått ein nedgåande spiral mens resten av verda har gått oppover". Det vil dermed vere grensesprengande for museet å sjå opp og utover, og setja "publikum i fokus". Både museumsstemmene og kulturhistoriestemmene argumenterer for å nytte det maritime opplevingssenteret som ein stad som driv med formidling, og som dermed ikkje treng legga til rette for samling, forskning og å ta vare på samlingane. Det kan gjerast andre stader på museet. Det må satsast på dei som skal formidle forteljingane på museet, noko som gjerne er prioritert ned mange stader, hevdar kulturhistoriestemmene. Forskarane kan dermed halde på med sitt i staden for å formidle og "kanskje skremme vettet av folk". Barnestemmene er også opptekne av formidlinga i musea. "Det som er kjedeleg er når vakta bablar i mange timar". Berre det at barna kallar formidlaren for "vakt" seier noko om rolla dei ser. Ei haldning er altså at konservatorane og forskarane på musea i liten grad har evna til å vere gode formidlarar og dermed snakke eit enkelt språk. Dette kan nok diskutast meir, for vi vil også argumentere med at om formidlaren ikkje kan noko om det som ho formidlar, så er heller ikkje det ein fordel. Konklusjonen kan vere at formidlarane må vere flinke til å få fram budskapet og kommunisere med gjestane, i tillegg til å bygge formidlinga på kunnskap om temaet.



Bilete 5. Pause i filminspelning i regi av Vest-Agder-museet, april 2010. Foto: Arve Lindvig/Vest-Agder-museet

Museet blir oppfordra av eigne museumsstemmer til "å ta stilling og våge å vere kontroversielle". Skal museet vere relevant må det vere synleg i det daglege, vise relevans i forhold til samtida, og "våge å bruke fagkompetansen i forhold til det å meine noko". Dette stemmer med observasjonen til sosialantropologen Tone Fredriksen Ydse. Ho peikar på ei endring i handlingsrommet til institusjonane dei siste ti åra. Frå å drive hovudsakleg med samling og bevaring, er det no meir fokus på musea som handlande. Ho skriv at "[d]et hevdes at de skal *spille* en rolle, *delta* i samfunnsdebatten, og gjerne *innta* et problemorientert og samfunnskritisk standpunkt" (hennar kursivering) (2007: 14). Kathrin Pabst, konservator ved Vest-Agder-museet, seier i ein kronikk seg samd i behovet for at musea spelar ei aktiv rolle i samfunnet (14.01.2010). Ved å

skrive denne kronikken så gjer ho nett det. Det er ei god byrjing, eller fortsetjing, på Vest-Agder-museet sitt arbeid i så måte, og del av ei samtale rundt museet sin funksjon i samfunnet museet fungerer i.

3.2.2 Samfunnet sine mentale museumsgrenser

Treng samfunnet eigentleg å utvide sine museumsgrenser? På den eine sida, seier forskarstemmene, er det lite av det som museet vil komme med av "nye" og "grensesprengande" aktivitetar som vil bli oppfatta som dette av samfunnet. På den andre sida, fortset forskarstemmene, kan det også argumenterast med at utstillingar har skapa furore ved fleire høve, til dømes når dei tek stilling til, eller tek opp, kontroversielle tema.

Eit anna argument for å søke å endre oppfatningar av museet i samfunnet er at det er negativt lada å "vere som eit museum" eller å vere "museumsvaktar". Begge uttrykka impliserer stillstand og ønske om preservering. Men eit ønskje om å endre samfunnets sine mentale museumsgrenser, å få folk til å endre oppfatningar av kva musea er, ber preg av at samfunnet må tilpasse seg museet. Ei slik haldning, meiner museumsstemmene, var slik musea tenkte tidlegare. Dei opplever sjølve at dette er i endring. Museet må sjølv auke eigen relevans for menneska rundt seg. Om det er ved å marknadsføre tilboda som allereie finst betre, eller om det treng å gjere større endringar i tilbodet, er det større diskusjonar rundt. Likevel vil vi hevde at musea ofte blir sett som viktige sjølv om den enkelte ikkje brukar museet i særleg grad sjølv. Det som blir musea si oppgåve ut frå eit slikt perspektiv blir å auke relevansen museet har for folk sin kvardag.

3.2.3 Andre grensesprengande visjonar

Det er mange historier som ligg i regionen som ikkje blir snakka om i dag i særleg grad, og fleire blir nemnt vidare i rapporten. Museumsstemmene

seier at "feilen for mange museum er at dei lagar idyllar", og berre har med dei vakre historiene. I staden kan det godt vere "sveitt, skittent, ekkelt". Utviklarstemmene er derimot av oppfatninga at det som skal vere grensesprengande er formidlingsformene snarare enn det som blir formidla. "Heile regionen må vere del av formidlinga", er oppfordringa frå kulturhistoriestemmene. Eit eksempel på formidling frå kulturstemmene er eit museum som sender formidlarar på førehand ut til gruppene som skal besøke dei, for å fortelje om det som dei skal få sjå og gje basiskunnskap i tema som elles kunne vere fjerne for dei. Då blir museumsopplevinga meir av ei oppdaging enn ei oppleving, noko som blir haldt fram som positivt.



Bilete 6. Filminnspeling i regi av Vest-Agder-museet, april 2010. Foto: Arve Lindvig/Vest-Agder-museet

Vi vil argumentere for at det ikkje treng vere noko motsetnad mellom å vere grensesprengande for museet, og det å sprengje samfunnet sine grenser. For begge grensene er det historiene som blir fortalt, og måtane dei blir velt ut og fortalt på, som treng fokus.

3.2.4 Sprenging av grensene mellom visjonane?

Det var mest heile tida under workshopen klare skiljeliner mellom eit "samfunn" og eit "museum", som rettnok er i kontakt med kvarandre, men fungerer som to skilde kategoriar der grensa i lita grad vart tøygd eller forsøkt sprengt. Ei grense som ikkje spesifikt står i visjonane er nett denne grensa mellom museum og samfunn. Både i diskusjonane i gruppene og i mykje av museums litteraturen er det klare grenser for kven som skal gjere kva. Dei som arbeider i musea har rolla som dei innovative, og som tilrettelegg for gode museumsopplevingar. Dei skal og vere aktive meningsytrarar i samfunnet. Samfunnet består av besøkande og potensielle besøkande til museet. Dei museumstilsette vart sett som ekspertar og dei besøkande som brukarar av ekspertisen. Kan ein tenke seg å invitere brukarane meir aktivt inn i produksjonen av utstillingar og den direkte vidareutviklinga av musea? Dette er ein trend som er på veg også til Noreg, noko som viser seg til dømes i konferansen *Jo fleire kokkar, jo betre søl* arrangert av ABM-utvikling i mars 2010, der brukarmedverknad sto i fokus for museum, bibliotek og arkiv i dei nordiske landa og i Storbritannia (sjå meir hos Brække, 2010).

Siste nytt i teknologi vart snakka om på workshopen, men til dømes teknologi som kan brukast for å kommentere fortløpande utstillingar, aktivitetar og nettsider vart ikkje nemnt. Kanskje dette var eit utslag av behovet for å sprengja både museet sine grenser og samfunnet, med workshopdeltakarane som eksempel, sine grenser. Nokre innsikter som leikar med grensa mellom museet og samfunnet vart likevel nemnt. Eit

eksempel frå kulturstemmene er behovet for å vere i nær kontakt med ulike kompetansmiljø innan til dømes teknologi, teater og musikk. Vi foreslår at dette blir utforska vidare, og at det blir meir brukarstyring i musea, til dømes i val av tema og vinklingar til tema. Dette kjem vi tilbake til i rapporten. Museet må også vidareutvikle seg, og brukarane til det maritime opplevingssenteret er i så måte ressursar som kan nyttast for å få gode innspel til kva som fungerer og kva som trengst for at det skal fungere betre.

3.3 Oppsummering

I dette kapitlet er det visjonen og formålet til Vest-Agder-museet som har stått i fokus. Formålet tek utgangspunkt i ICOM sin definisjon på museum, med samling, oppbevaring, forskning og formidling som nøkkelord i begge. Sidan det maritime opplevingssenteret blir del av museet, kan fokus vere på formidling, og det som blir gjort av forskning, samling og oppbevaring, kan gjerast som del av formidlinga. Visjonen til museet er å vere grensesprengande for museet og for samfunnet. Dette kan gjerast ved at museet endrar seg sjølv og si eiga framstilling, og gjer seg meir relevant. Ei tredje grense som vi har hevda kan sprengast er den mellom samfunnet og museet, og auka brukarmedverknad kan vere noko å sjå på for museet vidare, før vi i neste kapittel ser Nodeviga som stad i ein geografisk samanheng.

Bilete 7. Filminnspeiling i regi av Vest-Agder-museet, april 2010. Foto: Arve Lindvig/Vest-Agder-museet



4. Nodeviga på Odderøya, på Sørlandet, og i verda

Mange stemmer argumenter for å sjå Nodeviga i samanheng med Odderøya, i samanheng med Kristiansand og regionen Sørlandet, og i internasjonale samanhengar. For både kulturhistoriestemmene og utviklarstemmene er det vanskeleg å tenke konkret på korleis Nodeviga kan gjerast utan å ha tenkt på kva som skal skje med resten av Odderøya og regionen Sørlandet. Her ser vi Nodeviga som del av Odderøya, så Nodeviga og regionen Sørlandet, og til slutt Nodeviga og verda.



Bilete 8. Nodeviga mellom Odderøya nedst, og Kristiansand by øvst. Fotografiet tilhøyrer Vest-Agder-museet.

4.1 Nodeviga og Odderøya

”Museet sit på gullkortet” seier dei kommersielle stemmene. Museet har i dag reguleringsplanane på si side og dei beste historiene. Reguleringsplanane har vore omstridde, og det er mykje motstand blant ein del, særskilt aktørar som held til på Odderøya, mot sjølv flyttinga av museet. Som kulturstemmer påpeika; ”Den største utfordringa er at folk ikkje vil ha museet på Odderøya. Det er dårlig folkestemning”. Sjølv om ikkje prosjektet ”maritimt opplevingscenter” er like omstridt i seg sjølv, er det viktig å ha med seg utfordringa som motstanden inneber.

For dei offentlege stemmene er det eit absolutt krav om at museet ikkje stenger seg inne, og ”ingen gjerder” kan stenge museumsområdet inne. Det må vere tilgjengeleg heile tida, og arealet det ligg på må framleis vere mogleg å bruke til turar og anna, heile døgnet og heile året.

Utviklarstemmene foreslår å danne ”Odderøya Utvikling AS”. Utan at organisasjonsforma vart diskutert nærare, namnet var meir som ein arbeidstittel å rekne, argumenterer dei for kvifor det er nødvendig med eit samarbeid mellom aktørane som allereie er på Odderøya. Eit slikt selskap kan sørgje for auka kommunikasjon mellom dei ulike aktørane, arrangere felleshendingar og drive med marknadsføring for heile øya. Ein slik aktør står sterkare politisk, og kan også arbeide opp mot andre aktørar utanfor øya. I ein slik organisasjon må det vere både offentlege og private aktørar, og alle dei som er på Odderøya må vere representert. Ønskje er at heilskapen på øya vert teken vare på, og føresetnaden er at det ikkje treng vere noko motsetnader mellom til dømes Kilden, friluftsiinteresser, kunstnarar, musikkmiljø og museet. Museet må utviklast på museale premiss, men Odderøya kan også ha ein overordna visjon som museet og dei andre aktørane må ta del i.

Organisasjonen kan invitere inn kommersielle aktørar for å få heilårsdrift, men "på Odderøya sine premiss, og på kulturen sine premiss", seier kulturstemmene. Ved å samarbeide kan ein i lag tilby til dømes unike konferanselokale. Det er ikkje nødvendigvis samanfallande mål mellom enkeltaktørar på Odderøya og museet, og det er viktig å vere merksam på dette når ein set saman gruppa. Arbeidet i ein slik utviklingsorganisasjon må, blir det nemnt, kunne skilje mellom utviklinga av Nodeviga og av Odderøya.

Museumsstemmene peikar på at dei ikkje har kompetanse på alt, og no har "vi fått mandat til at sjå heilskapen og kombinasjonen av alt frå næring, kultur, reguleringsplanar, og innhaldsproduksjon til vassforsyning". Det handlar om at "ein skal bruke kompetansen på det ein er god på". Her kan ein fellesaktør for Odderøya bidra. Det er også viktig, seier dei offentlege stemmene, at politikarane er med, og for å få til det, legg utviklarstemmene til, er det nødvendig å ha noko "konkret". Det offentlege må setja premissa i motsetnad til private bedrifter, men med premiss kjem også eit økonomisk ansvar, seier forskarstemmene. Et felles selskap med eit felles mål, er ønska, og her må ein "ikkje vere redd for næringslivsinteressentar", seier dei kommersielle stemmene. Eit forslag er å sørgje for marknadsføring av Odderøya fyrst, og dei ulike aktørane som del av den større merkevaren.

En slik aktør må visast fram. Kommandantboligen blir foreslått av både utviklarstemmene og av kulturhistoriestemmene som lokale for "Odderøya Utvikling AS". Kulturhistoriestemmene ser for seg "øvre etasje med fagkompetent utvikling, nedste etasje med sal og service". Kunnskap om og tilbod om alle opplevingstilboda på Odderøya kan finnast her, og i tillegg vert det sett på og jobba med nye tilbod, både kulturelle og kommersielle, og både på kort sikt og på lang sikt. Her kan ein få

informasjon om heile regionen, for eksempel båtturar til Bragdøya og firsafarier. Eit tilsvarande overordna knutepunkt for opplevingar manglar no. Ein slik organisasjon må også arbeide med spørsmålet "Kva ønskjer vi med Odderøya?", og dei offentlege stemmene hevdar at dette ikkje er eit spørsmål berre for Kristiansand. Det er rett og slett eit "heile Sørlandets Odderøya".

4.2 Kristiansand og region Sørlandet

Felles for både kulturstemmene og dei kommersielle stemmene er haldninga at "alle må tenke Sørlandet, ikkje enkeltinstitusjonen". Kulturtilbod som til saman dekkjer ulike tema og aldersgrupper vil styrke attraktiviteten til regionen. Eit utstrakt samarbeid gjer det mogleg å ha mindre utstillingar til dømes i Dyreparken eller på Kilden, og dermed utvide kundegrunnet for museet samstundes som at tilbodet blir auka på dei andre stadene.

Såkalla Hot-spot-utstillingar er eit museumsformat som kunne utfordrast og brukast langt meir. Dei er temporære miniutstillingar som tek for seg kontroversielle tema. I dag blir dei mest brukt i musea, på bibliotek og liknande "ufarlige" plassar³. I tillegg til å fungere som inndragarar til musea gjennom meir utradisjonelle kommunikasjonsarenaer, som kommersielle temaparkar, ferjer, festivalar og handlegater, kunne vi tenke oss å gjere det mogleg at museet spesialdesignar Hot-spots til dei konkrete kontekstane som ein ikkje elles nødvendigvis kjem i kontakt med. Kva ønskjer ein å kommunisere til passasjerane som kjem til landsdelen via Danmarksferjene eller står i kø for å komme inn i Dyreparken? Kan ein utforme Hot-spots som kommenterar oppsetningar

³ www.abm-utvikling.no/tverrsektorielt/hotspot, 11. okt. 2009

på Kilden, eller festivalprogramma innan hard rock, folkemusikk, kammermusikk, eller jazz?



Bilete 9. Nodeviga sett frå byen med Lasarettet oppe til venstre, og kajakklubben i det raude bygget til venstre. Foto: Arve Lindvig/Vest-Agder-museet.

Nodeviga og Odderøya, gjerne med servicesenter i Kommandantboligen, er ein unik stad til å presentere landsdelens særpreg og historie og gjerne moderne historie og samtidskunst. Staden kan dermed fungere som eit "regionalt utstillingsvindauge" som "viser folk vidare", seier kulturhistoriestemmene. Kristiansand kan fungere som ein attraksjon i seg sjølv, med Kilden, balustraden og Fiskebrygga i samanheng. Samstundes er det viktig at det ikkje blir eit bymuseum, men eit regionmuseum med fokus på landsdelen.

Utviklarstemmene foreslår å sjå på Nodeviga som hamn, og dermed som utgangspunkt for vidare reiser. For eksempel finst det mange stader som kan virke som satellittar – fyra, uthamnene, og forta. Ein slik måte å tenke hamn på gjer også at ein kan sjå Kristiansand som eit nasjonalt senter for maritime opplevingar der Nodeviga blir sett i samanheng med mellom anna industrien på Bredalsholmen, det moderne hamnetilløpet i byen, og

primærnæringa på Bragdøya. Fordi det finst så mykje som kan knytast saman med Nodeviga er det mogleg å vere "meir leiken og meir på forteljinga", seier kulturhistoriestemmene. I det totale tilbodet vil det likevel vere ei breiare dekking av kystkulturen, og det er dermed "fagleg legitimitet i det totale tilbodet", sjølv om ikkje Nodeviga i seg sjølv har som formål å dekke alle periodar og relevante tema.

Kysthistorie blir tatt for seg i fleire ulike samanhengar på Sørlandet. Porto Franco er eit prosjekt som har arbeidd både med samlokalisering av dei mange verneverdige båtane som finst i regionen, og med frihamnskonseptet der kultur møte har vore i fokus og båtane har vore sett som metaforar for nett desse møta (www.portofranco.no/, 13. april 2010). Eit anna prosjekt som startar i desse dagar (2010) er Fremtidskyster, eit InterReg-prosjekt der Vest-Agder fylke samarbeider med fylker i Sverige og i Danmark om å utvikle kystområda, med fokus på auka privatisering av fiskeressursane, auka i turisme og miljøvennleg bruk av kysten⁴.

4.3 Nodeviga i verda

Ei hamn er ein stad ein kjem til, men også ein stad ein dreg i frå. Kulturhistoriestemmene foreslår difor "kultur møte som den maritime aktiviteten fører med seg" som utgangspunkt. Det er ei "spenning på godt og vondt mellom det fjerne og nære og korleis det har forma Sørlandet". I forlenginga av dette blir det dermed mogleg å sjå på kultur møte no og før. Både praktisk og som metafor gjer eit maritimt opplevingssenter i ei hamn det mogleg, og kanskje til og med nødvendig, å overskride grensene mellom nett det nære og det fjerne. I staden for å dele opp området

⁴ www.oresund.org/greenhouse/projects/project-folder/framtidskuster, 13. april 2010

geografisk etter storleik som vi har gjort her, kunne vi ha teke utgangspunkt i det som faktisk skjer i geografien. Det er vanskeleg å trekke skiljeliner mellom kva som er det relevante geografiske området og ikkje for det maritime opplevingssenteret. Ved å sjå på *kultur møta* i staden, blir Nodeviga eit punkt i eit stort nett med uendelege mengder forteljingar og historier.

4.4 Oppsummering

Vi har i dette kapitlet argumentert for at det maritime opplevingssenteret vanskeleg kan sjåast utanfor samanhengen det er i. Denne samanhengen kan sjåast som Odderøya, der "Odderøya Utvikling AS" er foreslått som fellesaktør for dei ulike aktørane som held til på øya. Fellesaktøren kan drive med utvikling av øya, men også med kontakt mellom aktørane og mellom aktørane og omverda. Samanhengen kan også sjåast som Sørlandet, der det for mange er viktig at museet tilhøyrer heile Sørlandet, og ikkje berre Kristiansand. Til sist kan samanhengen forståast som verda. Som hamn er Nodeviga ein metaforisk og ein reell stad for utfart og heimkomst, som kan gje rom for mange typar forteljingar. Dette gjeld særskilt om det blir sett som eit punkt i eit nett heller enn del av eit geografisk avgrensa område. Nettet består av mange forskjellige møte, og dermed ei uendeleg mengd med forteljingar.

5. Museumsgjesten

Møta mellom menneske i tilknytning til hamna, skjer også med og mellom, dei besøkande. I dette kapitlet vil vi diskutere nokre haldningar til publikumsinvolvering og utvikling av publikummet til museet.

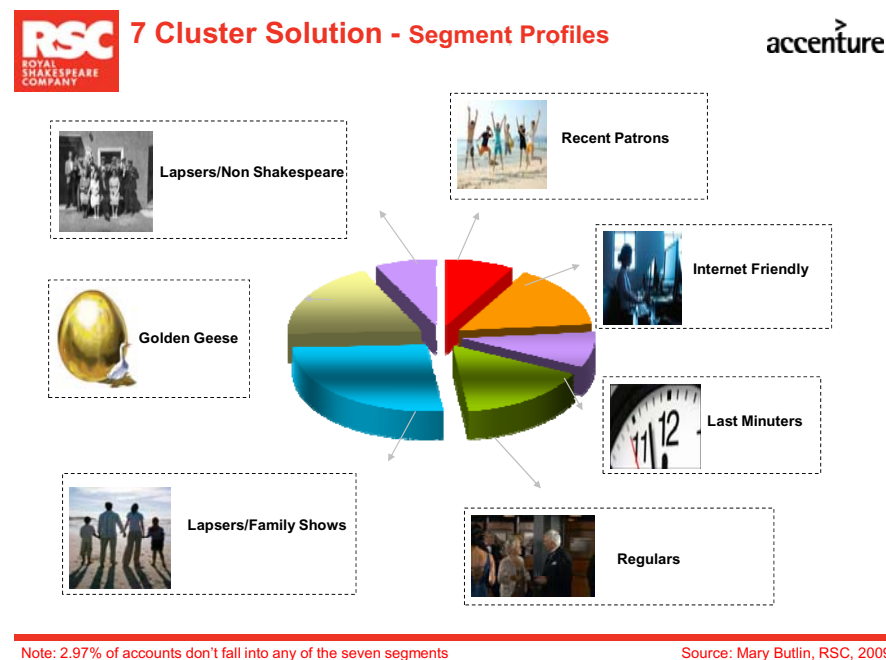
5.1 Publikumsundersøkingar og involvering

Det er viktig å vite kven gjesten er, og kva gruppe det er interessant å nå. Det kan vere lurt å vite noko om kven som ikkje ser museet som relevant, og kvifor det (typisk lågare utdanning, eller oppvekst i kulturar der museumsgåing ikkje har vore relevant (Einarsen, 2005)). Ein har som ABM-institusjon⁵ visse plikter om å nå mange, og kartleggingar av dei som vitjar museet og ikkje minst dei som ikkje gjer det, kan vere fornuftige i høve til forsøk på å inkludere tema relevant for større, og andre, grupper. Kulturdepartementet foreslår i *Framtidas museum* at ABM-utvikling set i gang initiativ for å gjere publikumsundersøkingar ved musea, noko som dermed, blir det skrive, betrar grunnlaget for å arbeide målretta med formidlingstiltak ("St.mld. nr 49. Framtidas museum. Forvaltning, forskning, formidling, fornying", 2008-2009: 157). Norsk Oljemuseum i Stavanger er eit eksempel på ein institusjon som har jamlege publikumsundersøkingar for å sjå korleis publikummet endrar seg (Vinje, 2009).

Meir lokalt er Kristiansand Dyrepark den aktøren som lengst og mest bevist har utvikla verksemda systematisk med fokus på gjenkjøp (sidan 1999). Det vil seie at ein ikkje berre har jamlege publikumsundersøkingar som gir kunnskap om kven dei besøkande er, kor dei kjem frå, og korleis

⁵ ABM står for arkiv, bibliotek og museum.

dei opplevde besøket i parken, men også ei systematisk oppfølging gjennom fokusgrupper i etterkant av besøk. Resultata frå same periode viser utvikling med eit gjenkjøp på 9 av 10, og publikumsrekord 9 av de 10 siste årene (frå ca 500 000 til nær 700 000 årlig besøkande).



Modell 1: Basert på sju segmentsprofiler dekker Royal Shakespeare Company 97 % av publikummet sitt. Høg kunnskap om eige publikum, og systematisk utvikling basert på dette, gir både auke i sal og nye kundegrupper til teateret.

Internasjonalt har teateret Royal Shakespeare Company i Stratford-upon-Avon i Storbritannia mykje erfaring med publikumsarbeid, og har ein person tilsett på fulltid for å arbeide med "publikumsinvolvering" (audience involvement). Dette omgrepet har erstatta det tidlegare mykje

brukte "publikumsutvikling" (audience development) for å vise til at dette er ein aktiv prosess for både kulturaktør og for brukarane (Roy, 07.12.2009). Utfordringa for Royal Shakespeare Company er ikkje berre å auke talet på besøkande, og selje ut forestillingane tidlegast mogleg. Like viktig er målet å endre demografien til dei som kjem, slik at grupper som tidlegare ikkje kom, no ser på teateret som eit tilbod som inkluderer dei også. Sjølv om dei meir kjende stykka oftast er utselde, er det også eit ønske om å få fleire folk på smalare teaterstykke, noko som blir gjort ved å gjere til dømes skular betre kjende med Shakespeare (såkalla "outreach"-program). Kjennskap er med på å auke interessa for temaet, og gjer terskelen for å kjøpe teaterbilletter lågare. Dette målet grunngjev marknadsansvarleg Mary Butlin med ansvaret teateret har som mottakar av offentleg støtte. Gjennom systematisk arbeid, til dømes retta inn mot skular, og ved å tilby rabattar til yngre menneske, har det lukkast dei å få fleire gjester frå grupper ikkje tidlegare nådd (07.12.2009).

Når det her blir framheva både lokale, nasjonale og internasjonale gode eksempel på korleis ein utviklar verksemdar basert på interesse for og kunnskap om eksisterande og ønska publikum, så kan ein få inntrykk av at dette er ei veletablert form for verksemdsutvikling. Det er det diverre ikkje. De færraste, verken innan museumsverda, andre kulturinstitusjonar, opplevings- eller reiselivsbedrifter viser systematisk interesse for eigne – og langt mindre andre sine – gjestar. Dette blir stadig haldt fram som avgjerande, både for å utvikle og utvide attraksjonskraft og relevans.

Involvering av lokalbefolkninga er ei utfordring som er nemnt, men kulturstemmene meiner at Odderøya har mykje forskjellig å tilby frå før. Til dømes går eit bredt spekter av folk tur her, og "ein treng difor ikkje hanke inn folk". Sjølv om det allereie er ei stor breidde og mengde av folk som brukar Odderøya i dag, vil vi argumentere sterkt for behovet for å få

vite meir om dei som brukar Odderøya og museet, kven dei er, grunngjevingane som dei besøkande gir, og forventningane dei har. Vi kan nemleg ikkje vite om det faktisk er eit bredt spekter av folk, eller at dei som i dag er brukarar av Odderøya også vil besøke det maritime opplevingscenteret når det kjem.



Bilete 10. Frå årsrapporten 2008/2009 til Royal Shakespeare Company (*Royal Shakespeare Company. Annual report and accounts 2008/2009*, 2009). Dette er berre noko av kunnskapen selskapet har om eigne gjester, og rapporten viser også at det er fint mogleg å vere fargerik også i ein årsrapport.

Det bør vere eit mål for eit maritimt opplevingscenter å auke breidda i gjestane som kjem, og måten å tenke utstilling og aktivitet på må tilpassast dette målet. Dette kan gjerast ved å ta for seg andre tema enn tidlegare i nye utstillingar, og heller velje ulike publikumsgrupper for kvar

utstilling. Det betyr ikkje at museet ikkje skal arbeide med å auke delen med "vanlege" besøkande, men det betyr at ein må tenke utradisjonelt, grensesprengande, i forhold til tilnæringsmåtene sine i dette arbeidet for dermed å gjere museet relevant og tiltrekkande for dei som allereie vitjar senteret og for dei som tidlegare ikkje har komme.



Bilete 11. Forviten? Avventande? Museumsgjesten kjem i mange former. Foto: Anita Nilsen/Vest-Agder-museet

5.2 Å få gjesten til å komme igjen

Det er viktig å heile tida følgje med på kvifor folk kjem til museet, kva dei gjer der, og korleis dei brukar tidlegare erfaringar for å gje mening til utstillingane. I tillegg til dette kan også kunnskap om barrierane som hindrar folk i å komme fungere som eit rammeverk for konstant betring.

Dette er nokre av synspunkta Graham Black (2005) kjem med i boka *The engaging museum* som tek for seg utviklinga av museumspublikummet.

Black seier vidare at det er tre måtar å auke besøksengasjementet på:

1. Ytre stimuli for at gjesten kjem fyrste gong – ryktet til staden, kvaliteten på marknadsføringa og PR, jungeltelegrafan, tidlegare erfaringar, som stad for læring, fritidssyssele etc.
2. Gjere staden slik at gjestane kjenner seg velkomne og oppmuntra til å nytte utstillingane og samlingane.
3. Motivere og støtte opp under ønske om å engasjere seg direkte med staden gjennom gode tolkingar, fine utstillingar og læringshjelp (2005: 4).

Å sørge for at folk veit kor du er og at du finst, er noko som alle må arbeide med, kontinuerleg. Ein kan ikkje prøvekjøre museumsbesøket, og må overbevisast på anna vis på førehand. Media, skilting, nettsider, førsteinntrykk, klagehandtering, inngangsparti, informasjon på staden, og brosjyrrar, er alt med på å gje eit førsteinntrykk av museet og hamna, og gjere at folk vel å besøke eller ikkje. Alle som arbeider på staden må også vere del av marknadsføringa, slik at mykje av marknadsføringsarbeidet gjort må vere retta innover. Også i planleggingsarbeidet til utviklinga av Nodeviga som museumshamn er det viktig å involvere dei som er tilsette. Dersom dette skal fungere som ein god arbeidsplass, og ein god plass for dei besøkande, må utviklingsprosessen vere noko som så mange som mogleg på museet kjenner seg som del av, og medeigar i.

Black argumenterer for å sjå på gjenbesøk, og forskning frå Canada viser at det er nokre element som må vere på plass for å få folk til å komme tilbake. Det er til dømes at lokala fine, og at det kjem opp spesielle,

midlertidige utstillinger. God service vart likevel sett på som det aller viktigaste (2005: 26). Vi trur likevel at det er meir som trengst for å trekke ein moderne og krevjande gjest tilbake til eit museum – eller til ein region. I følgje ei svensk undersøking om besøksmål i Sverige frå same år (Terpstra, 2005), viste det seg at eit klart suksesskriterium for å utvikle regionar til spennande besøksmål var evna deira til å skape og utvikle attraksjonar. Ei tydeleg trend var auka etterspurnad etter aktivitetar, den moderne turist søker meir spaning, arrangement og tilrettelagde opplevingar, samtidig med at dei besøkande har høgare krav om å vere delaktig og interaktiv. Den tydligaste konklusjonen i undersøkinga var at besøkskluster gir stor forsterkingseffekt, og at område med fleire interessante attraksjonar slo ut mykje sterkare enn enkeltattraksjonar. I denne undersøkinga viste det seg at Stockholm hadde tapt marknadssdelar, noko som overraska mange, men som vart forklart med at "attraksjonene i Stockholm er av tradisjonell karakter, som for eksempel museer" (Terpstra, 2005).

USA Visitor Services Association laga i 2001 ei liste med behov som museumsgjesten stort sett vil ha, og kalla det "Visitors' Bill of Rights":

1. Comfort: 'Meet my basic needs'.
2. Orientation: 'Make it easy for me to find my way around'.
3. Welcome/belonging: 'Make me feel welcome'.
4. Enjoyment: 'I want to have fun'.
5. Socializing: 'I came to spend time with my family and friends'.
6. Respect: 'Accept me for who I am and what I know'.
7. Communication: 'Help me understand and let me talk too'.
8. Learning: 'I want to learn something new'.
9. Choice and control: 'Let me choose; give me some control'.

10. Challenge and confidence: 'Give me a challenge I know I can handle'.

11. Revitalization: 'Help me leave refreshed, restored' (Black, 2005 etter Rand 2001: 32).



Bilete 12. Filminnspeling i regi av Vest-Agder-museet, april 2010. Foto: Arve Lindvig/Vest-Agder-museet

Få vil nok argumentere mot at desse elleve poenga er gode å ha med i tilrettelegginga av museumsbesøket. Vi vil vidare komme med eksempel på punkt nummer fire – 'I want to have fun'. Musea sin styrke ligg i samlingane og kombinasjonen av innsamling, forskning og formidling, og at alt dette skal gjerast ut frå eit samfunnsperspektiv – det er samfunnet rundt museet som er viktig. Men formidling treng ikkje vere tørt og keisamt, og gjort av "bablande vakter", som barna seier det. Med

gjenstandar, samling og forskning i grunn bør det vere mogleg for Nodeviga å formidle kysthistorie på ein interessant måte, også for besøkande utan interesse for båtar eller kaperar frå før. Ei utstilling som kombinerer ulike måtar å ta for seg eit tema på, er *Shark World*⁶, ei permanent utstilling sett opp i 2004 i det naturhistoriske museet i Cape Town – The South African Museum. Med skjelett, teikningar, avisutklipp og tekstar med humor, formidlar ho tidlege skjelettfunn gjort av hai, men også det latterlige i det å vere redd for kvithai – mange fleire dør medan dei er i badekaret sitt kvart år enn av kvithai. Ironi og humor gjer at gjesten ønskjer å lese tekstane i utstillinga, og samstundes får ein sagt noko om haldningar rundt temaet, i dette tilfelle kvithai. Om kaperane som gjekk ut for å ta engelske skip kan historikar Berit Eide Johnsen sin tørre kommentar; "Berre unntaksvis lukkast dei" (Landmark, Wulf, & Tellefsen, 2009) seie like mykje som lange utgreiingar. Dei sørlandske kaperane kjem vi tilbake til i neste kapittel.

Når ein tenker på at musea berre er nokre av mange alternative plassar å tilbringe fritida, blir det desto viktigare å lokke og halde på dei besøkande. Museet spelar ei rolle som del av ein større økonomi der folk vel mellom mange kulturaktivitetar og opplevingsstader. Dei andre plassane kan dermed sjåast som konkurrentar, men som den gjennomgåande tonen var på workshopen er det nyttigare å sjå kvarandre som delar av ei klynge som saman er sterkare enn kvar for seg. Dette kan kanskje til ein viss grad skuldast breidda i workshopen. På dei fire enkeltgruppene var det ikkje med nokon som konkurrerte direkte med kvarandre. Likevel peikar det på ein måte å tenke på der regionen tener på det på lang sikt dersom tilbodet blir større. Det gjer at tilreisande blir lenger, og besøkar fleire attraksjonar, og dei fastbuande er del av ein meir levande region. Dersom

⁶ www.iziko.org.za/sam/exhib_nh.html, 22. nov. 2009

ein skal ta eit slikt samarbeid på alvor er det viktig å sjå på moglege utfordringar, noko som ligg utanfor denne rapporten. Det skal likevel nemnast at alle samarbeid nødvendigvis må skje mellom individuelle personar, og at alle har synspunkt, mål og måtar å tenke på som ikkje nødvendigvis stemmer overeins med samarbeidspartnarane.



Bilete 13. Foto: Anita Nilsen/Vest-Agder-museet

Opplevinga skjer der og då, med andre ord må beteninga og utstillingane og aktivitetane vere oppdaterte og gode heile tida. Etter kvart vil det vere stadig meir vurderingar frå gjester som ligg på nettet, og som ein bør vere klar over sidan dei kan påverke om ein framtidig gjest vel å komme. Eit eksempel på dette er til dømes nettsida www.tripadvisor.com, der det er lett å finne og legge att vurderingar av reisemål, hotell og flyselskap. Teknisk Museum i Oslo har vore modige nok til å gjere det mogleg å fortløpande vurdere nettsidene for dei besøkande, der resultatet kjem fram på sidene. Det er også gjort mogleg å enkelt komme med ros, ris og

forslag til dei enkelte delane av museet, så som museumsbutikken og Viten-senteret. Å be om tilbakemeldingar på det som museet gjer er ikkje uvanleg. Dei fleste utstillingar og museum har gjestebøker der kommentarar kan skrivast inn. Tradisjonen finst dermed allereie. Det mange kan bli flinkare til er å meir aktivt nytte seg av tilbakemeldingane som kjem. Gjestebøkene har også blitt noko som ein vanlegvis legg att berre namnet sitt og ei helsing i, og heller ikkje dei besøkande brukar ho i særleg grad som plass for kritikk og forslag til endringar. Dermed kan det vere til fordel å endre på forma slik at ein i større grad kan drive overvakning og innføre eit ratingsystem, kanskje noko liknande som Norsk Teknisk Museum sine nettsidene sine.

5.3 Involvering i produksjonen av utstilling

Som tidlegare nemnt er involvering av folk som ikkje kjem frå museet i laginga av utstillingar og val av tema ei av dei noverande museumstrendane. Eit norsk eksempel på dette er Glomdalsmuseet si utstilling om romanifolket *Latjo Drom*. Her var fleire taterorganisasjonar sterkt inne i arbeidet i forkant, og i formidlinga etter at utstillinga vart sett opp (Møystad, 2009). Ofte har involveringa blitt gjort når eit museum ønskjer å ta opp tema relatert til minoritetsgrupper, slik som på Glomdalsmuseet, eller behandling av svake grupper, slik som i utstillinga *Sanatorieborn* på Nasjonalt medisinsk museum (del av Norsk Teknisk Museum). Denne utstillinga vart laga hovudsakleg av to som hadde vore utsette for overgrep på tuberkulosesanatorium som barn (Hamran, 2008). Olav Hamran, leiar for Norsk medisinsk museum, kallar det på konferansen *Jo fleire kokkar, jo betre søl "å la andre snakke på vårt museum"* (2010).

I begge desse eksempla er det viktige og banebrytande historier som blir fortalt, som har stor effekt i samfunnet. Særskilt blant menneske med

liknande erfaringar har symboleffekten ei museumsutstilling gir, mykje å seie for oppfatninga av eigne erfaringar, kulturhistorie og legitimiteten til personlege forteljingar. Likevel opprettheld musea med denne måten å arbeide på, skiljet mellom majoritet og minoritet, noko også den svenske kulturarvsvitaren Staffan Lundén påpeikar (2010). Majoriteten som dei fleste museumstilsette tilhøyrrer, kan i prinsippet lage utstilling om alle tema, medan minoriteten berre kan lage utstilling om seg sjølv. Meir grensesprengande då er det å la andre snakke om majoriteten, og å invitere menneske frå andre stader og med andre erfaringar, til å lage utstillingar om det som gjerne blir sett som norm.

5.4 Oppsummering

I dette kapitlet har vi sett på behovet for å kartlegge kven som vitjar museet, og å drive med slike undersøkingar jamleg for heile tida å kunne betre arbeidet som blir gjort. Vi har vidare komme med nokre punkt som er nødvendige for å sørge for gjenbesøk, der det å tilby meir enn forventa er viktig for å bli til ein "snakkis". Både under og etter museumsbesøket er det viktig å gjere feedback mogleg, og å ta feedbacken alvorleg. Til slutt tok vi opp inkluderinga av andre i produksjonen av utstillingar, der det grensesprengande vil vere å la marginaliserte lage utstillingar om majoriteten.

6. MoMAP – Modern Museum of Arctic Pirates

I dette kapitlet ser vi på spissing av tema for opplevingssenteret, og argumenterer for bruken av kaperane på tidleg 1800-talet, som utgangspunkt for å fortelje historier. Vi byrjar med å presentere ideen. Så ser vi på fordelane som ei kaperspissing gjer, før vi går vidare til å skildre moglege historier som også kan inkluderast i det same konseptet. Så ser vi på konsekvensar av å sjå spissinga som noko kortvarig som blir bytta ut jamleg, og til slutt viser vi til ei rekke andre forslag til spissingar.

6.1 Med rett til å kapre – eit dokumentarprosjekt

Midt i det runde rommet som workshopen er i, står ein ung mann og fortel om ei forelsking. Alle deltakarane lyttar. Kulturstemmer, kommersielle stemmer, utviklarstemmer, og museumsstemmer er stille. Saman med to kollegaer har Kristian Landmark byrja å grave i nokre historier som han visste lite om frå før. "Eg kjem frå ein kunnskapsrik heim, og foreldra mine lærte meg mykje om historia til Kristiansand, men eg visste ingenting om kaperverksemda i regionen før eg byrja å leite". Saman med Ole Bernt Tellefsen og Christian Wullf fann Landmark meir og meir brokkar av forteljingar som fascinerte han. Nærare 10 prosent av sørlandske menn hamna i den engelske prisonen i perioden under Napoleonskrigen, mellom 1807 og 1814. Korleis kunne dette ha seg?

I denne perioden, viste det seg, var det mykje kaperaktivitetar på Sørlandet. Mellom 1807 og 1814 vart 450 skip kapra utanfor norskekysten. Det var ikkje berre spennande, men ei nødvendig inntekt, og ved å få kaperbrev frå kongen, gjorde ein det også lovleg. I arkiva er fleire av desse kaperbrev tekne vare på. Det var blokade og mangel på moglege inntekter og mat for mange, og dermed vart slike middel meir

attraktive. For kongen var det ein fordel at skip som elles kunne forsyne engelskmenna med varer vart stogga på vegen. 300 av dei 450 skipa hamna i priseretten i Kristiansand. Kaperane var nøydde å skrive under på at dei skulle "oppføre seg skikkeleg, og følgje lova", seier lokalhistorikaren Arthur Danielsen Sr. til Landmark og dei andre i eit intervju som del av dokumentardemoen dei har laga (Landmark et al., 2009). I priseretten vart det avgjort om skipet hadde varer som Danmark-Noreg ikkje såg seg tent med at England fekk. I så fall fekk kaperane lov å behalde det. Danielsen burde vite det. Han bur i huset reist av tippoldefaren Reinert Jonassen, som var prisemeister.

No er Landmark forelska i kaperhistoria, og dokumentarfilmen er på veg. Filmprosjektet er til ein viss grad eit bevisstgjeringsprosjekt, kor ein ikkje berre ønskjer å få fram rekka av ulike historier, detaljer og perspektiv frå denne korte og intense perioden, men kor ein også ønskjer å gjere andre klar over kva rolle Sørlandet hadde på denne tida. Her meiner film-teamet at det er mange som kan kople seg på temaet, og vidareutvikle det inn i ein moderne kontekst. Sjølv ser gruppa for seg at dei på sikt skal utvikle produkt som biletbøker og musikal. Men for Landmark er det eit mykje større potensiale i kapermaterialet enn som så. Så kvifor ikkje eit kapermuseum i Nodeviga? "Familien min har båt plass i Nodeviga, men eg vil med glede gje opp den delen av arven dersom eg veit at det vil kome eit kapermuseum på staden!", seier Landmark på workshopen.

Vidare i dette kapitlet skal vi sjå at somme argumenterer for denne spissinga ut frå kommersielle omsyn, korleis eit slikt spissa tema opnar opp museet for ulike partnerskap, og korleis dette temaet gjer det mogleg å bygge merkevare ut i frå unike historier. Andre argumenterer mot å lage ei kaperspissing fordi det er så mykje som ikkje vert inkludert

Film om sjørøveri

Nå skal det lages dokumentarfilm om pirathovedstaden Kristiansand og de barske sjørøverne som herjet her for 200 år siden.

FILM
► KRISTIANSAND

– Dere var som kjerringer, kom igjen nå, roper manusforfatter og skuespiller Ole Bernt Tellefsen til sine medsummensvorne pirater.

HIV O' HOI. Det brales høyt i roboten og vannet spruter rundt krene, mens avetten siler på de åtte karene som gjør sitt beste for å portettere sjørøvere fra Kristiansand for 200 år siden. I en følgebåt står Christian Wulff (produsent og fotograf) og filmer, mens Kristian Landmark (manusforfatter og regissør) henger over ripa og gliser.

– Dette blir bra. For noen spru folk, sier han og ler.

Dokumentarfilmen skal ta for seg kaperiden (1807 til 1816) i Kristiansand. For de fleste er det nok ganske ukjent at Kristiansand var hovedsetet for piratvirksomheten i Norge under Napoleonskrigene. Av de rundt 450 skipene som ble kapret på landbasis, ble rundt 300 av dem fraktet inn til havnen i Kristiansand.

– Glem «Pirats of the Caribbean» – her snakker vi om skikkelig pirater. De rodde ut i en liten trebåt og kun armert med en liten kanon, krumshabler og muskedundere, overmannet de store skip. Mange tjente godt på sjørøveri, og hua som for eksempel Gimle gård, ble bygget av sjørøvermidler, sier Tellefsen, som mener han har sjørøverblod i krene.

Sjørøverblod eller ei, han gir i alle fall alt det han står i roboten med rekanskutt og kjøffer på de andre i manuskript. Han spiller nemlig rollen som kaperkaptein i dokumentarfilmen.

STØTTE. Filmskaperne har til nå fått 70.000 kroner i utviklingsstøtte fra Sørnorsk Filmsenter, og ytterligere 40.000 kroner av VR-og-ager. De ventur på svar på en rekke andre søknader, men de har bestemt seg for at de skal fullføre filmen uansett hvor mye støtte de får.

– Vi har skikkelig tro på prosjektet, og vi har store forhåpninger om filmen blir vist på tv og i teater, blant annet på NRK. Parallelt med filmingen skal vi også lage en bok med bilder og historier, sier Kristian Landmark.



ILLUSTRASJON: Slik kan det ha sett ut da sjørøverne gjorde seg klare til å kapre et skip for 200 år siden. Fra venstre: Ole Bernt Tellefsen og Christian Wulff. FOTO: REDAR HOLLSTAD



SKJÆR: Store isflak i sikte. Harald Steinland (foran), Bjørne Sverhoff, Magnus Bihus, Sjøge Mathisen, Sven O. Fjerner, Sætha Milkovic, Per J. Lie, Ole B. Tellefsen og Christian Gåvigen. FOTO: REDAR HOLLSTAD



SLITNE: Etter sjørøvertoktet er skuespillerne for trøttest til å ro tilbake til land, så manusforfatter Kristian Landmark hester slepetauet. FOTO: REDAR HOLLSTAD



FRA ALLE VINKLER: Fotograf og produsent, Christian Wulff, filmer både på land og til vanns. Til høyre står prisenestoren, spilt av Harald Steinland. FOTO: REDAR HOLLSTAD

FAKTA

Kapertiden (1807-1816)

- Kapertiden startet etter at engelskmennene angrep den dansk-norske flåten i København i 1807.
- Kongen av Danmark-Norge, Frederik VI, utløste krig mot England, og England blokkerte kysten og handelsruten til Østergjengen. Det førte til trangt kår for nordmennene.
- Kongen gir derfor ut kaperbrev som legaliserer kapring av fiendens skip. Alt de kapret fra prisen (sløpet som ble kapret) ble midsommerslag loggført av prisenestorene, og det var egne prisenestorer ved eventuelle disputter rundt fordelingen av utbyttet.
- En prisen av kaperbyttet ble donert til fattigkassen, så sjørøverne var godt likt.

Det meste av filmingen vil foregå i løpet av sommeren, og de håper å kunne benytte seg av alle de flotte skipene som kommer til Kristiansand under arrangementet Tall Ships Races (29 juli til 1. august). I tillegg var det viktig å få noen scener på denne årstiden også.

– Vi ville vise at de ikke bare var solkinnpirater, men at de også rodde ut mellom isflak og i dårlig vær. Nå var riktignok ikke alle kaperingene heroiske suksesshistorier. Vi kommer også til å fortelle om pirater som ble fangst, og som havnet i den engelske prisen, sier Christian Wulff.

I prisene (gamle utrangerte marineskroer) satt ti prosent av menn fra regionen fengslet, og dette forte blant annet til at det ble underskudd på menn her hjemme.

– På statsarkivet finnes det en rekke brev skrevet av gifteleire kvinner, som klaget sin nød på at det ikke fantes nok menn i riktig alder å gifte seg med, sier Ole Bernt Tellefsen, og smiler.

Tekst: Cathrine Sordal
Cathrine.sordal@vtn.no - 38 11 36 52

innanfor ei slik ramme. Eit tredje standpunkt er å gjere litt av alt. Men fyst fordelar.

6.2 Fordelane med kaperspissing

”Vi sit på hamnekneipa i Kaper-hamna – kom!” Nokre offentlege stemmer ser for seg ein telefonsamtale mellom venner ein fin sommardag, der museumsmiljøet i Nodeviga ikkje berre er eit levande museum på dagtid, men som har blitt ein del av bymiljøet som trekk til seg folk heile døgnet. Slik gjer kapervinkelen det mogleg å skape miljø og stemningar, og fungerer også som eit springbrett for fantasien. ”Det er eit knalltema, Napoleonskrigen, med spennvidde frå rask rikdom til hungersnød. Det kan bli så stort det berre vil”, samstemmer fleire kulturhistoriestemmer. Andre blir meir nysgjerrige: ”Det er jo noko mystisk og helteaktig med dette kapertemaet. Men kva med kvinnene? Kor var dei? Kva gjorde dei når mennene var ute og kapra, eller satt i prisenen?”

”Det er mykje som er enklare når ein byrjar å tenke snevert, og blir meir konkret”, uttrykker museumsstemmene, og seier at når ein vel ei periode som er så spektakulær, så er det heilt vesentleg å forankre dette historisk. Akkurat det verkar ikkje som noko stor utfordring for museumsstemmene, der det nærast veltar fram forslag, assosiasjonar, konkrete forteljingar og episodar – ned til enkeltbygg, enkeltpersonar, og enkelthendingar, både i kontekst av det lokale, regionale og internasjonale.

Mange av bygga i og rundt Kristiansand er eksempel på stader som har historie frå kapertida knytt til seg, og det opnar for heile det ”Kristiansandske liv”, seier museumsstemmene. Også for dei ”forbodne” historiene (som til dømes dei mange prostituerte i regionen, og at Mandal hadde sitt eige syfilissjuehus), og for tabutema, som følgje av eit

Bilete 14. ”For de fleste er det nok ganske ukjent at Kristiansand var hovedsete for piratvirksomheten i Norge under Napoleonskrigene”, står det i Fædrelandsvennen si dekking av dokumentaren om kapertida (30. mars 2010).

samfunn der mange kvinner sat igjen utan menn. "Her var mange utanlandske skip, men ingen snakka om at mange barn vart føydde som uekte". "Og kva med historia om Skjernøya, med dama som skaut en engelsk pirat?". "Det er så mykje som passar inn i eit slikt tema", seier museumsstemmene. For deltakarane som ikkje er like opplest på dei mange aspekta av Napoleonskrigen, gir likevel dei mange spontane assosiasjonane tydeleg inntrykk av at dette er eit tema med stort utømd potensial.

Fantasien blir satt i sving. "Vi treng jo flytande båtar, ein kanon, ein søllingkutterm – det står en halvferdig oppe i Hardanger. Vi treng ein norsk/dansk fregatt, skal vi bygge det? Det hadde vore knall å bygge eit 1700-tals skip". Det blir diskutert korleis slike byggeprosessar blir ein attraksjonsverdi i seg sjølv, og korleis ein andre stader set i gang bygging av nye skip med ein gong dei er ferdige, nett fordi det er så spennande for publikum å oppleve prosessen undervegs. "Det er jo Uggerbyskipet i Danmark, som var frå den tida og er bevist bygd mellom Kristiansand og Arendal ein stad", seier ei anna kulturhistorisk stemme, og fortel at det er planer om å hente dette vraket opp under Tall Ship Race 2010.

Dei kommersielle stemmene ser tydeleg potensialet MoMAP gir: "Det er ein god ide å fokusere på Noregs Pirathovudstad. Det tar lang tid å bygge opp noko som dette, men det kan brukast til å gjere Kristiansand kjent for noko". Det finst jo ein sjørøvar som allereie har brukt over 20 år på å kople Sørlandet til kapertida – om enn meir i Karibien/Kjuttaviga, og som har utviklet seg til ein "people mover" for norske småbarnsfamiliar i ein skala som få hadde trudd var oppnåeleg. Dei kommersielle stemmene ser sjølvsagt korleis eit samvirke over eit tema mellom Kaptein Sabeltann og eit MoMAP vil kunne vere med på å forsterke kvarandre. Museums- og

dei kulturhistoriske stemmene er meir opptekne av at "dette må ikkje bli et "Kjuttaviga 2", eller eit "Kaptein Sabeltann-museum".



Bilete 15 Eit sjørøvarskip med bakeri og eigen fange, slik eit av barna ser for seg eit kapermuseum.

Ei samtale mellom nokre av dei 9-10 år gamle barna vi har snakka med kan illustrere skilnaden mellom MoMAP og Kaptein Sabeltann:

- Eg synst det er kjedeleg med piratar på museum fordi det er barnsleg.
- Ja, sjørøverar kan vere kjedelege for vaksne, sånn som kaptein Sabeltann er jo barnsleg, men dei piratane, dei var jo ordentlige menneske som levde, og det er interessant å lære om det, også for vaksne.

Dei kommersielle stemmene argumenterer heller ikkje for å utvikle eit Sabeltannmuseum, for det er eit anna format i en annen kontekst. Men dei argumenterer for at det er viktig å tenke kommersielt, og utvikle for folk som ikkje er heilt innanfor museumskulturen. "Ein må finne det som trekk, så kan ein bygge det andre rundt – eller tematisere andre ting andre stader", seier ei kommersiell stemme, og meiner at "dette er ein kjempesjans måte å bygge attraktivitet for andre, for fleire enn dei som går på museum til daglig. Desse museumsdagane fungerer bra, men elles blir det for stille og for kjedelig. Då er det ikkje sjanse til å få ungane engasjert".

Kapertida gjer så mykje mogleg, ut over ei spissing i eit maritimt opplevingssenter, hevdar dei kommersielle stemmene vidare. "Eg tenker kjapt med ein gong at det er så mykje ein kan gjere. Landmark lagar film. Ein kan lage attraksjonar langs heile kysten. Seglturar mellom Farsund og Kristiansand kan arrangerast, der ein lagar og møter autentiske opplevingar undervegs". Farsund er eit eksempel på ein stad som allereie nyttar seg av kaperhistoria i spel og marknadsføring. Kapertemaet vil dermed også opne for å setje det maritime opplevingssenteret inn i ein større tematisk-, geografisk- og attraksjonsutviklingssamanheng.

6.2.1 Med atterhald om autentisitet?

Likevel, om ein vel ei periode som er såpass spektakulær må det forankrast i noko historisk og "autentisk", er eit omgrep som går igjen, hos både kulturhistoriestemmer og museumsstemmer. "Eg trur på det med kaperhistoria. Det spelar inga rolle for meg om det er den eine eller andre historia som tematiserer Nodeviga, bare ho er truverdig", som ei offentlig stemme seier det. Det finst mykje material som dekkjer kaperperioden på 1800-talet (til dømes av Johnsen, 1993; Johnsen, 2009a, 2009b). Det er ein del av "vår eiga historie", og det kan vere med på å "bygge identitet", kjem det frå andre offentlege stemmer.

Når kulturaktørar lager filmdokumentar om kapertida, nærast samtidig med at dei sjølve oppdagar ho, og kaperspel blir sett opp under kaperdagane som i Farsund, kommuniserar dette i andre format og til eit anna publikum enn academia og musea si meir forskingsbaserte formidling. Frå desse forskjellige ståstadane vil ein nok også ha ulike forståingar og fortolkingar av kva som er "autentisk". Når historikar Berit Eide Johnsen (Johnsen, 2007) analyserer Kaperspillet har ho ikkje vanskar med å finne historiske feil i hendingane. Ho spør seg om Kaperspillet og Kaperdagane er eksemplar på at Farsund har "oppfunnet en 'uhistorisk' historie med til dels kunstige og uautentiske tradisjoner for å nå moderne målsetninger?", og svarer "etter min mening er svaret langt på vei ja". Samtidig erkjenner Eide Johnsen at det historisk korrekte ikkje nødvendigvis er det viktigaste i tradisjonsorienterte festivalar.

Kanskje det historisk korrekte heller ikkje er det aller viktigaste i ein filmdokumentar, sjølv om denne baserar mykje av sin research på nettopp forskingsbasert kunnskap og kvalitetssikring. Det må vere historisk riktig, men ikkje på same detaljnivå som forskinga krev. "Vår hovudmålsetjing er

formidling, og å skape begeistring”, seier teamet bak kaperdokumentaren.

For eit museum, vil krava til autentisitet vere vesentlege. Kanskje særlig viss ein vel ei spissing som MoMAP. Men om alle autentisitetskrava skal vere like gjennomgåande, og på same detaljnivå, bør vere gjenstand for ein grundig diskusjon. Som tidlegare diskutert, i kapittel 2, endrar også autentisitetskrava seg. Innan det tradisjonelle museet er autentisitet knytt til gjenstandane og opphavet til gjenstandane. I det moderne museet er autentisiteten knytt til aktiviteten. Kan ein tenke seg ulike autentisitetskrav knytt til ulike områder i sjølve Nodeviga? At til dømes hamneområdet, sjølve kaperhamna, primært har fokus på formidling, begeistring, oppleving, aktivitet og inndragareffekt – medan eit meir moderne utstillingslokale i bakkant av hamneområdet tilbyr ein meir refleksiv fordjuping? Kan ein tenke seg ulike autentisitetskrav knytt til ulike samarbeidspartnarar til MoMAP? At til dømes hamnekneipa som tematisk i stor grad er korrekt, likevel må kunne tilby CB utan at det ”øydelegg”? Dette er diskusjonar som må gjerast i det vidare arbeidet.

6.3 Kapertida med parallellar

Musea har no blitt pliktige å samle gjenstandar og lage prosjekt som omhandlar tida etter 1945, og museumsstemmene meiner difor at det kan vere ”interessant heile tida å tematisere historia opp mot aktuelle hendingar. Eit sjørøvertema er heilt aktuelt i forhold til sjørøvarar på Somalias kyst”. Vi har noko felles med andre i fortid og notid. Kva gjorde det mogleg og nødvendig å drive som sjørøvar her, og kva er det som gjer det mogleg og nødvendig utanfor Somalia og andre stader i dag? Kvifor driv ikkje alle som bur langs kysten i Somalia med kaperverksemd? I ein slik samanheng kan forskarstemmene tenke seg fattigdom og entreprenørskap som fellestrekk som kunne bli teken opp. Det kan gjerast

til dømes gjennom ei ”oppdatert fotoutstilling i eit moderne museum som korresponderer med den same type tema, berre i historisk perspektiv” eller så kan ein ”gå direkte frå Kaperhamna til ein filmsal og få den teknologi som presenterer moderne museumsformidling”, foreslår kulturstemmene.



Bilete 16. Frihavnsdagane 2009. Foto: Arve Lindvig/Vest-Agder-museet

”Teknologisk skal museet også vere i forkant”, er ambisjonen for ei offentlig stemme, ”Det skal vere her dei profesjonelle innan film og teknologi vil ønskje å vere for å teste ut eigen teknologi. Museet skapar innhaldet, men teknisk sett skal dette vere ein leikeplass for

profesjonelle”. Viss ein klarer å gjennomføre eit slikt ambisjonsnivå, blir rommet for kopling mellom Nodeviga til ulike tider, og i lag av forskjellige geografiske og tematiske kontekster, enda større.

Kulturhistoriestemmene får også andre assosiasjonar til kapertemaet som krev ei utviding, sidan det er mykje spanande ein kan utnytte vidare. Døme er mellom anna kontakta med Baltikum som har vore der lenge, og danninga av Kristiansand på 1600talet. Ein kan også tenke vidt ut frå kaperane som tema, og inkludere kaperar frå ei vidare periode enn Napoleonskrigen. Dei sto for demokratiutvikling svært tidleg, og sytte for sosiale system som gav erstatning ved skade. Sørlandet er også ein del av Nord-Europa, og det har vore mykje kontakt mellom landa.

6.4 ”Først kaperspissing, så noko anna”

Frå fleire, særleg kulturhistoriestemmene, er det argumentert med at det er for snevert å avgrense seg til kaperane under Napoleonskrigen. ”Sjølv om ein kan lage noko stort rundt dette, meir tidsmessig, trur eg ikkje at Napoleonstida er egget her”, seier ein. ”Eg trur det er farlig å avgrense eit museum til eit tidspunkt”, seier ein annan, sjølv om ”det er catchy og kan byggast ut”. ”Det er råflott og feil å legge opp med tanke på kapertida som ei permanent løysing”, seier ein tredje og foreslår at ein godt kan byrje med kapertida, i ein to års tid, men ”så må ein ha fornying, og endre fokus mot ei anna spissing, for eksempel bronsetida”.

Argumentet frå dei kommersielle stemmene vart dermed at det er ”kjedelig når ting blir for bredt”, og så kan ein komme igjen seinare og sjå noko anna. Det vil seie at når ein byrjar å tenke praktisk rundt det maritime opplevingssenteret må ein sjå på det som ein arena for skiftande tema, og dermed tenke på dei langsiktige investeringane og grunnfundamentet, og kva som kan vere meir temporært. Dette gjer det

mogleg å ha fleksibilitet og fornying er mogleg når eller dersom det skulle vere nødvendig. Som dei kommersielle stemmene seier, det bør vere ein plass med ”permanent endring”, men innanfor eit velkjent konsept. Har det maritime opplevingssenteret først blitt forankra som kapermuseum, vil det øydelegge mykje av kjennskapen som dei besøkande har til staden dersom den etter to år bytar til eit anna tema.

I tillegg til å tematisere spissinga, blir det også lufta korleis heilt andre aspekt kan fungere som ”inndragarar” for eit museum i Nodeviga. Eit eksempel er korleis dei fysiske løysingane, gjennom ein spektakulær arkitektur, kan lokke folk til staden. Dette blir nærare omtala og eksemplifisert i kapittel elleve.

6.5 Alternative spissingar

Sjølv om mellom anna kulturhistoriestemmene argumenterer for større breidde i val av tema, argumenterer både kommersielle, offentlege og museumsstemmer for spissing i seg sjølv som viktig grep. Kulturstemmene peikar på at det er plass til spissing av mange historier på Odderøya. Ei spissing av temaet gjer det lettare å velje historier som kan forteljast, og dermed opne opp for, i staden for å stenge. Sloganet ”A good story well told!” frå kulturstemmene kan oppsummere forslaga til alternative spissingar, eventuelt ulike utstillingar, i eit framtidig maritimt opplevingssenter. Vi nemner i fleng:

- ❖ Båtbygging og fiske
- ❖ Barndommen, og korleis den endrar seg
- ❖ Seglskutetida – storleikstida – impulsar
- ❖ Overgang frå ro til segl, og frå segl til damp
- ❖ Korleis vi har beherska elementa

- ❖ Sjukdom, med karantenestasjonen og isolatet. Det er eit internasjonalt perspektiv i medisinhistoria. Grunna karantenehamna blei Kristiansand sterk medisinsk, nettopp fordi det blei forska på sjukdom her.
- ❖ Religion – den rette trua – den rette ”livsforsikringa”
- ❖ Heilskapen: frå ”dei tidligaste tider” og til i dag...
- ❖ Migrasjon
- ❖ Kraft og energi
- ❖ Vikingtida
- ❖ Offshore næringar med borings- og animasjonsteknologi.
- ❖ Kristiansands mekaniske verkstad er ei bedrift som kan fungere som utgangspunkt for forteljingar rundt staden og daglegliv for kristiansandarar. Dei mange verfta på 1800-talet var arbeidsstad for ein av tre innbyggjarar⁷ i Kristiansand (Johnsen, 2000).
- ❖ Steinalderhistorie grunna i funn av bustader i området.
- ❖ Jernalderhistorie kan gjerast med utgangspunkt i gravfunn i området.
- ❖ Grunnlegginga av Kristiansand i 1641 gjer det mogleg å ta for seg flyttinga av handelsfolk til Kvadraturen. Flyttedagen som utgangspunkt for utstilling gjer det mogleg å inkludere både byhistorie og skipshandel.
- ❖ Dei mange med rom og romanibakgrunn som har reist med båt langs kysten på Sør- og Vestlandet står for ulike kultur møte som kan vere interessante å ha med, også i eit MoMAP. Ved Haugalandsmusea har Grethe Paulsen Vie (2007) arbeidd med dokumentasjon av dei som ho kallar ”båtreisande”, og viser

korleis mange stadnamn på Vestlandet fortel om dei ”reisande”. På Sørlandet har tilsvarande dokumentasjon ikkje funne stad.

- ❖ Sjølv om Nodeviga kan handle om noko tilsynelatande ukontroversielt som sørlandsk skipsfart og kystkultur, er det likevel mogleg å inkludere dei ”vanskelege” historiene. Slike historier kan ta utgangspunkt i til dømes rolla norske skip har hatt når det gjeld frakt av slavar – liknande historier blir formidla på gripande vis i Cape Town, Sør Afrika, på Iziko Slave Lodge⁸. Museumsutstillina er berre eit format slike forteljingar kan formidlast i. Det er også laga teikneseriar med utgangspunkt i slike forteljingar⁹.
- ❖ Eit forslag frå kulturhistoriestemmene er å ta utgangspunkt i kultur møte. Byen har vore utsett for stort mangfald som har vore med på å føre til ein sterk kontrast mellom konservatisme og liberalisme. Eksempel på kultur møte er nett kapertida, men også seglskutetida, og andre verdskrig. Andre eksempel er auka av menneske frå Vietnam i regionen på tidleg 1980-talet. Blant desse var det mange båtflyktingar som vart plukka opp av sørlandske kapteinar. Ein parallell til i dag er kultur møte mellom muslimar og kristne, religiøse og ikkje-religiøse. Dette forslaget til spissing har internasjonale aspekt ved seg som mange av stemmene ser som viktige.
- ❖ Ei anna type ”vanskeleg” historie å formidle kan vere relatert til klasseskilja både på land og sjø, og har andre aspekt som kjønn og opphavsstad også. Kva status gav ulike posisjonar i eit slikt landsskap? Når ein trekk denne diskusjonen fram til eit

⁷ Det kjem ikkje fram av teksten om dette gjaldt ein av tre menn, ein av tre individ, eller ein av tre yrkesdeltakarar.

⁸ www.iziko.org.za/sam/exhib_nh.html, 22. nov. 2009

⁹ www.nautisk.no/products/slaveskipet_fredensborg_tegneserie_x12265, 11.nov. 2009

notidsperspektiv kan ein inkludere til dømes kvinner sine roller i kristne organisasjonar, og syn på menneske som ser annleis ut enn den såkalla norma – deriblant folk frå andre stader, og folk med ulike funksjonshemmingar.

- ❖ Konseptet *Hot Spot*-utstillingar kan tilføre museet og hamna ekstra dimensjonar. Denne måten å tenke utstilling på er prega av kjappe utstillingar som gjerne tek stilling til aktuelle tema. Eksempel kan vere stortingsvalet og sofaveljaren, oljeutslepp, asylmottak, båtflyktingar og, jordskjelva på Tahiti. Hot Spot-utstillingane kan i større grad vere provoserande, og slik også potensielt føre til meir debatt og dermed også merksemd rundt museet i media. Ein kritikk som har vore retta inn mot ulike konsept, så som Hot Spot er at dei kan oppfattast som ein måte for musea å vere "flinke" på og moderne, utan at det eigentleg skjer så mykje anna enn det. Men resultatane har likevel vore at ein del tema som elles hadde vore utelate no har blitt del av musea, i alle fall for ei avgrensa tid.

Vi meiner at det er få andre tema som ber i seg det same potensialet som kapertemaet. Marknadsføringsmessig finst allereie ideen om ein pirat i regionen, og dette vil gjere det mykje lettare å hevde ein kaperidentitet for regionen. Marknadsføringsinnsatsen som trengst gjer også at vi anbefalar å ikkje gå inn for å endre kapertemaet etter nokre år, anna enn dersom det ikkje fungerer lenger. Perioden tidleg på 1800talet er svært spennande i regionen, og vi meiner difor miljøet som blir bygd i Nodeviga bør tilpassast denne tida. Men det betyr ikkje at vi meiner at opplevingssenteret skal avgrensast til berre å fortelje historier frå Napoleonskrigen. I staden ser vi desse åra som utgangspunkt for å kunne

fortelje mange historier, trekke linjer til notid, til fortid, til andre stader og til andre kultur møte.



Bilete 17. Karl Ivar Grundeland lagar "omstreifarutstyr". Foto: Anita Nilsen/Vest-Agder-museet

7. "Det einaste konstante er BÅTAR"

Eit stadig tilbakevendande tema er dette med båtar, noko som ikkje er særleg rart sidan det er snakk om utviklinga av eit maritimt opplevingscenter. Fleire stemmer peikar på kva ei hamn faktisk er, og forklarte det som at "denne idylliske vesle hamna opnar opp kvar einaste by", for ikkje å snakke om skjergarden. Det er ein stad med mange kjenslevare historier, med "avskil, førstereisgutar, dramatikk og håp".

7.1 Tilgjengelege båtar

Workshoppedeltakarane diskuterer kva båtar som faktisk er tilgjengeleg, fantaserte om båtar som ein kunne ha bygd, og korleis båtane kan brukast i den vidare bruken av hamna. Av båtar har museet i sitt eige allereie to stykk. I tillegg finst det mange båtar institusjonelt i Kristiansand.

I strid med nokre argument, og i tråd med andre, frå tidlegare diskusjonar rundt spissing av tema for Nodeviga ønskjer kultur- og kulturhistoriestemmene at båtane i og elles knytt til Nodeviga bør dekke alle periodar som finst, frå dei eldste til dei aller nyaste, og inkludere dei mest moderne båtane også. Dermed kan ein også inkludere plastbåtindustrien på Sørlandet som har blitt svært viktig.

Vi vil legge til at det er problematisk å snakke om periodar sidan bruk av båtane har hatt varierende og flytande overgangar. Vi meiner at det kan vere ein fordel å vise at bruk av båt og båtkultur er i stadig endring. I dei tidlegaste tider var båtane ein måte å reise på og kjelde til å skaffe seg mat. Frå sjølvberging med fisk, vart båten stad for næringsverksemd der fisk vart selt/bytta mot andre varer. Etter kvart har båtar blitt reiskap for å frakte varer over store avstandar. I dag er også båtlivet kjelde til

rekreasjon, så det som i form kan likne på matauk er i staden ein måte å tilbringe fritid på, og ein er ikkje lenger avhengig av at fisken bit. Slik har sjø, båtar og fiske parallelle funksjonar i dag. Båten har vorten tilpassa ulike roller og verdsbilete, og gitt meining på ulike måtar. Det same har Nodeviga hamn som tidlegare vart brukt til tømmerfløting, no som småbåthamn, og i framtida som opplevingscenter.

"Korleis var sjø og land", og "korleis var brygga båtane la til ved?", blir det spurt om. Sjølv om mange av båtane kan brukast, må alle stort sett ligge ein stad. Fullriggaren Sørlandet og D/S Hestmanden er for store for Nodeviga, og må plasserast andre stader i hamneområdet. Få kommenterer kva geografiske område desse båtane skal dekke. Det kan sjå ut som at Sørlandet vart sett som ei naturleg avgrensing som i liten grad vart utfordra i diskusjonane, sjølv om kulturhistoriestemmene er svært konkrete i sine båtønske, og utvidar dei til å gjelde båtar som har farta i regionen. Som vi høyrde tidlegare frå kulturhistoriestemmene; "Vi treng ein engelsk fregatt – skal vi bygge det?" og "kva med å bygge ein "norsk/dansk fregatt som deltok i kapertida?". Å vere avhengig av båt er ikkje eit særnorsk fenomen. Ei hamn kan difor vere eit fint utgangspunkt for å inkludere andre båtar enn dei norske. Måten å leve på langs kysten har vakse fram i samhandlinga mellom menneske og miljø, og tilsvarande prosessar har skjedd andre stader også.

7.2 Båtkompetanse

Mange stader finst det museum og organisasjonar med båtsamlingar. Nasjonalt museumsnettverk for kystkultur, som også Vest-Agder-museet er med i, kan vidare fungere som kjelde til informasjon og inspirasjon. Dette gjeld heilt praktisk i høve til kva ein må tenke gjennom (båtar med og utan dekk, flo og fjøre, universell utforming, sikkerheit for båtane i ope område, tilgang til område for reparasjonar). Det finst altså eit mylder av

folk, både regionalt og nasjonalt, med kompetanse som kan nyttast i den praktiske planlegginga. Bragdøya Kystlag og Bredalsholmen dokk og fartøyvernssenter er lokale stader med kompetanse. Litt lenger vekk er for eksempel Hardanger Fartøyvernssenter. I Hardanger er formidlinga noko mindre i fokus. Sjølv om det også blir gjort har dei i tillegg til fartøyvernet utvikla eit spanande samarbeid med barnevernet, og driv ein institusjon med plassar for barn/ungdom. Liknande samarbeid blir gjort i Stavanger, på Engøyholmen kystkultursenter, som har skuleelevar utplassert hos seg, og tek i mot lærlingar til båtbygging. Her er utgangspunktet behovet for å ta vare på båtane¹⁰.

Andre stader er for eksempel Sunnmøre Museum der ei stor båtsamling er stilt ut på land, og i sjøen. Fleire av båtane er i bruk i formidling for skular, men også i marknadsføringa overfor turistar og andre besøkande. Dei fleste båtane er originale, medan for eksempel Borgundknarren er rekonstruert ut frå funn ved Roskilde, Danmark, frå slutten av vikingtida. På museumsområdet har også medlemmane i Gavlen fartøylag sine båtar gratis, noko som har ei samfunnseffekt – det blir ei støtte for ei foreining som også tek vare på gamle båtar – i tillegg til at museumsbesøkande får tilgang til ei utvida og ikkje minst levande "museumssamling". Noko tilsvarande har også vore tenkt frå Vest-Agder-museet si side (Westersjø, 2009), og det gir liv til området gjennom bruken. "Norveg" i Trøndelag er eit kystmuseum som kan vere interessant å sjå på. Det vart i 2009 kåra til "Norges herligste museum" (Ness & Govasli, 07. sept. 2009). På Rissa folkehøgskule i Trøndelag blir det bygd trebåtar. Gokstad kystlag i Sandefjord har interessante arkiv knytt til båtmotorar og informasjon om båtar som ein kan få tilgang til via nettsidene deira, www.gokstadkystlag.no.

¹⁰ www.engoyholmen.no, 20. april 2010



Bilete 18 Tømmerfløting i Nodeviga, sett frå bysida. Uvisst årstal. Foto: Vest-Agder-museet.

7.3 Oppsummering

Båtane gjer det mogleg å tenke vidare enn berre hamna Nodeviga. I dette kapitlet har vi sett svært kort på nokre av båtane som er tilgjengelege og diskutert noko av det problematiske med å tenke region. Vi har vidare nemnt kort andre stader med kompetanse på å ta vare på båtar.

8. Kven fortel om kven?

I dei to førre kapitla har vi diskutert tema for spissing, så som kaperperioden, og fagkunnskap om gjenstandar, så som båtar. Men kaperane var menneske, og båtane var, og er, brukt av menneske. Blant musea har det tradisjonelt vore eit ideal om reindyrka tidsbilete der alt som er med skal vere "typisk" for den tida, noko som skjuler kor forskjellige menneska er i kvar si samtid. Då er det lett å gløyme at det finst fleire kjønn, klasser, etnisitetar, aldrar og fysiske og psykiske lidingar, og at mange, også under kapertida, var andre ting enn kvite, rike, heteroseksuelle, psykisk og fysisk friske menn. I følgje st.mld. 49, Framtidas museum, er det eit mål at "[m]useene skal nå publikum med kunnskap og opplevelse og være tilgjengelig for alle. Det innebærer målrettet tilrettelegging for ulike grupper og aktuell formidling som fremmer kritisk refleksjon og skapende innsikt" ("St.mld. nr 49. Framtidas museum. Forvaltning, forskning, formidling, fornying", 2008-2009: 155). Dette kapitlet skal handle om nettopp dette.

8.1 Kjønn på museum

Det kan vere ein fordel (dersom det ikkje skjer automatisk) å ha i bakhovudet at ein skal leite etter historier som inkluderer kvinner, jenter og gutar, i tillegg til spreining i formidlinga av klasse. Mangel på balanse på kjønnsperspektiv blir gjerne kompensert ved å ha eige "kvinnemuseum", "kvinneutstilling" eller kvinner som tema for årbøker (til dømes Vest-Agder-museet, 2009). Det gjer det mogleg å bøte på noko av den skeive formidlinga, men balanse blir det først når musea og utstillingane er slik at slik kompensasjon ikkje er naudsynt lenger.

Ein trong ikkje leite lenge for å finne vinklingar som tek for seg historier der kvinner har naturlege hovudroller. "Det norske matriarkatet", seier kulturhistoriestemmene, "med mange titals tusen av mennene på sjøen store delar av året må jo ha gjort noko med norsk feminisme i dag". Også tilhøvet mellom kvinner på land og menn på sjøen kunne vere ein måte å inkludere opplevingssenteret på land med hamna. Flest på sjøen var menn, medan utstyret til skipa gjerne vart laga av kvinner.

8.2 Det subjektive som objektivt

Som eit strategisk verktøy for å fortelje ulike historier kan det vere eit forslag å knytte historiene og objekta til enkeltpersonar og følgje desse gjennom ein dag, ein månad, eit år eller eit liv. Slik får ein eit bilete av ei epoke eller eit liv utan at ein blir for generell og overflatisk. Slik får ein også vist at det som blir formidla berre er ein flik av livet, staden og av epoken. Historia, staden og perioden blir menneskeleggjort, og det er lettare å setja seg inn i korleis livet kan ha vore og er i dag, for menneske med forskjellige erfaringar.

Dette er både meir subjektivt og meir krevjande å setje opp enn å berre bruke såkalla fakta, men det kan argumenterast for at formidlinga blir betre, og forståinga av fortid blir styrka. Fakta kan sjeldan vere anna enn utgangspunkt for tolking og fakta tilgjengeleg er resultat av utveljingsprosessar som ikkje alltid er like lette å gjennomskode. Dei kommersielle stemmene argumenterer med at bruken av fiktive personar gjer det mogleg å vere meir fargerik utan å forulempe personen eller slektningane hennar. Norsk Folkemuseum har brukt liknande verkemiddel i husværa dei har innreidd i leiegarden Wessels Gate 15. Dei ulike er innreidd etter forskjellige tidspunkt som følgjer levetida til leiegarden, og meir eller mindre fiktive personar er brukt som inngangsportal til formidling av ulike stemningar og tider, inkludert notid i den pakistanske

leilegheita. Ved å bruke enkeltpersonar kan ein vise det fragmenterte i framstillinga av fortida, samstundes som at ein unngår å forvirre den besøkande. Dette opplever vi kan vere tilfellet dersom utstillinga viser det fragmenterte slik at gjesten sjølv må tolke fortida i høve til sanning og representasjon. Dette er ein måte å formidle på som kan fungere grenseoverskridande på mange felt.

Mange romanar er gode eksempel på ein slik måte å introdusere og formidle historie på, medan færre museum har brukt verkemidla som opnar seg her. Eit vellukka eksempel på gode narrativ finst i til dømes romanen *Pakten* av James A. Michener (1987). Her brukar den amerikanske forfattere fiktive personar som han følgjer gjennom Sør-Afrika si 30 000 år lange historie. Mette Newt si bok *Det mørke lyset* (1995), er eit godt eksempel på ein måte å formidle historie om enkeltindivid i ein vanskeleg periode. Ho tek for seg livet til ei jente som får lepra og blir lagt inn på St Jørgens hospital i Bergen. Sidan ho er lagt til byrjinga på 1800-talet får lesaren eit innblikk i korleis Napoleonskrigane og storpolitikken påverkar enkeltpersonar sine liv.

Litteraturen kan ha fleire eksempel der Nodeviga og Sørlandet har vorte nemnt som kan nyttast som inspirasjon eller utgangspunkt. Diktet Terje Vigen er eit opplagt eksempel som også passar godt med kapertemaet, og tematiserer vanskaner i regionen under Napoelonskrigen.

8.3 Den utanforståande som ser

Ei kulturstemme har lese Karen Blixen, som nyttar Odderøya som stad for ei grunnstøyting i ei av novellene sine. Det kan vere interessant å få med utanforståande sine blikk. Som nemnt i tidlegare kapittel kan dette blikket også tilhøyre medlemmar frå marginaliserte grupper. Slike blikk kan opne for andre måtar å sjå seg sjølv og andre på, både for majoritet og

minoritet. Blikket kan også tilhøyre utanforståande. Har Kristiansand og andre delar av Vest-Agder blitt skildra av andre besøkande – turistar, journalistar, forfattarar eller andre tilreisande? Eit slikt blikk kan også vere på museet som institusjon, representert ved til dømes kunstnarar, slik det er gjort i forsøksprosjektet *Museale forstyrrelser* i regi av Norsk Kulturråd (Komissar & Kalvatn, 2009).

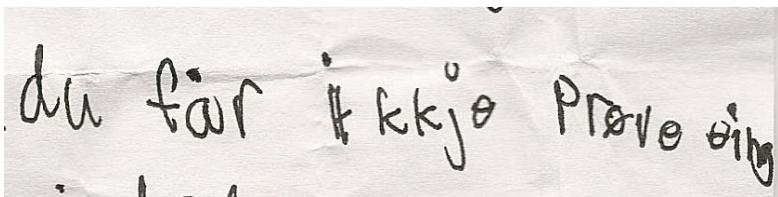
Kristiansand har fleire vennsbyar spreidd over heile verda, og å bruke desse som utgangspunkt for formidling kan gje interessante assosiasjonar til framande land i tillegg til det lokale. Vi anbefalar dette blikket som utgangspunkt for å lage utstillingar og aktivitetar. Til dømes, korleis såg dei engelske som vart kapra på dei norske kaperane? For ein som mistar skipet sitt spelar det mindre rolle om det er gjort med eller utan brev med løyve frå kongen. Som ein kommentar til Landmark og demofilmen om kaperane som han og kollegaene avsluttar med setninga "De virkelige heltene på Sørlandet" kan ein stille seg nokre spørsmål: Kven er heltane i historia, og kven bestemmer kva som utgjer ein helt?

8.4 Oppsummering

Vi har i dette kapitlet kort diskutert nokre element som har med måtar å fortelje historier på. Museumsblikket har ofte lett for å ta majoriteten for gitt, og gløyme minoritetar og andre marginaliserte, om det er kjønn, etnisitet, alder eller at ein ser annleis ut, som gjer at ein blir ekskludert. For å bøte på dette foreslår vi å fortelje historier gjennom enkeltpersonar, fiktive eller reelle. Mange historiske romanar nyttar seg av karakterar som ikkje fantes, men skildringane stemmer likevel med måten det kunne ha vore på. Ein annan måte å bøte på dette på er å nytte utanforståande til å fortelje om til dømes kaperane på Sørlandet. Det kan gjerne tenkast at ikkje engelskfolka om bord i dei kapra skutene var samde i skildringane av sørlendingane som heltar.

9. Aktivitetar

Museum er kjedelege fordi "eg ikkje kan gjere noko, må bare kikke", eg "må vere stille", "det er ingenting å gjere, berre bøker og gamle bilde", og "du får ikkje prøve ting", seier barnestemmene. Utan aktivitetar står ein i fare for å "ha båtar ståande som ein båtkyrkjegard", seier vaksenstemmene. Her argumenterer vi for å sjå aktiviteten som "autentisk", snarare enn gjenstandane. Så kjem vi med forslag til aktivitetar, lista er i røynda uendeleg, så dette er berre nokre få. Vi avsluttar kapittelet med å seie noko om digitale løysingar på museet.



Bilete 19 Ei barnestemme svarer på spørsmålet "Kva er det som ikkje er kjekt med museum?" Dette er responsen. "Du får ikkje prøve ting".

9.1 Å læra ved å gjera

Det har gjennom ei årrekkje blitt vanlegare og vanlegare at musea fokuserer på aktivitetar som del av formidlinga si, og då særleg retta inn mot barn. På Sunnmøre Museum, og mange andre stader, har slagordet blitt "å læra ved å gjera"¹¹. Her lagar barna til fisk som i steinalderen med varme steinar putta opp i vatnet for å koke det opp. Etterpå skjer dei opp fisken ved bruk av flintkniven dei nett har laga, før dei konkurrerer om kven som kan hogge mest i innmaten til stokkebåten, som snart kan

¹¹ www.borgundgavlen.no/#cid=5, 14.april 2010

setjast på sjøen. Men som vi skreiv i byrjinga av rapporten lever gamle og nye måtar å tenke museum på parallelt. Også på Sunnmøre Museum må barna som vitjar Steinalderholmen, inn i utstillinga for å sjå på gamle gjenstandar bakom glas, som del av formidlingsopplegget. Kirsti M. Hjemdahl (2002) synleggjer denne kontrasten i artikkelen *History as cultural playground* ved å sjå på to temaparkar, Vikingland og Bronseplassen, og sette desse opp mot nokre museum som tek for seg same tidsperiode. Ho viser kor vanskeleg det er å tenke seg korleis livet som steinalderbarn kan ha vore ved å sjå på ei samling spydspissar.

Musea Hjemdahl snakka med viste til den vanskelege diskusjonen rundt autentisitet, som også i høg grad var til stades under workshopen, og i tidlegare diskusjonar her, både i kapittel 2 og kapittel 6.2. Vikingland og Bronseplassen er ikkje "autentiske". Bygga skulle ha vore annleis, kledda skulle ha vore på visse sett, og vikingane åt jo ikkje sjokolade. Det kan ein person som lever i dag, men som er kledd som viking, gjere. Som kontrast har då altså musea den rette kunnskapen og dei ekte, autentiske tinga. Eller er det slik det er? I utstillinga brukt i formidlinga av steinalderen på Sunnmøre Museum er det meste av gjenstandane kopiar. Originalane finst i Bergen, på Kulturhistorisk Museum. På Vest-Agder-museet får Hjemdahl eit innblikk i det problematiske med steinaldergjenstandane der. For eksempel har pilesmissar fått nye skaft i tre, for å vise korleis dei såg ut. Kva er då ekte, og korleis skal musea formidle autentisitet, spør ho.

Vi vil argumentere med å endre fokus frå gjenstand til mål. Dersom målet er å få dei besøkande til å lære noko om temaet, blir diskusjonen om autentisitet og ektskap mindre relevant. Då må måten temaet bli gjort på tilpassast dei som skal lære noko. Tredjeklassingane på Sunnmøre Museum hugsar kan hende lite frå utstillinga der dei vart fortald om korleis steinaldermenneska reiste rundt, men desto betre kven som var i

gruppa som hogg stokkebåten ferdig, og fekk satt han på sjøen. Kan hende er ikkje Steinalderholmen på Sunnmøre Museum heilt "rett". Til dømes sto det nok ikkje skilt over småviltfella i steinalderen som skildra måten ho vart brukt på. Den utkledde vikingen på Vikingland som forsøkte å skjule eit sjokoladepapir, vart tatt på fersk gjerning av ein av ungene, som ikkje var i tvil om at sjokolade ikkje hørde vikingtida til og dermed kunne drive utpressing for å få smake. For Hjemdahl var erfaringa at historielærarane supplerte opplevinga frå temaparkane med ulike formar for kontekstualisering, både før og etter besøket, nettopp fordi temaparkane i seg sjølve ikkje treng vere "autentiske". Dette tok form av skodespel, samtalar og forteljingar. Slik kontekstualisering gjorde det mogleg for barna å diskutere kva vi kan vite om kva menneska gjorde. Dermed er det mogleg å reflektere over historia og kunnskapen, som i mindre grad er tilgjengeleg der framandgjerande utstillingar med glasveggar og tau rår.

I eit MoMAP i Nodeviga, meiner vi poenget må vere å skape opplevingar som sit att og som gjer at folk kjem tilbake. Ein måte å gjere dette på er å la barn, ungdom og vaksne prøve seg sjølve på aktivitetar som vart gjort av dei som levde i kapertida. I dette kapitlet vil vi oppsummere forslag til aktivitetar. Mange av aktivitetane er, ikkje overraskande, knytt til båtar og sjøen. Museumsstemmene foreslår eit område ved kajakklubben som passende for eit vassamfi der sjørelaterte forteljingar kan dramatiserast i sjøen. Tilretteleggarstemmene foreslår at museet leiger ein trålar, og tek med folk for å fiske reker kvar søndag vinterstid. Båtar kan vere tilgjengeleg for utleige eller som korte og lengre organiserte turar til ei av dei mange aktuelle satellittane som museet kan knytast mot. Mange stader som er interessante å dra til er det allereie betjening tilgjengeleg i sesongen.



Bilete 20. Aktivitet i regi av Vest-Agder-museet. Foto: Arve Lindvig/Vest-Agder-museet.

At det er skilnad på sesongane er eit viktig innspel frå dei kommersielle stemmene, og det er difor viktig å tenke på dette i planlegginga av hamna. Om sommaren er det mykje turisme, og vår og haust kan innsatsen rettast inn mot skuleelevar. I Dyreparken tilpassar dei aktivitetane slik at det i dei travle sesongane skjer mykje, men alt er likt kvar dag. I dei mindre travle sesongane er det stor spreing i aktivitetane, slik at det skjer færre aktivitetar samstundes, men variasjonen frå helg til helg er stor. Ved å dele opp året i sesongar, der ein om sommaren fokuserar på turisme, og vår og haust med mange skuletilbod, kan gjere at det blir jamnare med

besøk til staden. Hardanger fartøyvernsenter har til dømes leirskule i ein av båtane sine vår og haust¹².

Mange aktivitetar som kan gjerast med utgangspunkt i kystkulturen på Sørlandet er tidlegare også foreslått av museet (i Westersjø, 2009). Vi ramsar opp ei rekke med forslag:

- ❖ Ulike former for handverk (lage tau er foreslått, lære å knyte knutar er også ein klassikar som krev lite material og er tilgjengeleg for ulike aldersgrupper)
- ❖ Gamle leikar (trådleikar, vippe pinne, slå på ring)
- ❖ Husarbeid (bruk av vaskebrett, bere vatn, hogge ved).
- ❖ Tau med trinser som ein kan huske i kan vere tilgjengeleg heile tida (eksempel finst på Sunnmøre Museum), i tillegg til strikkmotorbåtar i eit kar og provisoriske fiskestenger av seljekvistar og sener.
- ❖ Aktivitetar kan også ha med moderne sjøfart med bruk av datasimulering og moderne verktøy. På workshopen argumenterer dei offentlege stemmene for at den moderne industrien sine teknikkar og kraner bør vere tilgjengelege, rett nok i storleikar som passar barn, og dermed vere med på å inspirere til å bli ingeniørar som er med på å vidareutvikle lokalt næringsliv.
- ❖ Ei aktivitet kan vere å få barn og vaksne til å skrive ned ei skildring av ein dag i sitt liv. Det kan gjerast i samarbeid med skular på forskjellige trinn, og vil vere ein måte å setja seg sjølv inn i historiske samanhengar. Ei av effektane av ein slik aktivitet kan vere å bidra til historierefleksivitet. Det kan også fungere som ein del av samtidsdokumentasjonen til museet.

¹² www.fartoyvern.no/side.asp?kat=1030&sp=1, 15.feb.2009

- ❖ Barn kan også intervjuje egne foreldre, besteforeldre og oldeforeldre. I tillegg til at museet på denne måten bygg opp arkiv med informasjon og forteljingar frå både notid og fortid, lærer barna noko om det å forske, og samtalen kan fungere som utgangspunkt for vidare diskusjonar i dei enkelte familiane.
- ❖ I Abbey House Museum i Leeds, vart det laga til eit "familieområde" med to gode stolar, nokre barnebøker og gamle barneleiker og klede. Ved eit bord med stolar rundt var det fargekrit og papir, og for foreldra var det nokre enkle skjema og penn der dei kunne skrive ned barndomsminne¹³. Dette er eit eksempel på ein aktivitet som passar for både små barn, og foreldra deira, og som også kan fungere som del av samtidsdokumentasjonen til museet.
- ❖ Aktivitetsløyper med oppgåver er også vanlege måtar på norske museum for barn å oppleve museum på.
- ❖ Gamle og nye gjenstandar kan brukast som utgangspunkt for gjettekonkurransar der barn og vaksne skal forsøke å finne ut kva det har blitt brukt til.
- ❖ Nærleiken til Kilden gjer det mogleg å ha teaterstykke eller konsertar i Nodeviga i samband med Kilden sitt program.
- ❖ Lokale kunstnarar kan ha utstillingar og halde kurs i regi av det maritime opplevingssenteret.
- ❖ Skodespelarar i husa kan vere med på å gjere staden meir tilgjengeleg, men det må vere flinke folk.
- ❖ Segle.
- ❖ Fiske.
- ❖ Ro.

¹³ www.leeds.gov.uk/abbeyhouse, 02. feb. 2009



Bilete 21. Foto: Anita Nilsen/Vest-Agder-museet

Dei fleste av aktivitetane som har blitt foreslått kan gjerast med eit kapertilsnitt. Kapertida gjer det mogleg å lage ein samlande tråd for aktivitetane, og ikkje berre for det som blir tatt opp i regi av senteret. Forteljningane opnar også for andre aktivitetar, som til dømes:

- ❖ Søke om og få kaperbrev.
- ❖ Prøve seg som prisemeister i priseretten.
- ❖ Lage og ete barkebrød.
- ❖ Lage egne forteljingar om korleis personane som levde på tidleg 1800-talet hadde det.

- ❖ Samanlikne korleis det var på Sørlandet då med kysten av Somalia i dag.
- ❖ Lage namn til egne kaperskip.
- ❖ Rollespel, der dei besøkande går inn i museet gjennom forskjellige identitetar, som gjer at dei møtar epoken på ulike måtar. Ein svært enkel form for rollespel er gjort i til dømes Apartheidmuseet i Johannesburg, Sør Afrika. Når ein kjøper billett får ein utdelt eit kort som bestemmer om ein får gå inn døra for dei kvite eller dei ikkje-kvite, og fyrste delen av utstillinga er slik at ein ikkje får sjå det same.
- ❖ Fekte og sloss.
- ❖ Skyte med kanon.
- ❖ Prøve å entre eit skip frå ein robåt.

Dette er berre nokre få av mange aktivitetar som er moglege å gjere i eit maritimt opplevingscenter. Vi argumenterer for å tilpasse aktivitetane til tema og utstillingar, og sjølvstøtt til personane som museet ønskjer å auke besøket av. Dersom formålet er at dei som kjem på besøk skal sitje att med noko etterpå, må måten forteljningane blir gjort på tilpassast. Ofte er det nettopp aktivitetar som skal til.

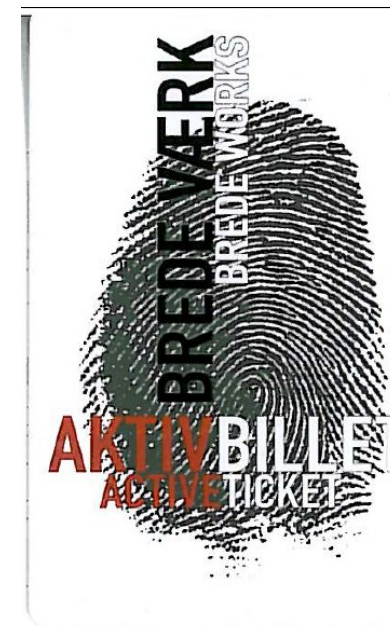


Bilete 23. Skodespelaren Ole Geir Feste. Foto: Kathrin Pabst/Vest-Agder-museet

9.2 Nettsider og digitale løysingar

”Det er ikkje gøy å berre trykke på ein knapp”, seier barnestemmene. Moderne fjerdeklassingar krev meir enn det. Vi har tidlegare vore inne på bruk av elektroniske løysingar, til dømes til bruk for å få forslag og kritikk frå gjestane. Bruk av digitale løysingar og teknologi i eit maritimt opplevingssenter gjeld til dømes nettsider, i utstillingar, vising av film, og vising av informasjon på staden.

Bilete 22. Elektronisk billett på Brede Værk. Nationalmuseet/Annette Vasström..



Eit museum som har gjort spennande ting ved hjelp av digitale løysingar, og som har integrert det på gode måtar, er Brede Værk¹⁴. Det er ein del av Nationalmuseet i Danmark, og tek for seg industrihistorie. I det vidare arbeidet meiner vi det er lurt å sjå nærare på arbeidet som er gjort her, og lære av prosessane. Når gjestane kjem til dette museet får dei ein elektronisk billett, ein ”aktiv billett”, som kan nyttast gjennom heile utstillinga. Før ein får billetten blir ein registrert med bilete, og billetten kan nyttast i etterkant til å logge seg inn på nettsidene til museet, og sjå filmar på ny. Brede Værk registrerer lite informasjon om eigne gjestar, men dette systemet kunne også ha gjort det mogleg å stille spørsmål til gjestane for så å kunne betre utstillingane i etterkant.

¹⁴ <http://bredevaerk.natmus.dk/>, 20. april .2010

Ein stad kan billetten nyttast til å velje mellom ulike filmar med utgangspunkt i gjenstandar. Til dømes er ei bereveske for babyar utgangspunkt for filmsnuttar med "abort", "kjærestar" og "likestilling" som tema, og både bagen og filmsnuttane er frå 60-talet. Gjennom utstillinga blir ein også stilt overfor nokre dilemma som ein svarer på, slik at utstillingane ikkje er passive. Dei besøkande tar stilling til korleis dei ville reagere i situasjonar relevante for tema som blir teken opp. På slutten av turen kan ein logge seg inn og sjå kva andre har svara. Ein annan stad i museet kan billetten nyttast til å velje personar ein ønskjer å følgje i ein "black box" gjennom seks filmsnuttar. Ein kan når som helst bytte mellom dei seks personane, men når ein har følgd den same gjennom heile historia får ein ei bonusforteljing som kjem med løysinga på mysteriet som filmsnuttane dreier seg om. Billetten gir også tilgang til eit samleband der ein produserer kulelager til bilindustrien, og ser eigen produksjon på ein skjerm over seg. Mykje av dette har nett blitt gjennomført, og museet skal setje i gang med forskning på korleis dei aktive billettane virkar og blir brukt (Nationalmuseet/Annette Vasström, 20.04.2010).

Her vil vi komme med nokre fleire innspel til dette med nettsider og digitale løysingar, men vi vil legge til at dette er berre ei nokre dråper frå eit stort hav.

- ❖ Gode nettsider kan vere ein plass der museet publiserar lengre tekstar om relevante tema som er lettlesle og kan brukast i undervisningssamanheng eller fordi nokon er interesserte i temaet. Dei kan også vere utgangspunkt for omvisingar i utstillingane, slik Vest-Agder-museet allereie gjer ein del av på eigne sider, og som er vist i illustrasjonen under.

- ❖ Nettsidene kan brukast til å ha dataspel der ein vel seg ein identitet, og med utgangspunkt i dei same omgjevnadane så opplever ein tida forskjellig ut frå kven ein er. Liknande teknikkar kan nyttast i utstillingane, og i omvisingar der omvisarane tek opp i seg ein karakter.



Bilete 24 Henta frå www.vestagdermuseet.no

- ❖ Tekniske løysingar for mogleg informasjon kan til dømes vere å setje opp stasjonar på området der ein kan bruke blåttann eller tilsvarande teknologi til å overføre informasjon om utstillingane eller båtane til mobiltelefonen. Dette finst i Alhambra-museet i Granada, Spania¹⁵.
- ❖ Eit anna eksempel er Sunnfjord Museum der ein kan laste ned lydfiler frå nettsidene på ulike språk som ein kan lytte til med ein mp3-spelar, medan ein går Mostien¹⁶.
- ❖ Ein måte å nytte gjenstandar og forteljingar på er gjennom ny teknologi der kulturstemmene nemner 4D-film. Denne teknologien gjer mykje mogleg.
- ❖ Digitalisering av gjenstandane i samlingane gjer det mogleg for besøkande på museet og på nettsidene å lage egne samlingar, og gjenstandar som elles ikkje er tilgjengelege kan sjåast på ein skjerm, og etter kvart opplevast i 3D.

Som mange av forslaga viser, er digitale løysingar ein måte å gjere utstillingane meir tilgjengelege på, og sørgje for auke i brukarmedverknaden og inkluderinga av publikum¹⁷.

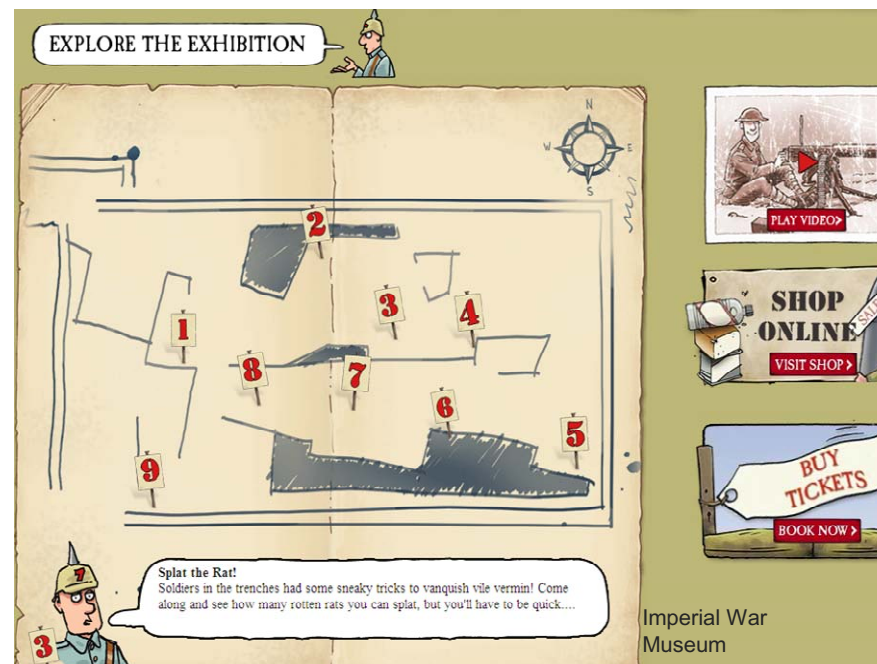
Kulturstemmene ser for seg at museet skal vere staden der "dei profesjonelle innan film og teknologi vil ønske å vere for å prøve ut teknologien sin". Dermed blir museet "innhaldsskaparen", medan det "teknologisk sett blir ein leikeplass for profesjonelle". Ved å tenke slik er det mogleg for det maritime opplevingscenteret å halde seg oppdatert og

¹⁵ www.alhambra.org/eng/index.asp?secc=/inicio, 25. sept. 2009

¹⁶ www.sunnfjord.museum.no/sff/wwwsm.nsf/0/E5CA22F659FA5866C125730F003437DD?OpenDocument, 15. okt. 2009

¹⁷ St.mld. nr 49. Framtidas museum. Forvaltning, forskning, formidling, fornying, 2008-2009

vere i forkant slik at også dette blir ein stad å sprengje grenser, og halde seg oppdatert for dei unge, men erfarne fjerdeklassingane.



Bilete 25. På nettsidene til Imperial War Museum kan den besøkande føre museknappen over ulike postar i utstillinga, og soldaten nedst til venstre fortel kva ein får oppleve der. Sjølv om dette museet tek utgangspunkt i krig, er det mest eit museum om fred. Det denne utstillinga handlar om er korleis det var for soldatane å vere i skyttergravene¹⁸.

¹⁸ <http://trenches.iwm.org.uk/-Explore-The-Exhibition>, 15. jan .2010

10. Nodeviga som stad

Her fokuserer vi på staden som eit fysisk uttrykk, der dei besøkande skal bevege seg, og innspela som kom om museumsbygg under workshopen.

10.1 Gjesten på staden

I utviklinga av eit maritimt opplevingssenter i Nodeviga er sjølvsgt gjestane i fokus gjennom heile planleggingsfasen. Så godt det let seg gjere bør det vere eit poeng å setja seg sjølv i deira situasjon. Mikke Mus sine ti bud, brukt i planleggingane for Disneyparkane, er svært oppteken av det fysiske rommet som gjestane er i. Eit av buda er "wear your guest's shoes". Gå med gjestane dine sine skor jamleg, sa Orrin Shively frå Disney-konsernet på eit foredrag under Motion i Kristiansand, i september 2009 (Shively, 2009). Kor bør det vere tilgjengelege benkar for ein som er skral til beins, eller for folk som ønskjer ein stad å sjå på båtane frå? Kor mykje ser ein femåring? Er det mogleg å gå med rullestol over heile området? Det kan vere ein fordel å inkludere representantar frå organisasjonar for personar med funksjonshemmingar i utforminga av Nodeviga som museumshamn for å sikre mogleg tilkomst for personar i rullestol, med synshemmingar, hørselshemmingar og dysleksi, mellom anna (Bækken & Akselvoll, 2009; Sunding, 2009).

Det må vere tydeleg for gjesten kor ho skal gå for å komme seg til dei ulike delane av hamna, og samanhengane i hamna bør vere tydelege og oversiktlege frå byrjinga av, same kva del av hamna ein kjem inn i. Eit forslag er å få laga to frontfigurar, ei jente og ein gut, som så kan gå igjen i utstillingane og ta del i forteljingar forankra i historia. Desse figurane kan også brukast til å vise veg. Lite kan øydelegge museumsopplevinga så

mykje som mangelen på eit toalett når det verkeleg trengst. Tilgjengelege toalett kan også vere utgangspunkt for å fortelje om korleis folk til sjøs løyste denne saka. Det har dei gjort i Boston, i USS Constitution Museum¹⁹. Der står ein tekst på veggene som skildrar problema ein kunne ha som sjømann når ein trengte ei stund for seg sjølv. Også kaperane, sørlendingane på land og fangane i prisonen måtte på do jamleg, og forteljingar om korleis dette vart gjort høver godt til å bli formidla der dei besøkande kan relatere aktiviteten direkte.

10.2 Staden Nodeviga

Nodeviga er i seg sjølv eit vakkert område med stort potensial utan at ein treng gå sterkt til verk. Det som allereie finst der kan utnyttast vidare i planlegginga, med til dømes kajakkklubben og svaberga ein kan bade frå.

Både visuelt og for å forme rørsle til gjestane er det viktig å tenke i ulike høgder når staden blir planlagd. Kor skal dei høgare skipa stå? Kva med svaberga som deler Nodeviga i to? korleis blir tilhøvet mellom det planlagde sjøfartsmonumentet og det maritime opplevingssenteret?

Ein bør også vere observant på kva som er tilgjengeleg utanom opningstid slik at det gir mening. Her kjem moglege hamnekneiper og serveringsstader inn som noko som gir liv til staden, også etter normalopningstida til opplevingssenteret. Utandørsutstillingar, informasjonsplakettar og leiker kan brukast for å lokke folk til å komme innom i opningstida også. Informasjon bør gjerne inkluderast også ved nyare båtar. Det som er gammalt og fjernt står i fare for å bli redusert til det meir eller mindre tilfeldige utvalet av informasjon som er inkludert. Ved å ha same type informasjon også på nyare båtar som mange har eit

¹⁹ www.usconstitutionmuseum.org, 15. jan. 2010

forhold til, synleggjer ein denne reduksjonen fordi folk veit at det er så mykje meir. Dermed blir det mogleg å trekke konklusjonen at dei gamle båtane også er så mykje meir enn dei få setningane ein nødvendigvis får plass til.

Som hamn kan Nodeviga fortsetje å bli brukt. At kajakkklubben framleis skal halde til i hamna er med på å sørgje for bruk. Det skapar liv, og sjølv om mange av båtane er for nye for ein samanheng der resten av hamna er gjort i ein tidleg 1800talsstil, vil vi argumentere for at livet som eit slikt grep gir er meir autentisk enn dersom hamna ikkje blir brukt. Autentisiteten vi argumenterer for er dermed knytt til aktiviteten meir enn til gjenstandane, slik vi viste tidlegare der vi snakka om moderne museumstrendar.

10.3 Museumsbygg

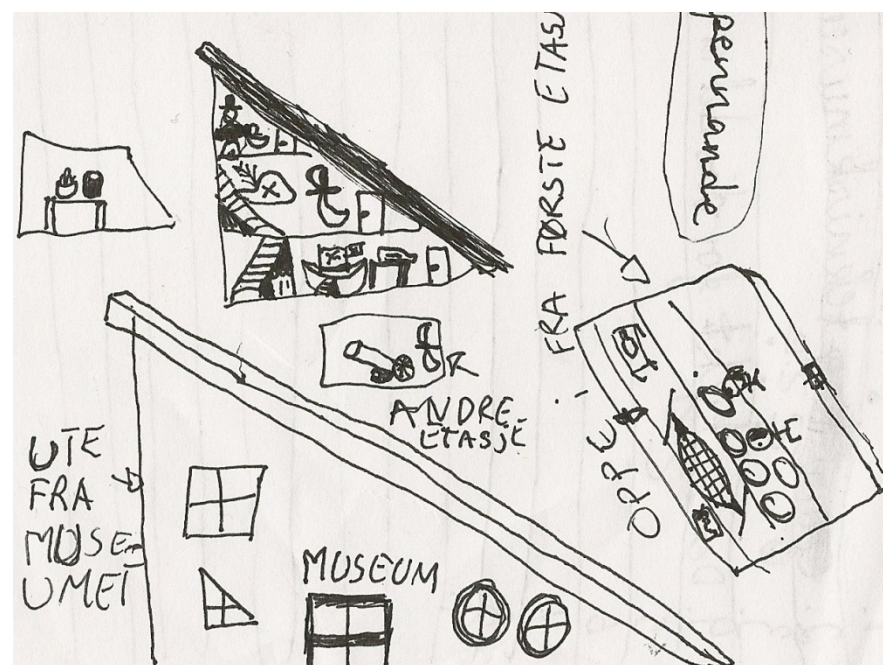
Både plassering av, og formgjevinga til, eit museumsbygg opptek mange stemmer. Når det gjeld plasseringa er det for det fyrste behovet for å tenke over korleis bygget blir plassert i forhold til sola i Nodeviga. Servering bør plasserast der det er lyst, ytst i Nodeviga, medan andre aktivitetar og funksjonar kan plasserast inst i huken, der det sjeldan er mykje sol. For det andre korleis det blir med den andre aktivitetar som er tenkt i nærleiken, som til dømes på Silokaia, med nye bustadar, matbutikk og service-tilbod. Kva skal vere bindeleddet mellom desse områda, og korleis skal dei kunne vere til fordel for kvarandre utan samstundes å sjenere kvarandre? Desse spørsmåla blir viktige vidare i prosessen.



Bilete 26. Nodeviga sett frå byen. Foto: Arve Lindvig/Vest-Agder-museet

Når det gjeld formgjevinga av eit museumsbygg er dette noko av det aller viktigaste for mange. Til saman i gruppene kom det fleire innspel til korleis eit slikt bygg kan vere. Sjølv om det for nokre var vanskeleg å skilje mellom til dømes hus i hamna og eit museumsbygg, er det viktig for fleire av deltakarane å få fram at båtar, landskap, "autentiske hus" i hamna og museumsbygg må spele på lag. Eit forslag var å ha det gamle nede i hamna, og eit moderne museumsbygg bak. Det er allereie tenkt å setje opp eit formidlingsbygg bak hamna. For den saks skuld trengst ikkje kulturhistoriske bygg i det heile teke, seier utviklarstemmene. Eit opplevingsbygg kan stå som eit moderne glashus med gamle hus og båtar inni. Eit slikt bygg kan sjåast i samanheng med Kilden, som saman med Operaen i Oslo, meiner kulturstemmene, vil bli del av ei framtidig arkitekturturisme. Eit forslag som kom fram er å la bygget gå ned i sjøen, slik at fiskane i Nodeviga blir ein del av det, og i staden for å ha bruer kan ein ha tubar under vatnet. På denne måten kan museet bidra til å sprengje nokre teknologiske grenser, og ved å lage eit bygg ein ikkje har sett maken til kan nokre av samfunnet sine museumsgrenser bli sprengde. Bygget i seg sjølv er med på å sprengje grenser, og "må bli ein attraksjon" seier museumsstemmene. Her er det viktig, meiner utviklarstemmene, at for å få dette til må museet "så konkret som mogleg formidle kva dei ønskjer å fortelje, og kva dei ønskjer at folk skal oppleve". Så kan "arkitektane løfte dette opp på et nytt nivå".

Eit anna forslag til museumsbygg er Siloen, som ligg i området, og er regulert til næring med restriksjonar i forhold til bruk sidan utsjånaden er bevaringsverdig. Gruppene synast å vere samde i at det er viktig for den vidare tenkinga rundt museet å vite kva som skjer med Siloen sidan dette har innverknad på heilskapen på Odderøya. "Gjenbruk er i vinden", kjem det frå forskarstemmene, og i dag står han tom.



Bilete 27 Ferdig teikna planteikning til kapermuseet frå barnehand.

Uavhengig av forma på bygga som kan bli sett opp i Nodeviga, vil vi argumentere for å lage eit miljø, avgrensa til perioden rundt Napoleonskrigen, og med kaperane som tema. Dette miljøet treng i liten grad endrast, men det må i tillegg leggast til rette for å kunne ha ei basisutstilling der ein gjer tematiske djupdykk over tid, som gjer "permanent endring" mogleg.

11. Kultur og kommers

”Folk trekk folk”, seier dei kommersielle stemmene. Det er fleire trådar som kan samanfattast i omgrepet ”kommersialisering” av Nodeviga. Den eine har vi allereie vore borte i, og den heng saman med i kva grad det maritime opplevingssenteret skal vere kommersialisert og korleis det kan arbeide med å auke besøkstala. Mot redsla for å bli eit ”Kaptein Sabeltann-museum”, argumenterer kulturstemmene, dei offentlege stemmene og kulturhistoriestemmene, med at museet må spele på historiene i regionen, og gjere det godt, så treng det ikkje vere noko motsetnad mellom høge besøkstal og museumsfagleg høg kvalitet.

Den andre tråden, som blir utdjupa vidare i dette kapitlet, er inkluderinga av kommersielle aktørar i tilknytning til Nodeviga. Dette kan gjerast ved hjelp av sponsoraktivitetar og då gjerne opp mot spesifikke utstillingar eller prosjekt. Det kan også gjerast som meir djuptgåande samarbeid, som til dømes i form av ein restaurant eller ei hamnekneipe. Kommersialisering i form av næringsverksemd opptek resten av dette kapitlet. ”Det er ei utfordring”, seier utviklarstemmene, å ”leve kommersielt heile året”. For dei offentlege stemmene er det viktig å ha rytme og pause i bruken av staden. Dermed blir det viktig å tenke over kven som held til i hamna og kva tid dei er i bruk. Ved å ha fleire aktørar, med til dømes ein kafe på dagtid og ei hamnekro på kveldstid blir det sørgja for bruk av området store delar av døgeret, og ikkje berre søndagar og kvardagar fram til fire når museet stenger.

11.1 Hamnekneipe eller Bølgen og Moi?

Kulturstemmene foreslår å gå for noko ”autentisk” i ein serveringsstad i det maritime opplevingssenteret, og ta utgangspunkt i mat frå tida

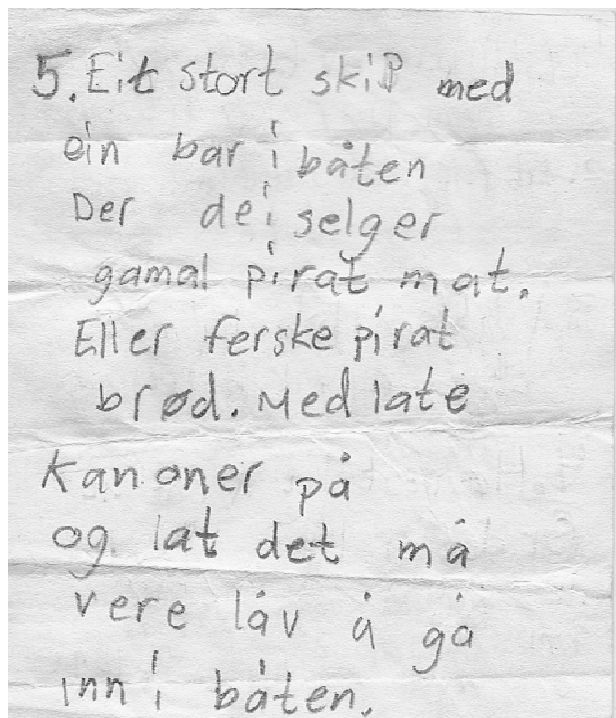
senteret tek for seg. Brukar ein kapertida som utgangspunkt er barkebrød, potet, fisk og hummar, råvarer som høyrer til menyen. ”Det er tradisjonskost”, seier museumsstemmene, ”som er mat med læring”. Kulturstemmene peikar på musikk frå epoken som kan spelast i vertshuset og i hamnekneipa, og meiner det er viktig å ”stimulere alle sansane, når vi skapar området”. Begge er opptekne av å formidle fleire ulike dimensjonar, med ”kunst, og produkt frå perioden”. Dei kommersielle stemmene peikar på at for å få ein slik stad til å gå rundt økonomisk må det vere meir enn museumsgjestar som kjem. Då kan ”restaurant Skjørbuk” bli for smalt. ”Eit autentisk miljø er kjedelig – utan at det blir spelt opp mot noko moderne”, seier utviklarstemmene, og foreslår ein moderne serveringsstad som kontrast mot 1800-talsmiljøet i hamna elles.

Museet har høyrte frå andre utviklingsprosjekt at det ikkje er lett å styre næringslivet. Det blir dermed viktig å inkludere aktuelle partnarar så tidleg som mogleg i prosessen, også for å få dei begeistra for visjonen. Likevel meiner nokre av forskarstemmene, er dette ein av dei beste plassane i byen og museet må difor ikkje selje seg for billeg, men søke å få inn gode folk. Desse eksterne aktørane må vere med vidare og utvikle konseptet.

Plasseringa er viktig for at restauranten skal gå bra, og det finst ulike erfaringar rundt dette. Til dømes har Operaen i Oslo slitt veldig sidan den ligg litt bortgjømd, og ein har meir lyst å vandre rundt enn til å ete.

Når ein har fått inn dyktige private, som tek seg av miljøskapande hamnekneiper og restaurantar, er det viktig at også museet tener noko på det som det har å tilby, nemleg dei gode historiene som er med på å skape stemninga hos dei kommersielle aktørane på staden. ”Viss samarbeidet skjer mellom private og offentlige næringslivsaktørar, må det

lagast ei ordning, så avkastninga ikkje berre hamnar i private lommer”, seier forskarstemmene. Dette kan til dømes gjerast gjennom å ha ei utviklingsavdeling der kompetanse i regionen blir samla, der alle aktørane, ”offentlege som private” vert det sagt, som nyttar seg av ”den beste plass i byen, nemleg Nodeviga”, legg ein viss prosentdel av avkastninga deira i eit utviklingsfond, foreslår utviklarstemmene.



Bilete 28 Også fjerdeklassingane såg for seg mat på eit kapermuseum.

11.2 Oppsummering

I dette kapitlet har vi sett på innspel rundt servering i Nodeviga, og korleis dette kan gjerast. Temaet har blitt behandla veldig kort, og grundigare vurderingar må gjerast vidare i arbeidet, noko som ligg utanfor denne rapporten. Vi vil likevel argumentere for å visuelt lage serveringsstaden i samheng med resten av det maritime opplevingssenteret, og komplimentere ein ”kapermeny” med meir moderne mat og drikke. Utviklinga av serveringsstader må gjerast i samarbeid med nokon som kan drive dei på ein god måte, og dette samarbeidet bør starte så snart som råd er, for å sørge for inkludering i utviklingsarbeidet.

12. Oppsummering/konklusjon

Vest-Agder museet ønskjer å etablere ein moderne og levande museums- og opplevingsarena, eit heilt nytt tilbod som appellerar til dagens publikum. Agderforskning fekk oppdraget med å utarbeide eit forprosjekt som baserar seg på ei vidareutvikling av museet sine eigne planar og idear, og som kom med innspel i forhold til å finne konkrete moglege måtar å gjere eit maritimt opplevingssenter i Nodeviga, både i regi av museet, og i samarbeid med kommersielle aktørar. I tillegg ønska ein å få eksempel på historier som kan bli fortalt, og vise til nødvendig tilrettelegging for å få realisert ideane.

Som innfallsvinkel til forprosjektet foreslo Agderforskning å legge hovudvekt på gjennomføringa av ein workshop, for å invitere inn eit mangfald av ulike stemmer og moglege samarbeidspartnarar. Her vart både ein meir tradisjonell og ei meir moderne forståing av musea si rolle presentert, og Vest-Agder-museet sine eigne visjonar og mål vart utdjupa. Dessutan vart det foreslått og diskutert eit tema for spissing, knytt til kapertida på tidlig 1800-tallet, som utgangspunkt for eit moderne og levande museum som kunne appellere til dagens publikum. Tema og meiningar som kom fram under workshopen vart også prøvd ut hos eit noko yngre publikum, i form av ei 4. klasse.

Medan rapporten både går i djupna og breidda av det som kom fram av meiningar og meiningsbrytingar, i forhold til dei punkta som museet har etterspurt input i forhold til, søker denne oppsummeringa å konkretisere og gjere tydeleg kva som er forprosjektet sine anbefalingar til fokus for hovudprosjektet:

12.1 Spissa satsing, men ikkje lukka og statisk

Agderforskning og Vest-Agder-museet si utfordring er oppsummert av utviklarstemmene: "Kva må til for å lykkast? Kva er det museet vil fortelje? Noko av oppgåva er å finne og skape spanande historier og formidle dette på nye og fengande måtar, men ein må også vere synleg og nå ut til folk om dette." Det gjeld altså ikkje berre å ha dei beste historiene, men også måten ein fortel dei på, og måten ein viser seg fram på.

Vår anbefaling er å spisse temaet for senteret, for på den måten å kunne gå djupt i temaet, og dra vekslar på det temaet gjer mogleg. Mange tema kunne vere aktuelle. Likevel vil vi hevde at det for augneblinken er få som kan måle seg med kapertida på tidleg 1800talet. Kommersielt finst allereie ideen om piratar frå Sørlandet. Det finst mykje informasjon om perioden. Det blir også arbeidd med temaet i andre fora i regionen for tida, og vekslar kan gjerast på dette arbeidet. Temaet er også komplekst nok til at ein parallelt kan linke det til piratar i dag, til fattigdom, krig, oppgaver for kvinner og menn, tilhøvet mellom klasser, demokrati og ulike former for kultur møte som berre nokre få eksempel.

Innspela vi viser til i denne rapporten er i stor grad svært konkrete, men det var også ein del prinsipielle betraktningar rundt fenomenet maritimt opplevingssenter. Nokre overordna ønskje frå dei ulike stemmene er likevel at det maritime opplevingssenteret bør:

- Ta utgangspunkt i kulturhistorisk materialet som inneheld nok substans til at det har noko samtidsmessig relevant med seg
- Vere ein arena som opnar opp for mange forteljingar, gir rom for ulike stemmer og aktørar, og blir ein møteplass utover museet
- Vere eit meiningsberande, meiningsytrande og truverdig museum

Vi ønsker å legge til at det er viktig, også for meir permanente utstillingar, at museet opnar opp i staden for å stenge for, alternative forståingar og etablerte oppfatningar – slik kan dei fungere grenseoverskridande, både i måten dei blir laga på, og i måten dei formidlar tankar og idear overfor den besøkande. Dermed vil vi legge til at det maritime opplevingssenteret også bør:

- Knyte det lokale til det globale ved å sjå på ulike former for kultur møte
- Fortelje om andre tider og stader ved å fokusere på enkeltpersonar i forteljinga
- Vere merksam på kjønn, alder, klasse, kulturell bakgrunn og fysiske og psykiske vanskar hos dei personane som det blir fortalt om og fokusert på
- og på dei som kjem som besøkande og brukarar, og dermed sørgje for universell utforming av området
- Ha utstillingar tilgjengelege heile døgnet, med informasjon spreidd over heile området
- Utvikle publikummet sitt, og vite kven som kjem og kvifor
- Ha lokalar for meir og mindre permanente utstillingar

Dessutan trur vi at Mikke Mus sitt niande bod, som Disney brukar i utviklinga av alle sine parkar, også er eit viktig styringsreiskap for utvikling av ei levande museumshamn i Nodeviga: "For every ounce of treatment, provide a ton of fun!".

12.2 Museet i førarsete for eit bredt partnerskap

Vi vil framheve kor viktig det er å invitere med moglege samarbeidspartnarar, og inkludere ulike kompetansar, inn i den vidare

utviklingsprosessen – og ikkje først når konklusjonane ligg klare. Men det er museet som må og skal sitja i førarsetet.

Det er fleire spørsmål som blir lyft fram i forprosjektet, og som eit hovudprosjekt først vil kunne gå ordentlig i djupna av når ein har teke eit val om tematisk spissing. Det gjeld til dømes tilhøvet mellom det temporære og permanente i utforminga av området i Nodeviga, det gjeld museet sine planar om museumshamn i forhold til planane om etablering av ei nasjonal museumshamn, og det gjeld opning mot andre tema, tider og stader – korleis og kor kan ein komplimentere, utdjupe, kontrastere? Det gjeld også aktuelle aktørar som kan tenkast å vere interessert i å utvikle museumsområdet, både i forhold til drift av ulike tilbod og aktivitetar, utviklinga av produkta og tenestene, utvekslinga av innhaldet og felles marknadsføring.

Om museet skulle bestemme seg for å gjennomføre ei museumsutvikling basert på eksempelvis kapertida, så betyr ikkje det ei total og statisk framstilling av utelukkande den perioden for heile Nodeviga. Tvert i mot så kan ein tenke seg ei tidstru utforming av hamnemiljøet, som baserar seg på opplevingsdimensjonar i møte med ulike aktivitetar og aktørar (frå kajakklubben til hamnekneipe). Her vil det vere vesentleg å koplast med aktørar som er med på å skape Nodeviga til ein møteplass som også fungerer utanfor det museale, men likevel er samstemt med ei museumssatsing. Båthamna kan sjåast i kontekst til eit slikt gitt tema, men samtidig gje rom for ei vidare presentasjon av båtar – både museumsbåtar og båtar i privat eige av kulturhistorisk verdi (gjerne fram til plastbåtane). Dessutan kan ein tenke at eit moderne utstillingsbygg kan ta i bruk moderne framstillingsformer som black box og høgteknologi, som inviterar inn til ulike rollespel og interaktivitet.

Men man kan også tenke seg andre løysingar, avhengig av kva kontekstar Nodeviga blir sett i samband med. Ei Nasjonal Museumshamn opnar til dømes for at også Bragdøya og Bredalsholmen inngår med eigne fokus – noko som vil kunne tillate ytterligere spissing og eksperimentering av tema og uttrykksformer i Nodeviga. Odderøya Utvikling, som har blitt foreslått som ein organisering for utviklinga av heile Odderøya-området og der museumshamna i Nodeviga inngår som eit element av meir heilskapleg satsing, vil gje andre moglegheitshorisontar.

I møte med fleire ulike prosessar, pågåande prosjekt og uavklarte kontekstar, er det vesentleg at museet også klarer å konsentrere fokus på Nodeviga. Vi meiner difor det er nødvendig å avklare før hovudprosjekt blir sett i gang, dei reaksjonar, tankar og diskusjonar forprosjektet utløyser blant eigne museumsfaglege ståstader – både internt i Vest-Agder-museet og i eit vidare museumsfagleg kollegium. Vi anbefalar også museet å invitere inn museumsfagleg kompetanse som har gjennomført liknande prosessar, for å hauste inn konkrete erfaringar ved å arbeide i eit slikt kompetansemangfald, disiplinoverskridande og mangfaldig aktørbilete som dette utviklingsprosjektet krev.

Ei hovudårsak til at det er viktig å avklare og eventuelt forankre forprosjektet i det museumsfaglege, er at den vidare prosessen mot eit hovudprosjekt inkluderar så mange andre – både aktørar, kompetansar og forståingar. Deltakarane frå workshopen, som både representerer offentlege og private stemmer, kunstnariske og kommersielle, kulturhistoriske og utviklarar, arkitektur og forskarar, har sagt seg interessert i å bidra i den vidare prosessen. Dette er likevel berre ei byrjing på det aktørbildet som vil være relevant, og som det vil vere behov for å invitere inn for å skape ei moderne museumshamn i Nodeviga. I

tillegg må det noko uforpliktande ved deltaking gjennom ein idédugnad i eit forprosjekt, bli konkretisert og formalisert på andre måtar i eit hovudprosjekt. Og her opnar ny, relativt upløgde mark seg: Kva moglegheiter og premisser gjer det attraktivt for private investorar, frivillig sektor, og kunstaktørar å gå inn i eit maritimt opplevingssenter, og korleis bidreg dette inn i forhold til diskusjonar om utforming, plassering og tematisk innhald? Slike spørsmål har vore utanfor ramma av forprosjektet, men vil vere heilt vesentleg å få avklart i startfasen av eit hovudprosjekt.

Sjølv om det er mange former for innovasjon som blir opna gjennom nye aktørkonstellasjonar, som forprosjektet for utvikling av ei levande museumshamn i Nodeviga nærast insisterer på er nødvendig, er det viktig å også ha eit større nedslag av brukargenerert innhald med inn i hovudprosjektet. Det gjeld framfor alt å legge til rette for ein publikumsinvolvering også i planlegginga mot utviklinga av "et helt nytt tilbud som appellerer til dagens publikum" – som museet sjølv har formulert sin ambisjon for museumshamna i Nodeviga.

Kjeldeliste

- Barringer, T., & Flynn, T. (Eds.). (1998). *Colonialism and the Object. Empire, Material Culture and the Museum* (Vol. 2). London & New York: Routledge.
- Beckman, S. (1993). Oreda i fornsvängen. In J. Anshelm (Ed.), *Modernisering och Kulturarv Essäer och uppsatser* (pp. 25-57). Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag.
- Bjorli, T. (2000). *Kultur, vitenskap og samfunn. Samling og ideologi på Norsk Folkemuseum 1894-1914. Master's thesis in ethnology*. University in Bergen, Bergen.
- Black, G. (2005). *The Engaging Museum. Developing Museums for Visitor Involvement*. London: Routledge.
- Brække, Å. A. (2010). Jo fleire kokkar, jo betre søl. Medverknad i arkiv, bibliotek og museum. *ABM-skrift*(62).
- Butlin, M. (07.12.2009). Personleg kommunikasjon.
- Bækken, I., & Akselvoll, E. (2009). Se på - ta på - høre på. Om tilgjengelighet og formidling. Erfaringer fra Bergen Byarkiv. *ABM-skrift*, 54.
- Ehn, B. (1986). *Museendet. Den museala verkligheten*. Stockholm: Carlssons.
- Einarsen, H. P. (2005). Mellom undringshjem og kamparenaer. Museer og den flerkulturelle virkeligheten. *ABM-skrift*, 12.
- Eriksen, A. (2009). *Museum: en kulturhistorie*. Oslo: Pax.
- Grønstad, L. S. (2009). *One battle, two museums: a study of cultural discourses and categorizations at the Bloedrivier and Ncome Heritage Sites in South Africa. Master thesis*. Universitetet i Bergen, Bergen.
- Hamran, O. (2008). *Sanatoriebar*. Oslo: Norsk teknisk museum.
- Hamran, O. (2010). Erfaringer med medvirkning ved tidligere og pågående prosjekter ved Nasjonalt medisinsk museum. Paper på konferansen *Jo fleire kokkar jo betre søl*. 22-23 mars 2010. Oslo: ABM-utvikling.
- Hjemdahl, K. M. (2002). History as Cultural Playground. *Ethnologia Europaea*, 32(2), 105-124.
<http://bredevaerk.natmus.dk/>. (20.04.2010).
- <http://norskfolkemuseum.no/Utstillinger/OBOS-garden>. (06. des. 2009).
- <http://trenches.iwm.org.uk/-Explore-The-Exhibition> (15.01.2010). *Imperial War Museum*.
- Johnsen, B. E. (1993). *Han sad i prisonen - sjøfolk i engelsk fangenskap 1807-1814*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Johnsen, B. E. (2000). *Sjøfartsbyen Kristiansand. Sjøfartsutstillingen ved Vest-Agder Fylkesmuseum*. Kristiansand: Vest-Agder Fylkesmuseum.
- Johnsen, B. E. (2007). Iscenesatt sjøfartshistorie på sørlandske sommerfestivaler, eksemplifisert ved Kaperdagene/Kapernatten i Farsund og Kjæmpestaden i Arendal. *Upublisert manuskript*.
- Johnsen, B. E. (2009a). Kaperiet ved den norske kyst. In *Nordjylland under Englandskrigen 1807-1814* (pp. 279-284). Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.
- Johnsen, B. E. (2009b). Norsk sjøfolk i prisonen. In *Nordjylland under Englandskrigen 1807-1814* (pp. 285-296). Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.
- Karp, I., Kratz, C. A., Szwaya, L., & Ybarra-Frausto, T. (2006). *Museum Frictions. Public cultures/Global transformation*. Durham & London: Duke University Press.
- Komissar, M., & Kalvatn, S. J. (2009). *Museale forstyrrelser. Et forsøksprosjekt i regi av Norsk kulturråd*. Oslo: Norsk kulturråd
- Landmark, K., Wulff, C., & Tellefsen, O. B. (Writer) (2009). Med rett til å kapre - et dokumentasjonsprosjekt om Norges pirathovedstad.

- Lundén, S. (2010). Can the white male norm be put on in a showcase? On othering the 'self' rather than the 'other', på konferansen *Jo fleire kokkar, jo betre søl*, 22. mars 2010. Oslo: ABM-utvikling.
- Michener, J. A. (1987). *Pakten*. Oslo: Fredhøi.
- Møystad, M. Ø. (2009). *Latjo Drom - Romanifolkets/taternes kultur og historie*. Elverum: Glomdalsmuseet.
- Ness, K. K., & Govasli, L. (07. sept. 2009). Norges herligste museum. http://www.nrk.no/nyheter/distrikt/nrk_trondelag/1.6764563.
- Newth, M. (1995). *Det mørke lyset: roman*. Oslo: Aschehoug.
- Pabst, K. (14.01.2010). Kronikk - Museenes rolle i samfunnet. Faginstusjoner eller yringsinstusjoner? Ja takk, begge deler! <http://www.fvn.no/mening/debatt/article732983.ece>.
- Referat frå Ungdommens Kommunestyre, Søgne. (21.11.2006). www.sogne.kommune.no/download.aspx?ID=1002&ext=doc&uid=3.
- Roy, V. (07.12.2009). Personleg kommunikasjon. *Royal Shakespeare Company. Annual report and accounts 2008/2009*. (2009). Stratford-upon-Avon: www.rsc.org.uk/downloads/pdfs/annualreport2009.pdf.
- Shively, O. (2009). Mickey's ten commandments, etter Marty Sklar. *Innlegg under Motion i Kristiansand, 09.09.2009*.
- St.mld. nr 49. Framtidas museum. Forvaltning, forskning, formidling, fornying. (2008-2009). Kulturdepartementet.
- Sunding, C. (2009). *Universell utforming innen ABM-sektoren. Håndbok på nett*. Oslo: ABM-utvikling.
- Terpstra, P. (2005). *Besöksmål i Sverige - analys av attraktivitet och regional utveckling under åren 1998 till 2003*. Turistdelegationen: <http://publikationer.tillvaxtverket.se/>
- Vasström, A. (20.04.2010). Personleg kommunikasjon: Presentasjon digitale løysingar på Brede Værk. Kristiansand.
- Velure, M. (1996). *Museum: mangfald, minne, møtestad : utgreiing frå eit utval som vart oppnemnt ved kongeleg resolusjon av 15. desember 1993 ; avgjeven til Kulturdepartementet 22. mars 1996*. Oslo: Departementenes servicesenter, Informasjonsforvaltning.
- Vest-Agder-museet. (2009). *Kvinner. Årbok for 2009*. Kristiansand: Vest-Agder-museet.
- Vie, G. P. (2007). De båtreisende på vestlandet - romanifolket som reiste sjøveien. In *Årbok for Haugalandmuseene*. Haugesund: Haugalandmuseene <http://www.haugalandmuseene.no/publikasjoner>.
- Vinje, S. I. (2009). *Publikumsundersøkelsen 2008*. Stavanger: www.norskolje.museum.no.
- Westersjø, M. (2009). *Nytt museumsområde på Odderøya. Foreløpig rapport, juni 2009*. Kristiansand: Vest-Agder-museet. www.abm-utvikling.no/tverrsektorielt/hotspot. (11. okt. 2009).
- www.alhambra.org/eng/index.asp?secc=/inicio. (25. sept. 2009).
- www.engoyholmen.no. (20.04.2010).
- www.fartoyvern.no/side.asp?kat=1030&sp=1. (15.feb.2009).
- www.gokstadkystlag.no. (08. april 2010).
- www.iziko.org.za/sam/exhib_nh.html. (22. nov. 2009).
- www.leeds.gov.uk/abbeyhouse. (02. feb. 2009).
- www.nautisk.no/products/slaveskipet_fredensborg_tegneserie_x12265. (11.nov. 2009).
- www.oresund.org/greenhouse/projects/project-folder/framtidskuster. (13. april 2010).
- www.portofranco.no. (13. april 2010).
- www.sunnfjord.museum.no/sff/wwwsm.nsf/0/E5CA22F659FA5866C125730F003437DD?OpenDocument. (15.okt.2009).
- www.sunnmore.museum.no. (08.april 2010).
- www.tilbakemeldingen.no/tekniskmuseum/. (08. april 2010).
- www.usconstitutionmuseum.org. (15. jan. 2010).
- Ydse, T. F. (2007). *Museum, arkiv og samfunn. Kunnskapsbehov og utfordringer*. Bergen: Fagbokforlaget og Norsk kulturråd

Skjærtveden Fleckefjord i nærhet av Sam Lørdag og Kaptein
Knud Ellingsen, som ble forutsatt for Brynild
Skroten med flamm i Fleckefjord. Sam for med
den forbrukende kongens av Christian
fjeld den 4. August 1809. —

Meyer

Framsida viser ei scene frå filmen om Blegerøya utanfor Odderøya og det ho betydde som omlastings- og desinfeksjonsstasjon for varer som kom sjøvegen til Kristiansand. Filmene om Blegerøya er ein av fire kortfilm som vart produsert våren 2010. Dei er del av vandrestillinga "Feber og fellesskap, epidemienes århundre 1820 - 1920".

Foto: Arve Lindvig, Vest-Agder-museet

Baksida viser eit kaperbrev utstedt til kaptein Knud Ellingsen. Brevet er datert Kristiansand 4. august 1809.

Kjelde: Vest-Agder-museet Lista



Agderforskning AS

Telefon 48 01 05 20
Telefaks 38 14 22 01
post@agderforskning.no

Kristiansand:
Gimlemoen 19
4630 Kristiansand, Norway

Arendal:
Langbryggen 17
4841 Arendal, Norway