

Museer og kulturturisme

– er der noget særligt ved Vestsjælland?



Den årlige vikingefestival på Vikingeborgen Trelleborg ved Slagelse, set fra selve monumentet. I baggrunden ses vikingemarkedet med dets typiske hvide telte. I den givne situation er den primære aktivitet ikke at finde ved selve forlidsmindet. Foto: Andreas Bonde Hansen.

Er vi i den danske museumsverden gode nok til at profilere det unikke ved den lokale kulturarv ude i landet, når det gælder kampen om turisterne? Her er meget at lære af vores nabolande. På baggrund af et nyt ph.d.-projekt om formidling og udnyttelse af kulturarv fra perioden 600 – 1375 i Nordeuropa¹ giver artiklen perspektiver på og forslag til, hvordan museerne kan tackle kulturturismen som en ny udfordring.

Af Andreas Bonde Hansen,
ph.d.-stipendiat Museum Vestsjælland/
Saxo-Instituttet, KU

Vestsjælland – et godt eksempel

Er der noget særligt ved Vestsjælland? På et punkt ikke: Vestsjælland satser som så mange andre landsdele, på kulturarvs-turisme som del af den regionale udvikling. Her står mangt et museum over for samme udfordring: At skulle profilere områdets særegne kulturarv og ofte for få midler. Netop det historiske og kulturelt særegne ved regioner, er en afgørende forudsætning for at kunne tiltrække turister. Det har jeg tydeligt kunne observere gennem studier udført i Danmark, Tyskland og Sverige, gennem de sidste to år. Disse studier peger mod, at man mange

steder i Danmark ikke er gode nok til at detektere og formidle det lokalt særegne. Der er selvfølgelig noget særligt ved Vestsjælland. Fra Åmose-jægerne over ene-stående middelalderkirker, til det 19 årh. store landvindingsprojekter, byder området på unikke kulturoplevelser. Alligevel er besøgstallene på museer og ved historiske lokaliteter forholdsvis lave.² Det til trods for, at området bl.a. rummer nogle af landets største sommerhus-kommuner og vigtigste færdselsårer. Så hvad kan der gøres, hvis en landsdel som Vestsjælland gerne vil have sin særegne kulturarv til at træde tydeligere frem?

Sammenligningsgrundlaget

Når man i den danske museumsverden søger sammenligning og inspiration til at afgøre om man har succes eller for at skabe samme, orienterer man sig ofte ensidigt. Typisk sammenligner man kun internt i landet eller henter inspiration i den angelsaksiske verden, hvor museerne har ganske andre forudsætninger end i Danmark. Derved overser vi det mest oplagte sammenligningsgrundlag: De attraktioner, som har forudsætninger i lighed med vore, og som tilmed kæmper om de samme turister. De findes bl.a. i Sverige og Tyskland. Her har man succes med at eksponere den lokale kulturarv for mange. Således formår visse svenske museer i tyndbefolkede områder, endog uden samme gunstige infrastruktur som Vestsjælland, at have meget høje besøgstal. F.eks. har regionsmuseet "Jämtli" i Jämtland, over 200.000 besøgende årligt. Efter min overbevisning, fordi deres formidling (deriblandt samarbejde med turisterhvervet) centrerer sig om en distinkt regional historie og (i deres egen fremstilling) tilbyder en enestående tematisk oplevelse. Dette er symptomatisk på mange svenske museer, men ses kun få steder i Danmark. Inspiration kan fra Sverige og Tyskland ligeledes hentes i nationale og regionale strategier for kulturarvsindustri og lokal udvikling, hvor museal fagkundskab og turismeerhverv kører frugtbare parløb. Således kan man, hvis man klikker ind

på "Sachsen-Anhalt Tourismus" eller den Europæiske kulturrute for teglstensgotiks hjemmesider,³ se et tydeligt musealt præg. I Sverige havde Riksantikvarämbetet allerede for 10-15 år siden, held til at få etableret tiltag, hvor kulturarvens økonomiske tiltag bliver udnyttet og udforsket – måske fordi den museale situation har været mere gunstig, gennem et stærkere regionalt narrativ.

Formidlingen af det lokalt særegne

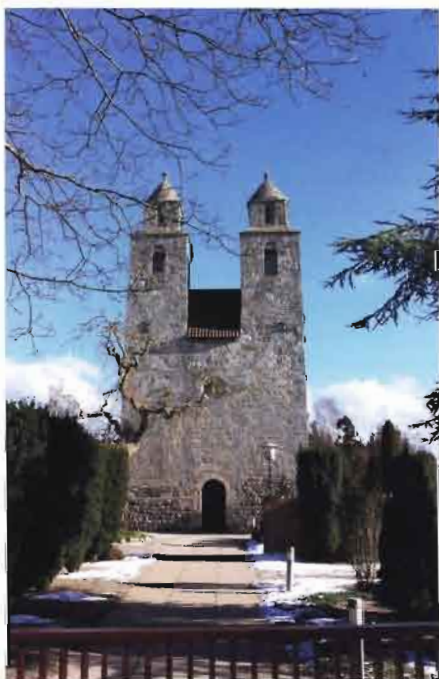
Det lokalt særegne er sjældent det dominerende narrativ på danske museer. I stedet har der været en tradition for, at de gamle amtsmuseer typisk fremviser hele den nationale fortælling i et lokalt perspektiv. Det forholder sig sjældent anderledes på tematiske museer; f.eks. i de mange vikingetidsinstitutioner, der ofte tilbyder en æstetik og en type fortællinger og aktiviteter, som er meget ens. Ser vi på Sverige og Tyskland, er man bedre til at mestre fortællinger, der sætter lokalområdet i centrum af verden. Bl.a. ved at bedre fremhæve, hvad man kan kalde 'UNESCO-attributter', som refererer til først, størst, bedst bevaret, etc. Således hævder Ekomuseum Bergslagen i Sverige at vise noget af det tidligste industrielle skala jernudvinding i verden. I Bamberg, i Franken, har man som formidlingsforløb på byens museum haft byens unikke forhold til og anvendelse af vand: Byen har mange vandveje og kaldes 'Klein

Venedig'; dens gode grundvand bruges til at brygge byens unikke øl, og byens beliggenhed er af essentiel betydning for dens historiske velstand. Selvom der af geo-politiske grunde findes stærkere regional identitet i Sverige og Tyskland, kan vi stadig lære af disse eksempler – særligt det at oplyse om de unikke steder, man kan se ude i den lokale virkelighed. Herved skabes et incitament for turister til at besøge disse steder, ligesom det skaber lokalt entreprenørskab.

Formidlingens karakter

Formidlingen af f.eks. vikingetid og middelalder har generelt i Danmark fokus på tidsrejseoplevelser, rekonstruktion og 're-enactment', og koncentrationen af middelaldermarkeder og lign. er meget høj. Vestsjælland er ingen undtagelse. Her findes tre store middelaldermarkeder, en stor vikingetidsfestival og en række mindre, lign. arrangementer. Formidlingen divergerer typisk meget lidt på trods af hård konkurrence og stor mangfoldighed i fortidsminderne. Det lader til, at vikingetid og middelalder skal formidles gennem bålugt og fløjtespil. Dette projekts forskning peger imod, at hvis denne type formidling er blevet synonym med oplevelsen af disse perioder, tiltrækkes også kun de der er tiltalt af denne type oplevelse, og dette publikum søger kun hen til det nærmeste sted som tilbyder den.

Tveje Merløse kirke. Foto: Andreas Bonde Hansen.



De vestsjællandske middelalderkirker er en rejse i kosmopolitisk magt. Til venstre den tydeligt byzantisk inspirerede Tveje Merløse kirke og til højre den femtårnede, mystiske Vor Frue Kirke i Kalundborg – bl.a. kaldet "Dänemarks vigtigste Beitrag zur Weltarchitektur" (Nawrocki 2010). Foto: Andreas Bonde Hansen.





Den mægtige stensætning Alestena, Skånes Østerlen. Denne udsigt og den rekreative oplevelse, fås kun ved at opsøge den unikke kulturarv 'in situ'. Shibssætningen står 'uforstyrret' af formidling. Foto: Andreas Bonde Hansen.

Tilbage til Vestsjælland

Af udfoldet kulturarvspotentiale i Vestsjælland kan nævnes kulturlandskabet omkring Sorø eller den helt unikke Vor Frue Kirke i Kalundborg. Disse steder rummer klare attraktionsværdier: De er unika i en international kontekst de har en smuk beliggenhed og rummer mange fortællinger knyttet til populær national og international historie. Museerne burde i højere grad udfylde rollen som besøgscentre for nærområdets kulturskatte. Enhver institution kan, med de rette midler, lave udstillinger eller arrangementer med så spektakulær en formidling, at besøgende kommer i hobetal. Men de besøgende foretrækker kun et sådant sted, indtil de kan opleve noget mere spektakulært et andet sted. Mange attraktioner der er populære i det lange løb, er relativt lidt og statisk formidlet (i Danmarks nærområde kan nævnes Ales stena i Skåne eller Skt. Nikolai Kirke i Stralsund.⁴) Det er det æstetiske og det atmosfæriske 'in situ'

der her er trækplasteret, og som skaber oplevelsen. Mange steder i vores nabolande, er den kulturhistoriske fagkundskab i høj grad synlige i turismebranchens markedsføring. Til sammenligning har Vestsjælland end ikke en guidebog over sin kulturarv.

Den tyske historiker Jörn Rüsen beskriver hvordan fascination af historie skabes i gennem "Fünf Dimensionen der Geschichtskultur" (kognitiv, æstetisk, politisk, moralsk og religiøs) (Rüsen 2013). I Danmark skal vi finde ud af, hvad det præcist er, der 'aktiverer' disse "Dimensionen" ved de lokale fortidsminder. Og museerne skal finde ud af, hvordan det kan bruges i formidlings- og turismestrategier. Forhåbentlig vil dette Ph.d.-projekt bidrage dertil.

Forfatteren kan kontaktes på abh@vestmuseum.dk

Henvisninger

Rüsen, Jörn 2013: *Historik, Theorie der geschichtswissenschaft*, bochlaueverlag.

Noter

1. Ph.d.-projektet som danner grundlag for denne artikel, er finansieret af Kulturstyrelsen, Da Danmark Blev Til – et initiativ under Kulturregion Midt- og Vestsjælland, samt Slagelse Kommune. Projektet forvaltes af Museum Vestsjælland og Saxo-Instituttet på Københavns Universitet.
2. Set i forhold til de regionale museer og attraktioner i Sverige og Nordtyskland. Sammenligningen er sket relativt så at befolkningsgrundlag, konkurrence og infrastruktur er medregnet.
3. <http://www.sachsen-anhalt-tourismus.de/kultur/>, <http://www.eurob.org/>
4. Ales Stena har ca. over 600.000 besøgende årligt og Stralsund har ca. 200.000 besøgende årligt.