

Malene Øie

Museet bak fasaden

En analyse av steinalderutstillingen på
Arkeologisk Museum, Stavanger

Bacheloroppgave i Kulturminneforvaltning

Veileder: Kristoffer Eliassen Grini

Mai 2024

Malene Øie

Museet bak fasaden

En analyse av steinalderutstillingen på Arkeologisk Museum, Stavanger

Bacheloroppgave i Kulturminneforvaltning
Veileder: Kristoffer Eliassen Grini
Mai 2024

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Det humanistiske fakultet
Institutt for historiske og klassiske studier



Kunnskap for en bedre verden

Forord

For bacheloroppgaven min i kulturminneforvaltning hadde jeg tidlig et ønske om å fokusere på utstillingsdesign, og formidle hvordan det hører sammen med kulturminneforvaltning. Interessen min for utstillingsdesign kommer fra tre år på videregående hvor jeg gikk yrkesfaget som den gang het *utstillingsdesign*, men nå har endret navn til *eksponeringsdesign*. Det grenet seg ut fra *design og håndverk*, som i dag heter *frisør, blomster, interiør og eksponeringsdesign*. Her fikk jeg kompetanse på hvordan man lager gode komposisjoner mellom tekst og innhold slik at den som ser utstillingen forstår hva man formidler og belyser.

Det å kunne få lov å skrive om noe man interesserer seg for har vært veldig givende. Det har vært lærerikt å sette seg enda mer inn i produksjonen av museumsutstillinger. Jeg håper å kunne vise frem yrket mitt fra en museal vinkel og se nærmere på hvordan de to fagfeltene kulturminneforvaltning og utstilling går hånd i hånd på et museum.

Takk

Jeg vil starte med å takke Arkeologisk museum, og de ansatte som tok varmt i mot fra dag én av hospiteringen. Det var fire innholdsrike uker med mye nyttig erfaring jeg tar med videre. Jeg vil også takke instituttet som har gitt gode forkunnskaper slik at jeg etter tre år kan levere en bacheloroppgave som sluttresultat. Jeg vil takke veilederen min Kristoffer Eliassen Grini for gode tilbakemeldinger og veiledning. Det har vært til stor hjelp gjennom skriveprosessen.

Jeg vil også takke venner og familie som har vist engasjement, og motivert meg gjennom skrivingen. Det har vært til stor hjelp med gjennomlesninger av folk utenfor fagfeltet som da har kunnet gi tilbakemeldinger fra et annet perspektiv.

Innholdsfortegnelse

Forord	i
1 Innledning	1
1.1 Hospitering	1
1.2 Tema og problemstilling	3
1.3 Arkeologisk Museum	3
1.4 Metode og kilder	3
1.5 Oppgavens oppbygging.....	5
2 Utstillingsdesign som kulturminneforvaltning	6
2.1 Formidling	6
2.1.1 Historie er levende	6
2.1.2 Ulikt kunnskapssyn	6
2.2 Utstillingsdesign.....	7
2.3 Deltakelse i museum	8
3 Analyse av steinalderutstillingen	11
3.1 Steinalderutstillingen.....	11
3.2 Utstillingsanalyse	12
3.2.1 Tema	12
3.2.2 Målgruppe	12
3.2.3 Tekst	13
3.2.4 Rom og areal	14
3.2.5 Materialvalg	14
3.2.6 Fargevalg	15
3.2.7 Lyssetting	16
3.2.8 Gjenstandsutvalg	16
3.2.9 Typologi.....	17

3.3 Intervju	17
4 Avslutning.....	20
Referanser	22
Litteratur.....	22
Nettkilder.....	22
Figurer	22

1 Innledning

Har du noen gang tenkt over hvorfor det er behagelig å være i en utstilling, mens andre ganger litt stressende? Hva må til for at publikum leser tekstene og tester ut aktivitetene på et museum? Mye av jobben for utstillingsdesignerne er å gjøre en utstilling interessant og spennende. Finnes det noen triks for dette, og hva er triksene? Oppgaven skal belyse produksjon av utstillinger, og vise frem ulike element som er med å skape en utstilling. Det tas en del valg når man lager en utstilling som nok ikke alltid publikum fanger opp, og heller ikke nødvendigvis trenger å fange opp. Oppgaven viser produksjon gjennom en analyse av en spesifikk utstilling, for å ha tydelige eksempler på hvorfor ulike valg er tatt og lagt vekk på. Valgene man tar er med på å gi utstillingen særpreg, og vil med det gjøre at utstillinger selv med samme tema kan variere fra museum til museum.

1.1 Hospitering

Under mitt hospiteringsopphold ved Arkeologisk museum i Stavanger mellom 15.01.24 og 09.02.24 var jeg hos formidlingsavdelingen - produksjon. Jeg møtte opp første dag med lyst til å lære mest mulig, og fikk lov til å være med på mye variert gjennom de fire ukene hospiteringen varte. Under hospiteringen var museet dessverre stengt for publikum, og skulle være det frem til juni 2024 grunnet ombygging. Det gjorde at jeg fikk være ekstra med i alt det andre arbeidet som foregår bak fasaden. Altså alt av produksjon og forberedelse til gjenåpning.

I løpet av den første uken var jeg for det meste med som observant, samtidig som jeg fikk innsyn i hvilke prosjekter som de ansatte holdt på med. Her fikk jeg høre om oppgraderingene av basisutstillingene. Dette skal være en tidsreise som starter i nåtid, og går helt tilbake til istiden. Prosjektet de holdt på med var steinalderutstillingen, som skulle fornyes. Jeg fikk også høre at montering og ferdigstilling skulle skje i løpet av de neste ukene slik at jeg kom til å få med meg mesteparten av monteringsprosessen, noe som var utrolig spennende.

I starten av uke to fikk jeg tildelt en oppgave som jeg hadde resten av oppholdet. Jeg fikk som oppgave å være midlertidig utstillingsdesigner på prosjektet. Jobben innebar å finne og sette sammen ulike modeller museet hadde tatt vare på fra tidligere utstillinger. Utstillingen skal stå i den nye mesaninen som er under oppgradering i forbindelse med ny entre til museet. På prosjektet skulle jeg jobbe sammen med Isabella Foldøy som for et år siden levert doktorgrad i

arkeologi, og nå jobber på museet. Dette ga meg mye erfaring med å jobbe sammen i team for å få til et bra produkt. Det første vi måtte starte med var å finne alle modellene som var å finne på museet. Dette var en ganske tidkrevende jobb, og vi lette både høyt og lavt. Etersom museet var stengt, hadde flere ting fått midlertidige lagringsplasser. Det var av samme grunn også flere steder vi ikke kunne gå. Utover utstillingsarbeidet deltok jeg på møter med flere ansatte som hadde jobbet på museet over lengre perioder for å høre om de hadde forslag på hvor flere gjenstander kunne stå, litt som et detektivarbeid.

Modellutstillingen skulle se på hvordan man over tid har fremstilt ulike deler av forhistorien vår, fra stein-, bronse- og jernalder og vikingtid. Hvordan ble mennesker og hus fra disse periodene fremstilt på 1990-tallet, og hva har endret seg frem til i dag. Og er alltid disse fremstillingene riktige? Dette var ulike spørsmål vi stilte gjennom utstillingsproduksjonen.

Etter å ha dokumentert alle modellene vi fant med mål og bilder, var også en del av planleggingen i forkant av en utstilling å reise rundt for å få inspirasjon. Vi brukte to dager etter lunsj hvor vi besøkte andre museer i Stavanger for å se hvordan de hadde stilt ut modeller, og noterte ned hva vi likte og ikke likte.

I de siste ukene gikk tiden min for det meste med til å jobbe med utforming av utstillingen. Her fikk jeg bruk for utdanningen som utstillingsdesigner, som også var mye av grunnen til at jeg fikk ansvar for denne delen av prosjektet. Jeg lagde skisser i både 1:50 og 1:25 som illustrerte hvordan jeg så for meg at rommet kunne utformes med modellene vi ønsket å ha med i utstillingen. Under planleggingen var det flere ting jeg måtte ta hensyn til, for eksempel at utstillingen skulle stå på mesaninen hvor en av "veggene" bare er et rekkverk. Det gjør at alt som blir stilt ut foran også bli sett fra utsiden. Det er også skråtak i denne delen av bygget som er med å påvirke rommets planløsning. Tilslutt var det regelverk som måtte opprettholdes. Både med tanke på gjenstandshåndtering som tilsier at alt må ha monter, og med begrenset økonomi måtte alle gjenstandene velges ut med forbehold om at de hadde en monter tilknyttet seg. Det er også regler om universell utforming. De gir krav til hvor tett monter kan stå for at også rullestolbrukere kan komme seg rundt og frem. Hele denne prosessen var veldig lærerik, og har blitt et utgangspunkt for bacheloroppgaven.

1.2 Tema og problemstilling

Oppgaven vil se nærmere på hvordan utstillinger på museum bygges opp basert på gjennomtenkte valg om komposisjon. Dette er kanskje usynlige for de fleste besøkende, men det er likevel viktig for at målgruppen for utstillingen skal oppfatte tema og innhold slik produksjonen på museet ønsker at det skal bli formidlet. For å gjøre det har jeg formulert følgende problemstilling; **Hvordan er steinalderutstillingen på Arkeologisk museum i Stavanger utformet for å treffe riktig målgruppe og tema?**

Valget om å fokusere på Steinalderutstillingen ble tatt fordi den ble produsert samtidig som hospiteringen. Det gjorde at prosessen var godt dokumentert, og kunne følges tett. Det var også til stor hjelp å jobbe sammen med designer av utstillingen, som kunne gi gode innspill på ulike vinklinger underveis og i ettertid.

1.3 Arkeologisk Museum

Museet ligger sentralt på Våland i Stavanger, og er et universitetsmuseum under universitetet i Stavanger (UIS). De har fokus på forskning, forvaltning og formidling av arkeologiske funn fra forhistorisk tid og middelalder.¹ Museet består av fire ulike avdelinger, formidling, fornminnevern, konservering og samlinger.² Til sammen former de et museum med stor bredde innen arkeologi. Arkeologisk Museum (AM) har også ansvar for Jernaldergården (JAG) på Ullandhaug, der de har rekonstruerte langhus som de bruker til formidlingsarbeid.

Arkeologisk museum er et godt besøkt museum i regionen, både skoleklasser og cruise-turister fyller lokalene gjennom uken. Dette er et museum for både store og små. De fleste utstillingene er gjenstandsutstillinger, som vil si at man setter sammen gjenstander fra magasinene og formidler dem i en komposisjon med blant annet lys, bilder og tekst.

1.4 Metode og kilder

Denne oppgaven er en kvalitativ analyse av en spesifikk utstilling. Kvalitativ metode går blant annet ut på å samle inn data som er basert på opplevelser, og blir ofte samlet inn ved hjelp av

¹ Om Arkeologisk museum, 2020

² Om Arkeologisk museum, 2020

intervju og observasjon.³ Under hospiteringen ved Arkeologisk museum var jeg en del av samtaler med de ansatte, og fikk følge dem gjennom deres arbeidshverdag. Metodisk kan dette ses på som observasjon i praksisfeltet.⁴ Observasjonen ble dokumentert med bilder og enkle personlige notater som brukes i oppgaven.

Intervju er brukt til å forstå ulike deler av tankeprosessen rundt utstillingen bedre. Det er brukt metoden fritt intervju, og vil si å stille få åpne spørsmål som intervjupersonen kan svare åpent og fritt på. Dette var et bevisst valg før intervjuet, for å åpne opp for tanker og meninger rundt prosessen av utstillingen. Det ble gjennomført et intervju med utstillingsdesigner Marte Moen Danielsen. Intervjuet blir både brukt til å vise frem hennes tanker, men er også brukt som en kilde i analysen for å fremheve ulike poeng.

Andre kilder som er brukt er boka *Museumsutstillinger* av Hege Børrud Huseby.⁵ Den forklarer godt om begrepet utstillingsdesign og teknikker som skaper en bedre utstillingsanalyse. Det er også blitt brukt boken *Metode og oppgaveskriving* av Olav Dalland,⁶ for bedre forståelse av hvordan skrive en bacheloroppgave og metoder som kan brukes. *Hva skal vi med historie?: Historiedidaktikk i teori og praksis* av Lise Kvande og Nils Naastad er brukt til å bygge opp under teorien om at historie er levende,⁷ og *Museum: en kulturhistorie* av Anne Eriksen gir en ny forståelse om å samles under samme kunnskapssyn i en utstilling.⁸ For å belyse denne tematikken fra et politisk ståsted er også stortingsmeldingen *Musea i samfunnet: Tillit, ting og tid* brukt.⁹ Den ses i sammenheng med boken *The participatory museum* av Nina Simon for å se på ulike måter å tenke deltakelse i museet.¹⁰

I analysen er det tatt hovedfokus på de ulike elementene som former en utstilling. De ulike begrepene er plukket ut med bakgrunn fra utdanningen som utstillingsdesigner. Bakgrunnen for dette valget er for å se nærmere på alle de ulike elementene som trengs for å skape en helhetlig utstilling. Det er også brukt metoden «Brillanten». En teknikk som blir nevnt i

³ Dalland, 2020: 54

⁴ Dalland, 2020: 104

⁵ Huseby, 2017

⁶ Dalland, 2020

⁷ Kvande, 2020

⁸ Eriksen, 2009

⁹ Kulturdepartementet, 2021

¹⁰ Simon, 2010

Museumsutstillinger, og er utformet av Hans Henrik Appel og Signe Hegelund.¹¹ Det er en illustrasjon som kan ligne litt på et spindeltev, og beskriver metoden. Den viser at alle nøkkelordene blir påvirket av hverandre på en eller annen måte.

Sofie E. Jensen har samlet det sammen til tre hovedgrep, *ordningsgrep*, *mediegrep* og *design- og rumgrep*. Når utgangspunktet var tenkt som et hjelpemiddel for produksjon av utstilling ser Jensen videre på dette for å også kunne bruke illustrasjonen i utstillingsanalyse.¹²

Ordningsgrep går ut på hvordan elementer er sortert og organisert. Dette er et viktig element i en utstilling ettersom det kan ha stor betydning på flere områder. En ting som kanskje ikke alle tenker like mye over er jo hvor ting er plassert, men det kan bety mye for komposisjonen likevel. Her handler det for det meste om hvor ting er plassert, og kan også bli sett på som kronologien til utstillingen.¹³ Er en utstilling tematisk organisert er det lettere å følge med på hvorfor ting er samlet slik det er gjort.

Mediegrep handler om alt av medier og hjelpemidler som er brukt for at man lettere forstår det man ser på. Når man snakker om *mediegrep*, spør man seg gjerne hvordan fanger vi publikum i utstillingen? De ulike mediene kan være mye forskjellig, alt fra film og lydeffekter til bilde og tekst.¹⁴

Design- og rumgrep fokuserer på rammene som formes, og er ment til å avgrense utstillingens tolkningsrom. Det skal hjelpe oss å se på hvordan elementer i utstillingene påvirker sansene. Og man kan stille seg spørsmålet; hvordan føles det å være i denne utstillingen?

1.5 Oppgavens oppbygging

Denne oppgaven bygger seg opp ved å først danne en grunnmur med hvordan utstillingsdesign kobles sammen med kulturminneforvaltning i kapittel 2, ved undertitlene formidling, utstillingsdesign og deltakelse i museet. Kapittel 3 beskriver kort Steinalderutstillingen, som videre vil brukes i analysen til å belyse hvordan en utstilling er satt sammen av ulike elementer. Til slutt er det en kort oppsummering av intervjuet, for så å runde det hele av i kapittel 4 med en avslutning og konklusjon.

¹¹ Huseby, 2017: 334

¹² Huseby, 2017: 338-339

¹³ Huseby, 2017: 338

¹⁴ Huseby, 2017: 338

2 Utstillingsdesign som kulturminneforvaltning

2.1 Formidling

Kulturminneforvaltning er et fagfelt som berører mange tema. Formidling er et av de sentrale når en viktig del av kulturminneforvaltningen er å formidle, og tilgjengeliggjøre kulturminner til et publikum. Utstillinger på museum presenterer kulturminner og kunnskap om dem til publikum, og synliggjør at denne typen utstillinger er viktig for kulturminnefeltet. Formidling er viktig for at mottaker lærer om både historie og kulturminner, blant annet for at man ikke skal miste kjennskapen til og forståelse av det som tidligere har hendt.

2.1.1 Historie er levende

Historie er på mange måter «levende» fordi den hele tiden endrer seg. For at historien skal bli husket, må den formidles videre fra generasjon til generasjon. Fordi noen formidler historien, betyr det også at den tolkes av noen. Dette kommer til syne i utstillingsarbeid, og gir i denne sammenhengen en forståelse av at utstillinger som skal være et virkemiddel til formidling på samme måte også må tolkes på nye måter hele tiden.

Når man tolker, bruker man det man husker. Når man husker blir noe annet glemt.¹⁵ Det er derfor også viktig å ta med i denne sammenhengen at noe kan tolkes feil. Museene jobber hele tiden med å få frem den beste tolkningen, og et utvalg utstillinger som dekker en bred kulturarv.¹⁶

2.1.2 Ulikt kunnskapssyn

Det er vanlig å sette søkelys på gjenstander når man snakker om utstillinger på museum. Man stiller kanskje spørsmålet; hvorfor er akkurat disse tingene stilt ut? Eller, hva er det som gjør at denne gjenstanden har større betydning enn noe annet som finnes i magasinet? Anne Eriksen skriver at «gjenstandene i samlingen er bare ett element i det som til sammen utgjør utstillingen»¹⁷. Dette illustrerer hvordan en utstilling må forstås som en komposisjon, en helhet. Det er en sammensetning av mange virkemidler, og gjenstandene er bare ett av dem. Det er

¹⁵ Kvande, 2020: 176

¹⁶ Kvande, 2020: 252

¹⁷ Eriksen, 2009: 183

dermed ikke slik at det bare er materielle gjenstander som teller for hvordan utstillinger blir formidlet, eller blir mottatt. Det vil også være andre faktorer, som Eriksen forklarer videre i samme avsnitt.

En utstilling som i større grad stemmer overens med betrakterens eget kunnskapssyn, vil antagelig i mindre grad fortone seg som en konstruksjon, og snarere virke naturlig eller selvfølgelig. Likevel kan det være verdt å huske at det ikke er gjenstandene selv som «taler» gjennom en utstilling, men at selvfølgeligheten de er omgitt av, oppstår når de som har laget utstillingen og de som betrakter den, deler et kunnskapssyn.¹⁸

Tanken om å måtte samles under samme kunnskapssyn er interessant. Sitatet sier noe om at på veldig mange områder er det lett å ta ting som en selvfølge. Det gjør både designer og publikum, men har dem samme selvfølgelighet som utgangspunkt?

La oss se for oss at vi skal skrive en fagtekst om en bestemt idrett. Da blir begreper og formuleringer noe som vil skille de som er superinteressert fra de som nesten ikke kan noe om det fra før. Hvordan setningen blir bygget opp for å forklare begrepene vil være avgjørende for hvordan alle som leser teksten oppfatter begrepet. Slik er det også med utstillingsdesign. Valg av formidling påvirke inntrykket av utstillingen, og førsteinntrykket er helt avgjørende for at publikum ønsker å bli værende og kommer igjen.

2.2 Utstillingsdesign

Utstillingsdesign er et bredt fagfelt, og det er flere grener som går under denne betegnelsen. Alt fra butikk, stand og teater til museum, som er det denne oppgaven har fokus på. Felles for en utstilling er at det alltid er noe som skal vises frem og formidles på en eller annen måte, enten det er det som skal selges i butikken eller gjenstandene på museet. Utstillingsdesign handler om å danne en komposisjon som er både informativ og givende. Som regel er lite overlatt til tilfeldigheter, og det ligger stort sett alltid flere måneder med arbeid i bunn før et produkt står ferdig for publikum.

¹⁸ Eriksen, 2009: 183

Mange som jobber med utstillingsdesign, har ikke nødvendigvis den konkrete utdannelsen utstillingsdesign i bunn. De aller fleste har utdanning innenfor teater, eller annen type designfag.¹⁹ Det er også svært få museum som har egen utstillingsdesigner, så her er Arkeologisk museum et unntak. Det er flere museer som leier inn designere, men det de da opplever er at utstillingen blir dyrere og ikke henger like godt sammen fra gang til gang.²⁰

2.3 Deltakelse i museum

For museene er det viktig at publikum føler en nærhet og forståelse av hva som formidles. Dette kan i mange tilfeller løses med deltakelse i museet. Deltakelse kan gjennomføres på ulike måter. En naturlig måte å tenke deltakelse på er noe interaktivt som publikum kan ta del i når de besøker museene. Det oppfordres til deltakelse i hele samfunnet, men på museum er det flere faktorer som spiller inn på gjennomføringen. Museene har et ansvar med å ta vare på kulturarv gjennom gjenstander,²¹ og da følger nye krav med til hvilken deltakelse som er mulig å få til.

Temaet deltakelse i museet finner vi blant annet i stortingsmeldingen *Musea i samfunnet – Tillit, ting og tid*. Kulturdepartementet legger frem hvor viktig det er for innbyggerne i et samfunn at man føler tilhørighet, og en måte å møte dette på er ved å skape og opprettholde tilbudene om deltakelse i museene.²² Dette kan for eksempel se slik ut:

Det kan innebera auka aktivisering i formidlingskonsept, til dømes gjennom interaktive og sosiale teknologiar. Men det kan òg innebera auka medverknad frå publikum når det gjeld utforming av utstillingar, innsamlingsarbeid, eller andre typar prosessar der publikum er med på å avgjera kva aktivitetar som skal finne stad i museet.²³

Her blir det nevnt at selv deltakelse i utforming av utstillinger bør bli mer sentralt. Vi kan da stille oss spørsmålet; hvorfor har man ikke da mer åpenhet og tydeliggjøring av hva som ligger bak det å designe og komponere en utstilling?

¹⁹ Personlig kommunikasjon og observasjonsnotater fra hospitering, 2024

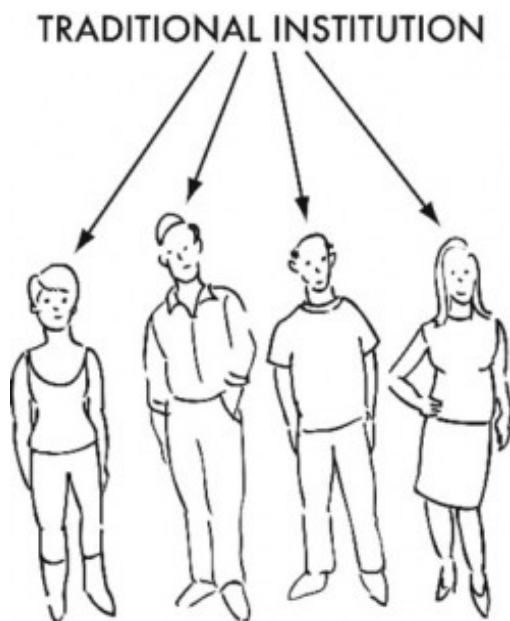
²⁰ Personlig kommunikasjon og observasjonsnotater fra hospitering, 2024

²¹ Kvande, 2020: 252

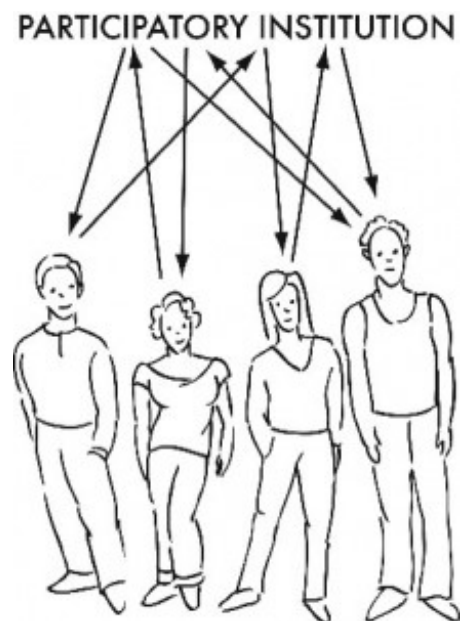
²² Kulturdepartementet, 2021: 103

²³ Kulturdepartementet, 2021: 103

Opplevelsesdesigner og adjunkt Nina Simon har sett nærmere på hvordan deltakelsen fungerer ute i museene. Er det så lett som bare å invitere publikum inn som deltagere i alt. Simon bruker et eksempel i starten av boken *The participatory museum* fra et museumsbesøk hvor man skulle lage sin egen minifilm.²⁴ Her kritiserer hun hvordan publikum har tatt i bruk den interaktive aktiviteten på feil måte. Hun mener problemet ikke er de interaktive løsningene, men at det ligger i designet som ikke gir tydelige nok kriterier til utførelse²⁵. Hun viser til tegninger for de to ulike metodene for deltakelse, der begge har mennesker som representere publikum (figur 1 og 2). Den første som bare peker ned på menneskene, og viser hvordan man tradisjonelt er deltakende bare ved å komme å gå rundt i en utstilling. Hvor derav den andre illustrasjonen har piler i begge retninger. Dette for å vise at det ifølge Simon, trengs kontakt begge veier for å opprettholde et godt deltakende museum. Det er dette hun kaller «The participatory institution».²⁶ Hun vil med dette fremheve at aktiv deltakelse er mer givende for publikum. Når de føler de har bidratt med noe. Men dette gir også forventning til designeren sin oppgave å skape noe som er fengende.



Figur 1. Tegnet av Jennifer Rae Atkins (Simon, 2010: 2)



Figur 2. Tegnet av Jennifer Rae Atkins (Simon, 2010: 2)

²⁴ Simon, 2010: 1

²⁵ Simon, 2010: 2

²⁶ Simon, 2010: 2

Hvilke måter er da larest for å skape et levende og deltakende museum på? Det er både positive og negative sider med å slippe besøkende enda tettere på utstillingsprosessen. Flere steg i prosessen trengs det høyere utdanning for å gjennomføre. Ser vi da på modellen til Simon sammenlignet med kulturdepartementet sine forslag viser dette hvorfor deltakelse er viktig for å få et bredt spekter i hva som blir stilt ut på museum, og at det kan være nyttig å bruke de ressursene som finnes. Flere innspill gir større mangfold, og det har man alltid plass til i samfunnet.

3 Analyse av steinalderutstillingen

3.1 Steinalderutstillingen

Steinalderutstillingen er en del av basisutstillingene på museet, og er den tredje som er åpnet i tidslinjeprosjektet. Det skal til sammen være et dypdykk i hver tidsalder som tilslutt blir en hel tidslinje gjennom museet. Dette er dypdykket i steinalderen, og for å vise bredden av perioden skulle det være en kombinasjon av gjenstander fra både nyere og eldre steinalder.

Et av hovedelementene er video. De har samarbeidet med en videodesigner for å lage en 40 min video av alle årstidene, samtidig som det også er tatt utgangspunkt i et døgn. Hver årstid har 10 minutter fra vår om morgenen, og gjennom sommer, høst og avslutter med en vinter natt. Rommet forandrer også lys og karakter gjennom de fire ulike årstidene (figur 3 og 4). En lyskilde har fått hovedplassering i rommet. Den skal illudere *bålet*, som er plassert i midten og har et teppe rundt som sitteplass. Ideen var at det bare skulle vise lyset man får i ansiktet når man sitter rundt et bål, og ellers fungere som et symbol på det aller nærmeste.



Figur 3. Lyssetting i overgang fra vår til sommer, 2024, foto: Malene Øie



Figur 4. Lyssetting i overgang fra høst til vinter, 2024, foto: Malene Øie

Rundt er det gulvstående monter med gjenstander. Dette er synlig når du sitter rundt *bålet*, og alt står i en radius ut ifra denne som senter. Det er laget tematisk med det som tilhører hjemmet nærmest, og det som tilhører bevegelse og utveksling mellom folk lengre vekk fra midten.²⁷

3.2 Utstillingsanalyse

I en stor basisutstilling slik som steinalderutstillingen på Arkeologisk museum følger det med flere prosesser av hvordan utstillingen har gått fra ingenting til noe besøkende kan komme og oppleve. Det er mange faser produksjonen må gjennom, og de jobber i tett samarbeid for å få til det beste resultatet.

3.2.1 Tema

Tema er viktig for at utstillingen får en rød tråd, og det er ofte tema man først kommer frem til hva skal være. I steinalderutstillingen er temaet hjemmet, og hvordan relasjoner og kommunikasjon også påvirket menneskene på den tiden likt som i dagens samfunn. Utstillingen skal vise hvordan det er tolket at man levde, og tilbrakte hverdagen i steinalderen. Den bygger på tanken om at hjemmet er senteret i ditt eget univers, dette formidles ved bruk av runde elementer i hele utstillingen. Det er nyttig med et tema mange kan kjenne seg igjen i og relatere til. Det skaper en forbindelse til målgruppen.

3.2.2 Målgruppe

Målgruppen sier noe om hvem som er hovedfokuset til utstillingen. Den sier noe om hvem utstillingen er ment for slik at man har et holdepunkt å trekke linjer ut ifra. Det kan ses på som en veileder til hva man prioriterer å ha med i utstillingen. I denne utstillingen var det viktig å ha mulighet til å samle en skoleklasse siden dette ikke var mulig i noen av de tidligere produksjonene.²⁸ Dette ble utgangspunktet for målgruppen. Det var viktig å skape en tilknytning til en tidsalder som er så langt unna i tid, og ofte kan virke fjern og kjedelig, spesielt for barn. Under hospiteringen ble det fortalt at den generelle kunnskapen hos allmennbefolkningen, omtrent er på samme nivå som en tolvåring. Det vil da ikke være noe problem å fokusere på skoleklasser som målgruppe. Siden dette også skal være en basisutstilling

²⁷ M. M. Danielsen, personlig kommunikasjon, 22. mars 2024

²⁸ M. M. Danielsen, personlig kommunikasjon, 22. mars 2024

er det viktig at man har et mest mulig allment kunnskapsgrunnlag som klarer å nå ut til flest mulig.

3.2.3 Tekst

Tekst spiller også en stor rolle på hvem, og hvor mange man fanger oppmerksomheten til. Tekst og innhold blir bestemt av en egen faggruppe. Tekst er ikke bare tekst, også her går man gjennom innhold på ny og på ny for å forbedre og endre ting slik at man sitter igjen med et resultat man håper skal fange mottakere. Tekstene på steinalderutstillingen skiller seg ut ved at de er korte og konkrete. Dette var et bevisst valg fra produksjonens side, for å gjøre det enklest mulig for publikum å lese gjennom hele teksten.²⁹ Noen av tekstene forteller om det helhetlige bildet av hva man skal få se på utstillingen, og er plassert på de ytterste veggene. De mer konkrete tekstene er plassert slik at de følger buer og vinkler på montertoppene som skal illudere koter slik man finner i kart, og er laget for å skape mer dybde (figur 5).

Under intervjuet kom det frem at de har opplevd god respons på at folk ikke hopper over teksten, men leser og forstår hva de ser på.³⁰ Tekstene er plassert i naturlig høyde fra bakken, slik at gjennomsnittet av mennesker har mulighet til å se dem (figur 5). Tekstene er ikke organisert i en bestemt rekkefølge. Dette skaper en romfølelse som gjør at man kan bevege seg fritt rundt, uten å føle at man må følge en bestemt retning for at tekstene skal gi mening. Tekstdesign kan sees i sammenheng med *mediegrep* fra metoden Brillanten. Ved hjelp av tekstene, forstår publikum hva de står og ser på. Tekst i utstillinger er et *mediegrep* som gjør at alle kan få litt mer tilgang til hva som er tenkt fra produksjonens side.

²⁹ M. M. Danielsen, personlig kommunikasjon, 22. mars 2024

³⁰ M. M. Danielsen, personlig kommunikasjon, 22. mars 2024

3.2.4 Rom og areal

Arealet er ofte det som er bestemt på forhånd. Det er som regel et rom på museet som er tenkt til de ulike utstillingene, og det gjør det vanskelig å endre størrelsen på arealet i større grad. På steinalderutstillingen skulle rommet likevel avgrense denne delen av tidsalderen fra de andre utstillingene før og etter. Det er derfor satt opp buede vegger rundt utstillingen. For å beholde kontakten mellom utstillingene er det skåret ut åpninger i de buede veggene (figur 5). Man ser da både tilbake til istiden som kommer før, og videre inn i bronsealderen.³¹ Alt annet er også plassert ut ifra det stiliserte bålet i midten. Dette er bevisste valg som er tatt for å opprettholde tema «hjemme som sentrum». Alt annet rundt former seg i sirkler rundt et midtpunkt.



Figur 5. Koter på montertoppene og hull i veggene, 2024, foto: Malene Øie

Dette er en litt utradisjonell måte å fremstille steinalder på, men kan ha noe med at designeren selv har et opphav fra kunstutstillinger og teater, noe hun selv nevner i intervjuet. Rommet er laget litt som en scene. De normalt grå og triste gjenstandene har fått nytt lys, og får skinne på en ny unik måte. Dette er tydelige tegn på hvordan *design- og romgrep* blir brukt i utstillingsproduksjoner. Det viser hvordan de har gjort om på rommet med små grep, og gitt det en ny harmoni for besøkende å bevege seg rundt i.

3.2.5 Materialvalg

Materialer som brukes i en utstilling er sjeldent tilfeldig valgt. Man ønsker ofte å skape kontraster og harmoni for å gjøre det lettere for publikum å finne ro og nyte utstillingen. I denne utstillingen er det både laget en kontrast mellom mykt og hardt. Hvor det sentrale bålet er en

³¹ M. M. Danielsen, personlig kommunikasjon, 22. mars 2024

hard halvkule med lys, blir den omringet av et mykt rundt teppe som kan brukes til å sitte på. Det er også valgt matte materialer, for å unngå at det skinner fra lyssettingen som skal skape stemning i rommet. Dette er også bevisste valg som produksjonen bestemmer, uten at det nødvendigvis er det som publikum først tenker over når de kommer inn i rommet.

3.2.6 Fargevalg

Farger er med å skape harmoni, men har også ofte en dypere betydning enn at de ser fine ut og passer sammen. Fargepsykologi er et begrep som blir brukt i utstillingsfaget. Hva gjør en farge med deg? I utstillingen er det brukt nyanser av blå og brun i kombinasjon gjennom hele utstillingen. Dette skal representere havet og jord. Den blå fargen er nokså uvanlig å se for steinalder, mange velger heller grønn og brun.³² Her er det derimot valgt disse fargene for å vise at i det området gjenstandene er fra, som er Rogaland, var de fleste kystfolk som levde langs kysten og brukte havet som ressurs. Fargene gir også ro i utstillingen, som i tillegg er noe som kjennetegnes med fargen blå. Det kan forklare hvorfor mange har kommentert at det er behagelig å være i denne utstillingen.³³

³² M. M. Danielsen, personlig kommunikasjon, 22. mars 2024

³³ M. M. Danielsen, personlig kommunikasjon, 22. mars 2024

3.2.7 Lyssetting

Lyssetting er helt avgjørende for en utstilling. Det er viktig for at publikum forstår hvilke elementer det skal legges vekt på. Dette er noe museet har brukt en del ressurser på til denne utstillingen. Det er brukt stemningsbelysning som hoved lyskilde i utstillingen. Det vil si at man bruker lyset til å lage en stemning ikke nødvendigvis lyse opp et helt rom. Det kan sammenlignes med å skru av taklampen hjemme og dekorerer med telys, da blir telysene stemningsbelysningen. I montrene er det sentrerte spotter på den enkelte gjenstand (figur 6). Det skaper et tydelig skille mellom stemningsbelysning og gjenstandsbelysning.

Når det kommer til lyssetting har også den riktige folien som er brukt på vegger og montre vært avgjørende for et godt resultat. Det har vært viktig at folien ikke lager gjenskinns fra spottene, og de har derfor valgt å ha folien matt. Dette valget ble ekstra tydelig at har en effekt når monterfolieringen først ble levert altfor blank, da klarte man nesten ikke se gjenstandene som stod inni fordi lyset fra taket reflekterte så mye på overflatene.



Figur 6. Spottbelysning på gjenstander, 2024, foto: Malene Øie

3.2.8 Gjenstandsutvalg

De har med en nøye utvalgt samling fra magasinene. Gjenstandene er sortert og satt sammen tematisk. De er delt inn i fire ulike tema. Den første er **boplassen** som viser frem tekstil, og matverktøy. Det er også andre gjenstander de ikke er helt sikre på hva er blitt brukt til, men konservatorene antar at kun er for pynt og fortellinger.³⁴ Den andre er **bevegelse**, her har de samlet gjenstander som viser at det har vært utveksling og kontakt mellom store avstander.³⁵ Dette er også et element for å formidle at menneskene ikke oppholdte seg på samme sted over

³⁴ M. M. Danielsen, personlig kommunikasjon, 22. mars 2024

³⁵ M. M. Danielsen, personlig kommunikasjon, 22. mars 2024

lengre perioder slik vi gjør i dag. Det tredje gjenstandstema er **mennesket** hvor de har valgt ut elementer som viser at selv da var man opptatt av status og rang. De hadde tydelig også et behov for å pynte seg.³⁶ Noe som er et fint tema å ha med i denne utstillingen. Ettersom utstillingen skal fokusere mer på det menneskelige, fremfor det fysiske man holdt på med. Den siste og fjerde tematikken er samlingene til **massemontrene**. Dette er en del av utstillingen som viser frem utvikling av en bestemt type redskap.³⁷ Her brukes *ordningsgrep* siden gjenstandene er samlet og organisert i en bestemt orden. Massemonter vil si at man har mange av den samme gjenstanden samlet på samme sted. I steinalderutstillingen er det tre slike montre, en med dolker, en med økser og en med pilspisser. De ulike tematiske inndelingen skaper en ryddig komposisjon, og gjør det enklere for publikum å fange opp de ulike kategoriene for utstillingen.

3.2.9 Typologi

Typologien til en utstilling handler om hvilken type utstilling det er. Steinalderutstillingen går først og fremst inn under den analytiske utstillingen. Det vil si at den ser på et tema, og formidler tema gjennom gjenstander og grafiske elementer.³⁸ Utstillingen kan derfor også sees på som en gjenstandsutstilling, som vil si at gjenstandene er i fokus. Gjenstandene i steinalderutstillingen skal ved sin eksistens i utstillingen fortelle en historie som viser til tema og problemstilling for utstillingsdesignet.

3.3 Intervju

I forbindelse med oppgaveskrivingen var jeg innom Arkeologisk museum for å se hvordan utstillingsarbeidet hadde utviklet seg etter hospiteringsperioden var over. Det ble da gjennomført et intervju med utstillingsdesigner, Marte Moen Danielsen. Intervjuet skulle brukes til å høre om hvordan hun har jobbet med utstillingen, og hvilke ting hun måtte forholde seg til gjennom prosessen.

Hun forteller at som utstillingsdesigner som tidligere har jobbet på kunstmuseum, var det flere nye felt hun måtte sette seg inn i. Sammen på prosjektet har hun jobbet tett med kurator for utstillingen, og leder av faggruppen for innhold og tekst, dette formidler hun at var en viktig

³⁶ M. M. Danielsen, personlig kommunikasjon, 22. mars 2024

³⁷ M. M. Danielsen, personlig kommunikasjon, 22. mars 2024

³⁸ Strandgaard, 2004: 111

samarbeidspartner og at «hun er verdens største steinalderentusiast, så hun har virkelig koblet meg på steinalderen».³⁹

I utstillingen var konseptet å undersøke: Hva er hjem? Videre måtte man tenke hvordan dette konseptet skulle mottas av målgruppen, nemlig barna og skoleklasser. De tok utgangspunkt i at hjemmet er sentrum i ens eget univers, og at dette gjelder for steinaldermennesket like mye som for dagens mennesker. Selv om teknologien og verden rundt er ulik i dag, er det mange likheter i hvordan folk forstår verden. Danielsen forklarte tema slik: «hjemmet er det innerste, og så har du nabolag, venner og jobb som kommer rundt, men hjemmet er der du skal være trygg og det er ditt og det er sentrum i ditt univers og det har vært førende for min videre jobbing».⁴⁰ Det har derfor vært et fokus på at folk i steinalderen også hadde relasjoner, forhold og familie som i dag, og at dette er aspekter ved fortiden som ikke like ofte kommer frem i mange andre steinalderutstillinger.

Danielsen ble spurt om det var noe hun så for seg at publikum ville sitte igjen med etter besøket, som understreker at utstillingsdesign er basert på en rekke valg om hvordan ting vises frem. Hun fortalte da at hun tror det folk vil ha som kjennetegn med utstillingen er noen av figurene de har brukt som er en sel og en fugl. Fordi disse har blitt brukt i den første promoteringen av utstillingen. Dette er to elementer som skal vises på en seilduk som henger ned fra taket over det stiliserte *bålet* i midten av rommet. Danielsen forklarte at det hun derimot tror kommer til å gjøre at folk ønsker å bruke tid først og fremst handler om at de har skapt en veldig god atmosfære, «vi har skapt noe subtilt, alt går i et sakte tempo som gjør det behagelig, det er nye bilder og nye tablåer som gjør at det blir en forandring i rommet».⁴¹

Videre ble Danielsen spurt hvordan denne utstillingen kan fremheve kulturarv. Hun startet med at forhistorien er en del av vår kulturarv, bare veldig langt tilbake i tid. Hun viser til tolkningen og forståelsen av at vi ikke er så ulike steinaldermennesket, og tror det er viktig spesielt i en tid som nå at man viser at det er helt vanlig med både nære og mer distanserte relasjoner. Hun trekker også frem poenget med at man tidligere lett har fokusert litt for mye på at menn dro på

³⁹ M. M. Danielsen, personlig kommunikasjon, 22. mars 2024

⁴⁰ M. M. Danielsen, personlig kommunikasjon, 22. mars 2024

⁴¹ M. M. Danielsen, personlig kommunikasjon, 22. mars 2024

jakt, damene styrte med bål og familien. Det at de ikke utad ser ut som de hadde behov for relasjoner har manglet i mange av utstillingene tidligere.

Hun oppsummerer med «[...] og da ha det i en retning som ikke er så tradisjonell, men viser frem kontekstualisering av gjenstander, siden det eneste vi har er ting [...], så det vi ikke har er tekstiler, hår og klær, men vi vet gjennom andre funn at de har nok hatt ordentlige klær, det er ikke huleboere akkurat, ikke Fred Flintstone.»⁴².

⁴² M. M. Danielsen, personlig kommunikasjon, 22. mars 2024

4 Avslutning

I lys av analysen av steinalderutstillingen på Arkeologisk Museum i Stavanger, har det blitt tydelig at utstillingsdesign er en viktig prosess som kombinerer en rekke elementer for å skape en helhetlig og engasjerende opplevelse for publikum. Gjennom å fokusere på tema, målgruppe, tekst, materialer, farger og lyssetting, har utstillingen blitt formet til å formidle en dypere forståelse av steinalderens dagligliv og kultur.

Som designer er det mange valg å ta. Noen er basert på kravene man møter fra start, andre vil komme til etter hvert. Design er en helhetlig prosess som krever tid og disiplin. Det er kanskje noe å tenke på før man besøker et museum neste gang, at det er noen som har arbeidet og tenkt, for å få til denne produksjonen. De fleste detaljer er nøye planlagt av designeren i samarbeid med et team av professorer, forskere, pedagoger og andre ansatte på museet. Utstillingsdesign er noe som tolkes, slik det er blitt gjort i steinalderutstillingen på arkeologisk museum. Utstillingen har blitt tolket av forskere og designer for å sette museets eget preg på formidlingen av det valgte tema. Det er flere elementer som må på plass enn å bare stappe mange gjenstander inn i et rom.

Det er også her viktig å se at man har rammer og krav som må opprettholdes for en utstilling. Men den er likevel levende og derfor må det være åpenhet for at man kan tilpasse ulike ting, for at utstillingen blir unik. Det er likt for alle ting som skal skapes. Det må formes og legges til rette for at det kan tolkes videre. Derfor kan det sammenlignes med historie som også er levende, rett og slett fordi den hele tiden tolkes i et nytt lys. Dette gjør det utfordrende for designeren, fordi vi naturlig er ulike og vil med det tolke design og historie ulikt fra person til person.

Ved å ta i betraktning både faglige teorier: metoden Brillanten og konsepter som deltakende museum, har produksjonen av utstillingen på Arkeologisk museum demonstrert et bevisst valg om å skape en interaktiv og engasjerende opplevelse for publikum. Designvalgene som er gjort, både i form av organisering av gjenstander, bruk av medier, og rommet i seg selv, har bidratt til å skape en atmosfære som appellerer til ulike sanser og inviterer til utforskning.

Videre har samspillet mellom tekst og visuelle elementer, sammen med nøye utvalgte gjenstander fra magasinene, bidratt til å formidle en rik fortelling om steinalderens komplekse samfunn og menneskelige relasjoner. Gjennom analysen av utstillingsdesignet har vi fått innsikt

i hvordan valg som kan virke små, som valg av materialer og farger, faktisk spiller en vesentlig rolle i publikums opplevelse av utstillingen.

Det kan derfor også være svært vanskelig å lage en god utstilling, og det er helt umulig å skape noe som vil passe alle. Målgruppe og tema blir derfor hovedelement for å hjelpe besøkende til å samles under samme kunnskapssyn, og at utstillingens komposisjon og selvfølgeligheter kan bidra til å forstå utstillingen bedre..

Til slutt illustrer denne oppgaven viktigheten av utstillingsdesign som et verktøy for formidling av kulturhistorie og arkeologisk kunnskap. Det er gjennom nøye planlegging, kreativitet og forståelse av publikums behov at utstillingsdesignere kan skape opplevelser som beriker og inspirerer besøkende på museer verden over. Med en dypere forståelse av hvordan utstillinger bygges opp og påvirker sine besøkende, kan vi håpe på enda mer engasjerende og meningsfulle opplevelser på museene i fremtiden.

Referanser

Litteratur

- Dalland, O. (2020). *Metode og oppgaveskriving* (7. utgave). Gyldendal Akademisk.
- Eriksen, A. (2009). *Museum: en kulturhistorie*. Pax forlag.
- Huseby, H. B. (Red.). (2017). *Museumsutstillinger: å forstå, skape og vurdere natur- og kulturhistoriske utstillinger*. Museumsforlaget.
- Kvande, L., & Naastad, N. (2020). *Hva skal vi med historie?: historiedidaktikk i teori og praksis*. Universitetsforlaget.
- Simon, N. (2010). *The participatory museum*.

Nettkilder

- Kulturdepartementet. (2021). *Meld. St. 23*. Det kongelige kulturdepartement.
- Om Arkeologisk museum*. (2020, september 16). <https://www.uis.no/nb/arkeologisk-museum/om-arkeologisk-museum>
- Strandgaard, O. (2004). Museumsutstillingen. I *Nordisk Museologi* (s. 107-118).

Figurer

- Figur 1: Simon, N. (2010). *The participatory museum*.
- Figur 2: Simon, N. (2010). *The participatory museum*.

