

I beste sendetid

En analyse av musealisert praksis i tv-programmet Antiques Roadshow

Andreas Skauen Pedersen



MUSE4990 - Masteroppgave i museologi

60 Studiepoeng

Høst 2014

Institutt for kulturstudier og orientalske språk,
Universitetet i Oslo

I beste sendetid

En analyse av musealisert praksis i tv-programmet Antiques Roadshow

© Andreas Skauen Pedersen

2014

I beste sendetid – En analyse av musealisert praksis i tv-programmet Antiques Roadshow

Andreas Skauen Pedersen

<http://www.duo.uio.no>

Trykk: Allkopi Sarpsborg

Sammendrag

I beste sendetid – En analyse av musealisert praksis i tv-programmet Antiques Roadshow, tar for seg de hva mediet har å si for formidlingen. Oppgaven er delt i to hoveddeler: en analyse av tv-programmet Antiques Roadshow (BBC) fulgt av en museologisk drøfting av programmets virkemidler. Analyse materialet består av to feltstudier ved innspilling av Antiques Roadshow i Skottland og av programmet Antikrundan i Sverige. Hovedvekten legges på besøket til Skottland, og oppgaven går derfor dypt inn i skotsk kontekst.

Drøftingen identifiserer tre hovedtemaer som går igjen i programmets virkemidler: steder, gjenstander og formidling. Gjennom analyse av disse virkemidlene gjøres det et forsøk på å identifisere programmets stil, og slik blir formidling via nye medier blir satt i sammenheng med tradisjonell museumsformidling. Oppgaven vil bidra til en ny forståelse av gjenstandsbasert historieformidling på museum i ett nytt, digitalt medielandskap.



Figur 1 "There will be no miracles here" av den skotske kunstneren Nathan Coley. Skulpturen var plassert utenfor The Scottish National Gallery of Modern Art under innspillingen av Antiques Roadshow på samme sted, sommeren 2013.

Forord

Takk til veileder Arne Bugge Amundsen for gode innspill underveis i arbeidet med oppgaven. Takk til gode medstudenter i museologi for ros og kritikk. En spesiell takk til Line, Susanne og Per Magnus for gjennomlesing.

Det er også på sin plass å takke produksjonsteamet bak Antiques Roadshow ved BBC, og da spesielt Olwen Gillespie, for vennlig mottagelse og interesse for mitt prosjekt.

Innholdsfortegnelse

1	Innledning	1
1.1	Motivasjon:	1
1.2	Introduksjon til temaet: Antiques Roadshow	2
1.3	Avgrensing	3
1.4	Problemstilling:	6
1.5	Oppgavens oppbygning:	7
2	Hvordan fungerer Antiques Roadshow?	10
2.1	Feltarbeid	15
2.2	Før analysen: Materiale	16
3	Analyse	18
3.1	Analyse del 2:	28
3.2	Valsetakt - Episodens hovedfortelling	32
4	Hvorfor fungerer Antiques Roadshow?	38
4.1	Steder	38
4.1.1	We wanted a parliament but they gave us a stone	42
4.1.2	Hvordan brukes steder i Antiques Roadshow?	46
4.2	Gjenstander:	53
4.2.1	Kapitalistisk historiefortelling?	54
4.2.2	Tingenes transformasjoner	57
4.2.3	Gjenstanden i reproduksjonsalderen	60
4.3	Formidling	64
4.3.1	Hvordan formidler Antiques Roadshow?	68
4.3.2	Museum, film og læring	71
5	Oppsummering:	80
6	Avslutning	82
7	Litteraturliste	83
8	Vedlegg	89

1 Innledning

Rett foran øynene til publikum ser de en helt autentisk gjenstand. Den er fra en annen tid, og presenteres på et sted som gir gjenstanden en ny eller fordypet mening. Det fortelles historier om gjenstanden som gir den kontekst. Gjenstanden formidles gjennom et medium som påvirker både hva publikum gjør og hvordan gjenstanden blir oppfattet av dem.

Dette kunne vært en beskrivelse av publikumsopplevelsen på et kulturhistorisk museum. Det kunne også vært en beskrivelse av publikumsopplevelsen av et tv-program om historiske gjenstander. I denne oppgaven undersøker jeg hva mediet betyr for formidling av kulturhistoriske gjenstander.

1.1 Motivasjon:

Da jeg fikk plass på masterstudiet i museologi begynte jeg med en gang å lete etter tema for masteroppgaven. For å bli inspirert, dro jeg på flere museer. Jeg besøkte utstillinger og tenkte at jeg skulle gjøre en grundig analyse av en av disse, men jeg syntes det var vanskelig å distansere meg fra min egen rolle som publikum. Etter hvert ble jeg mer interessert i hvordan publikum oppførte seg. Mest interessert ble jeg i selve møtet mellom publikum og gjenstanden. Jeg tok med meg perspektiver fra mine tidligere studier i medievitenskap og estetikk inn i arbeidet med masteroppgaven, og følte at disse sammen med museologisk teori kunne belyse temaet på en god måte.

Denne masteroppgaven i museologi fikk derfor et medie-estetisk fokus. Med denne oppgaven vil jeg vise hvordan gjenstander estetiseres når de formidles på museum ved fremvisning i museer. Etter hvert som jeg jobbet meg gjennom medie-estetisk teori og forskning¹ dukket det opp andre interessante formidlingsformer som var lite utforsket, nemlig formidling av *historiske gjenstander* på tv. Forskjellen i bruken av mediet i en tv-sending sammenlignet med et museumsbesøk interesserte meg, kombinert med at formidling i dag i stor grad foregår via skjermer – også i museet. Dette førte til at jeg valgte å analysere formidling i en annen form enn den som finnes i museene, for å se om det kan fortelle oss noe om hvordan museer bør forholde seg til formidling nå og i fremtiden. En av grunn-tankene er at museets valg av formidlingsmåte ikke bare er kulturformidlende, men også

¹ Hausken, Liv. *Medieestetikk. Studier i estetisk medieanalyse*. (Oslo: Scandinavian Academic Press, 2009.)

kulturproduserende. Jeg argumenterer derfor for at den formidlingsform museet velger gir uttrykk for en bestemt oppfatning om hvordan gjenstander skal oppleves.² Dette gjør jeg ved å ta en omvei via en annen formidlingsform: tv-programmet *Antiques Roadshow*.

1.2 Introduksjon til temaet: *Antiques Roadshow*

Antiques Roadshow er et tv-konsept utviklet av den britiske statskanalen British Broadcasting Corporation (BBC), der antikvitetseksperter reiser til ulike steder i Storbritannia for å vurdere og takserer gjenstander som lokalbefolkningen der presenterer for dem.

Programmet filmes på forskjellige lokasjoner i hele Storbritannia, er åpent for alle, og det er gratis å være med. Besøkende som kommer på en av *Antiques Roadshows* innspillinger har med seg en gjenstand de vil ha vurdert, og når de kommer blir de sortert i ulike køer etter ulike gjenstandskategorier som glass, malerier, sølvtøy og smykker, bøker osv. Deretter får den besøkende møte en antikvitetsekspert som spesialiserer seg på den type gjenstand de har tatt med. Alle besøkende får en gratis evaluering og taksering av gjenstandene de har tatt med. Dersom antikvitetseksperter finner noen spesielt interessante gjenstander, kan de besøkende bli invitert til å komme på tv. Gjenstanden blir da ikke vurdert med det samme, isteden filmer man en samtale om gjenstanden mellom den besøkende og antikvitetseksperter på kamera, og deretter avslører eksperten hvor mye gjenstanden kunne være verdt i en auksjon. Programmet filmes om sommeren, og sendes på tv følgende vinter.³ Det produseres to episoder fra hvert innspillingssted, og hver episode er ca. 60 minutter lang.

Programmet ble første gang sendt i 1979, og fulgte en gruppe antikvitetseksperter fra London på turne i Sørvest-England. Den første episoden ble filmet ved rådhuset i Hereford. Programlederen i dette første programmet var journalisten Bruce Parker, hentet fra aktualitetsprogrammet *Nationwide*. Med seg hadde han antikvitetseksperter Arthur Negus, som selv var fra Sørvest-England, men også kjent for datidens tv-publikum fra før gjennom programmet *Going for a Song*. Dette programmet kan sies å ha vært forløperen til det som ble *Antiques Roadshow*. I *Going for a Song* deltok flere antikvitetseksperter i en gjettekonkurranse, der de skulle briljere med sine kunnskaper om ulike antikviteter, og gjette på hvor mye de var blitt solgt for. Arthur Negus var den som avslørte detaljene til slutt. Den

² Henning, Michelle. *Museums, media and cultural theory*. (Maidenhead: Open University Press, 2006).

³ Sendes på BBC2 i Storbritannia. I Norge sendes programmet på BBC Lifestyle, men kan også sees på SVT1 der dette er tilgjengelig.

samme modellen ble brukt i Antiques Roadshow, bare at det nå var vanlige folk som kom med gjenstandene, og gjettingen ble overlatt til tv-seerne. Etter suksessen med den første sesongen av Antiques Roadshow, ble Arthur Negus programleder, og han var med i programmet helt frem til 1983. Programmet ruller over skjermene fortsatt, og har siden oppstart hatt totalt seks programledere, inkludert den nåværende Fiona Bruce, som tok over i 2008. Bruce er utdannet journalist og er også å se i BBCs nyhetssendinger. 53 antikvitetseksperter er tilknyttet programmet denne sesongen.⁴ I år (2014) fyller programmet 35 år på tv-skjermen, og er i sin 37 sesong. Programmet har blitt nominert til flere priser, og i 1996 vant Antiques Roadshow *The Lew Grade Award For A Significant And Popular Television Programme*.⁵

Gjennom årene har Antiques Roadshow besøkt mange forskjellige steder i hele Storbritannia, og det har blitt produsert flere spialepisoder av programmet. De har besøkt blant annet Canada og Australia, og i 1988 besøkte programmet Sverige. Der produserte de to episoder i samarbeid med Sveriges Television (SVT), ett fra Malmö og ett fra Helsingborg. Sendingene ble svært populære og SVT bestemte seg for å fortsette med formatet, under navnet *Antikrundan*. I Sverige ble konseptet populært, og programmet produseres fortsatt. Antikrundan kan dermed feire 25-års jubileum i 2014.

1.3 Avgrensing

Valget av objektet Antiques Roadshow, som befinner seg i en annen sosial institusjon enn museet, plasserer min oppgave innenfor den delen av museologien som åpner faget gjenstandsområde som et bredere forsknings- og studiefelt, som ikke er begrenset til å studere museer som sådan men også innbefatter musealiserings-prosesser⁶ og menneskets forhold til historie og miljø. Det plasserer min oppgave nærmere museologien slik den har vokst frem i Europa og Skandinavia, enn i *museum studies* som brukes i USA og andre engelskspråklige land og knyttes direkte til de forskjellige sider ved museumsvirksomhet.⁷ Dette skillet forbindes ofte med den britiske kunsthistorikeren Peter Vergos bok *New Museology*, som ble utgitt i 1989. Der skriver han at en ny museologi springer frem fordi det er en misnøye med

⁴ BBC 2014. "The Team".

⁵ BAFTA 2014. "*Lew Grade Award For A Significant And Popular Television Programme*"

⁶ Med musealisering mener jeg her ulike utvalgs- og verdsettingsprosesser. jf. Amundsen, Arne og Brita Brenna. "Museer, kritisk museologi og tverrfaglige museumsstudier" i Bjarne Rogan og Arne B. Amundsen, red. *Samling og museum: Kapitler av museenes historie, praksis og ideologi*. (Oslo: Novus Forlag, 2010), 12.

⁷ Amundsen og Brenna 2010, 11.

den gamle museologien, både innenfor og utenfor museumsyrket. Hovedproblemet er at den gamle museologien handler for mye om museets metoder, og for lite om museets formål. Museene må derfor endre sin praksis, men hvordan skal dette gjøres?

Den amerikanske museologen Christina Kreps mener at dette oppnås ved å endre selve vitenskapen bak museumsinstitusjonen; museologien. Hun etterlyser derfor en gjennomgripende ny, *komparativ museologi* som understreker at det finnes mange ulike former for museologi.⁸ En slik komparativ museologi kan problematisere vår forståelse av hvordan museer utvikles og virker i ulike kontekster og hvordan de påvirker dynamikken i den kulturelle utviklingen. Dette kan dessuten føre til ytterligere demokratisering av museumsinstitusjonen – desto større ideologisk mangfold, desto mindre plass til begrensede ideologier. For å unngå at museologiens språk snakkes av en utvalgt gruppe, etterlyses en bredere og mer inklusiv representasjon med mangfoldige stemmer, noe som forutsetter endringer både i utdanningsinstitusjonene og i rekrutterings-praksisene.⁹ Det er altså ikke universell enighet om hva faget egentlig er og hva det bør omfatte. Museologiprofessor Kerstin Smeds foreslår i *Vad är museologi?*¹⁰ at man kan sortere diskusjonene om hva museologi er langs to akser. Den ene akse handler da om fagets gjenstandsområde og hvor bredt det er, mens den andre akse går på hvorvidt museologien er et teoretisk eller anvendt fag. I denne oppgaven har jeg mer fokus på museologiske teorier enn anvendt museologi, men det er et sterkt innslag at museumspraksis, ettersom det er det jeg holder drøftingen opp mot.

Det er i dag stor enighet om at det er denne store variasjonen som gjør museologi interessant, og styrker det som fagfelt. Akademia blir stadig mer tverrfaglig, og åpner seg også opp mot andre aktører. I så måte kan utvekslingen mellom høyere utdanningsinstitusjoner og museer være med på å drive museologien fremover som tverrfaglig felt.

I ICOMs museumsdefinisjon kan vi lese at et museum ”formidler og stiller ut materielle og immaterielle vitnesbyrd om mennesker og deres omgivelser i studie-, utdannings- og underholdningsøyemed.”¹¹ Dette formålet deler museene med flere andre samfunnsaktører. En slik aktør er historieformidlende tv-programmer som har blitt enormt populært de siste

⁸ Kreps, Christina. ”The Paradox of Cultural Preservation in Museums” i *The Journal of Arts Management, Law and Society*, (1994) Vol 23, nr 4, 300.

⁹ Kreps 1994, 301.

¹⁰ Smeds, Kerstin. ”Vad är museologi?” i *Kulturhistorisk tidskrift*, (2007) Vol. 90, nr 2.

¹¹ ICOMs statutter 2014, artikkel 3, paragraf 1.

årene, med stadig nye programkonsepter.¹² De programmene som er mest relevante for min oppgave er de som kombinerer underholdningsfaktor i bunn, med informativt og lærerikt innhold. Disse kalles ofte faktaprogrammer, men sjangeren er ganske udefinert, De fleste kan plasseres innenfor det man har kalt *infotainment*, en blanding av de engelske ordene *information* og *entertainment*,¹³ denne sjangeren inkluderer spørreprogrammer, underholdene dokumentarer eller folkeopplysningsprogrammer.¹⁴ For å snevre inn feltet ytterligere, vil jeg i denne oppgaven bruke begrepet *museums-tv*. Dette ordet ser jeg som en naturlig fortsettelse av hvordan man i dagligtale benevner andre tv-programmer med begreper som; *matlagings-tv*, *sports-tv* eller *natur-tv*. Det er på forhånd gitt at man verken lager mat, driver med sport eller går i naturen når man ser slik tv, derfor burde det være klart at man ikke nødvendigvis er på museum når man ser museums-tv. Jeg bruker denne betegnelsen fordi jeg mener den er mer dekkende enn infotainment, og jeg begrunner dette ytterligere i drøftingen. Programmer som passer inn i kategorien museums-tv kjennetegnes ved at de baserer seg på virkelige gjenstander, steder og fortellinger, på samme måte som museer gjør i sine utstillinger. De har også et ønske om å formidle materielle og immaterielle vitnesbyrd om mennesker og deres omgivelser. Hovedforskjellen ligger i mediet, og *hvordan* henholdsvis tv-programmer og museer *velger* å formidle innholdet, ut ifra de virkemidlene som er tilgjengelige for dem. Formidling vil derfor være en rød tråd i oppgaven min.

For å underbygge ytterligere hvordan museums-tv har en praksis som ligner tradisjonelle museer – som er tema for drøftingen i kapittel 4, trekker jeg linjer til ICOMs Museumsetiske Regelverk underveis, der jeg finner det relevant.

Jeg har valgt å konsentrere meg om tv-programmet Antiques Roadshow fordi de er et av de første i det som etter hvert har blitt en enorm mengde av programmer som bruker gjenstander som utgangspunkt for å formidle historie. Programmet kan som sagt markere 35 år på skjermen i år, og er et av de lengstlevende programmene som fortsatt produseres og sendes av BBC på samme kanal. Programmet har inspirert flere andre programformat, men Antikrundan som produseres av SVT i Sverige er den eneste av avleggerne som stammer

¹² Se noen eksempler i del 4, s. 65-67.

¹³ "...information-based media content or programming that also includes entertainment content in an effort to enhance popularity with audiences and consumers." Demers, David, "Dictionary of Mass Communication and Media Research: a guide for students, scholars and professionals," (Marquette, 2005), 143.

¹⁴ Se også *edutainment*, som retter seg spesifikt mot barn: "Educational entertainment (Edutainment)" på UN Women 2014.

direkte fra den første produksjonen hos BBC. Disse to programmene fremstår for meg som vellykkede og seriøse historiefortellere, som har en egen posisjon i folks bevissthet i Storbritannia og i Sverige.¹⁵ Felles for dem er at de bruker gjenstander som utgangspunkt for å fortelle historier. Derfor har jeg valgt å legge disse to programmene til grunn for min analyse.

Jeg studerer altså spesifikt episoder av tv-programmet *Antiques Roadshow*, og deres historiefremidling. Jeg studerer ikke tv som institusjon, eller tv-mediet som sådan, men ettersom dette er en undersøkelse av et komplekst objekt vil det bli noe overlapping for å illustrere visse poenger. I analysen bruker jeg begreper fra medievitenskap, estetikk og museologi samtidig. I sammenstillinger vil jeg se på det offentlige museet og den offentlige kringkasteren som institusjoner, utstillingen og tv-programmet som medier, og besøkern på museet og tilskueren til tv-programmet som publikum.¹⁶ Jeg vil også vise til det jeg mener er programmets musealitet, og hvordan dets praksis ligner museumspraksis.

Spørsmålet er altså: hva kan vi lære om gjenstandsbasert formidling i et museologisk perspektiv, ved å se på formidlingspraksis i en helt annen disiplin, nemlig en tv-produksjon?

1.4 Problemstilling:

I denne oppgaven skal jeg studere hvordan *Antiques Roadshow* formidler gjenstander, steder og fortellinger. Dette gjør jeg ved å avsløre noen av virkemidlene som programmet bruker i sin formidling. Resultatene vil jeg diskutere opp mot virkemidler som benyttes av museer, slik dette presenteres i forskning, og gjennom eksempler fra egne museumsbesøk. Med bakgrunn i dette blir problemstillingen:

Hva kjennetegner historiefremidlingen i Antiques Roadshow, og på hvilken måte kan vi bruke begrepene sted, gjenstand, og formidling til å sammenlikne fremidlingen i tv-programmet med historiefremidling på museer?

Jeg mener dette vil være en relevant sammenstilling, fordi museer, og museums-tv deler samme formål, gjenstander og publikum. Utviklingene vi ser i dag som følge av den digitale revolusjonen, legger press på tradisjonelle formidlingsarenaer som museer og tv. De to har

¹⁵ Bonner, Frances. *Ordinary Television: Analyzing Popular TV*. (London: Sage Publications Ltd. 2003).

¹⁶ Henning 2006.

ulike utviklingshistorier, men denne delte utfordringen burde føre til at museer og tv-institusjoner burde være gjensidig interessert i utviklingen på hverandres felt. Verden, publikum og institusjonene er i endring. Derfor vil jeg studere mellomrommet som finnes mellom disse formidlerne. Ved å undersøke deres virkemidler håper jeg å avdekke en ny innfallsvinkel til forståelse av museet som formidlingsarena i et nytt og stadig skiftende medielandskap.

1.5 Oppgavens oppbygning:

Hoveddelene av oppgaven er en analyse, og deretter en essayistisk drøfting. Oppgaven har således ikke eget teorikapittel, da dette blir løpende presentert og redegjort i del 4.¹⁷ Jeg har forsøkt å dele inn oppgaven i *hvordan*, og *hvorfor* Antiques Roadshow fungerer som det gjør. For å finne ut hvordan, benytter jeg meg av en medievitenskapelig analyse. For å forstå hvorfor Antiques Roadshow har valgt sine virkemidler drøfter jeg dem i lys av museologiske teorier i del 4. Denne delen er oppdelt i tre underdeler som tar for seg programmets bruk og forståelse av *steder*, *gjenstander* og *formidling*. Jeg mener disse tre temaene gir et godt grunnlag til å forstå programmets praksis, og redegjøre for likhetene med museumspraksis.

I del 2 som tar for seg metode, presenteres feltarbeidet jeg har gjort og analyseverktøyene jeg har brukt. Jeg har kombinert flere ulike fremgangsmåter for å analysere det komplekst objektet Antiques Roadshow er. Hovedvekten ligger på Liv Hauskens bok *Medieestetikk – Studier i estetisk medieanalyse*.

Del 3 er selve analysen, her redegjør jeg for *hvordan* programmet fungerer, og analyserer en scene fra programmet inngående. Analysen tar utgangspunkt i å identifisere Antiques Roadshows virkemidler gjennom å vise til hva som er særegent for programmet. Her baserer jeg meg på blant annet på *stil*-begrepet som defineres av David Bordwells *On the History of Film Style*, og videreføres til tv-mediet i Jeremy Butlers *Television Style*. Slik prøver jeg å redegjøre for de virkemidlene Antiques Roadshow bruker. Analysen settes i sammenheng med en perspektivering av programmet og konseptet som sådan. Ved å presentere analysen først får resten av oppgaven et dobbelt utgangspunkt. På den ene siden et konkret kulturuttrykk (Antiques Roadshow), på den andre siden en teoretisk problemstilling (om gjenstander som historiefortellere). Tanken er at ved å ta utgangspunkt i det konkrete

¹⁷ Valget er tatt på bakgrunn av skriverådene på sokogskriv.no. (Universitetet i Oslo, m.fl. 2014).

gjennom analyser, kan jeg komme nærmere en ny måte å konkretisere det teoretiske utgangspunktet. En slags hermeneutisk fremgangsmåte.

Til sist undersøker jeg hvordan funnene fra en slik analyse kan brukes. Del 4 blir da en kombinert redegjørelse av relevant museologisk teori, og fortløpende drøfting av denne mot resultatene fra analysen. Dermed ligger fokus dels på museologi og dels på estetikk og medievitenskap. Dessuten viser jeg i drøftingskapittelet til tekster som på ulike måter behandler filmbasert gjenstandsformidling i og utenfor museet.

Drøftingen har altså tre undertemaer: steder, gjenstander og formidling, som hver settes i sammenheng med museologiske perspektiver, og drøftes ut ifra dette i et forsøk på å forstå *hvorfor* Antiques Roadshow fungerer slik det gjør.

Under overskriften steder redegjør jeg for ulike forståelser av hva et sted er, og hva det kan være. Pierre Nora beskriver museet som et sted knyttet til kultur, i sin tekst *Between Memory and History*, mens Peter Davies skriver i sin bok *Place exploration: museums, identity, community*. om museet som en sted som former vår identitet. Disse to tolkningene av sted settes i sammenheng med tekster av Andrea Witcomb og Annie E. Coombes. Mens Coombes i sin tekst om *Museums and the Formation of National and Cultural Identities*, problematiserer museer som stiller ut kulturarv og spesielt de som formidler ulike kulturer gjennom etnografisk materiale, skriver Andrea Witcomb om museer og samfunn i sin bok *Re-Imagining the Museum: Beyond the Mausoleum*. Problemene Coombes beskriver behandler også Witcomb, når hun beskriver hvordan ulike samfunn har havnet utenfor museet og i noen tilfeller i opposisjon til museet.¹⁸ Witcomb ønsker å oppheve denne opposisjonen, og i stedet forstå museet som en av institusjonene som kan skape disse samfunnene. Disse ulike posisjonene til hvordan steder påvirker kultur og identitet, settes i sammenheng med James Cliffords *Museums as Contact Zones*. Deretter drøfter jeg hvordan disse forskjellige forståelsene av sted kan belyse bruken av sted i Antiques Roadshow. Programmet har et tungt fokus på skotsk historie i episodene jeg har studert. Derfor inneholder drøftingen et lengre avsnitt om skotsk historie – en kontekst som ble nødvendig for å belyse hvordan programmet har tematisert stedene de har besøkt i Skottland i år. De to episodene har fått en spesiell aktualitet ettersom skottene i år hadde folkeavstemming for å avgjøre om de fremdeles skal være en del av den britiske unionen.

¹⁸ Witcomb, Andrea. *Re-Imagining the Museum: Beyond the Mausoleum*. (London: Routledge, 2003), 97.

Videre i del fire utforsker jeg hvordan gjenstander defineres og problematiseres i Antiques Roadshow og på museum. Den første delen har fokus på ulike forståelser av verdi som brukes i programmet. Den andre delen belyser hvordan synet på gjenstanden har endret seg gjennom tiden. Her setter jeg sammen flere tekster, blant annet Bjørnar Olsens *Momenter til et forsvar av tingene*, Bjarne Rogans *Tingenes transformasjoner i museet*, Walter Benjamins *Kunstverket i Reproduksjonsalderen* og Tine Damsholt, Dorthe Gert Simonsen og Camilla Mordhorsts *Materialiseringer. Nye perspektiver på materialitet og kulturanalyse*. Alle disse tekstene belyser gjenstandens fornyede viktighet i museumsverdenen.

Til slutt ser jeg på hvordan programmet formidler, og da med spesielt fokus på medieringen. Her kommer jeg innpå identitetskrisen som finnes i museene, men også i tv-verdenen. Sammenligningen mellom de to blir sterkest i denne delen. Michelle Henning undersøker i boken *Museums, media and Cultural Theory* hvordan man kan forstå museer som media, og hvordan man i så kan forstå medierings-prosessen? Dette settes i sammenheng med Geir Vestheims *Museet i eit tidsskifte* og John Aage Gjestrums beskrivelse av museenes muligheter i *Museene mot år 2000*. Gjestrums tanker om økomuseet som post-museets fremtid settes i sammenheng med Peter Davis' oppfatninger om det samme. Deretter forsøker jeg å se på hvordan Antiques Roadshow formidler gjennom den teoretiske rammen for økomuseet. Denne delen inneholder også flere andre eksempler på musealisert praksis i tv-programmer. Argumentasjonen avsluttes ved funderinger rundt den estetiske opplevelsen Antiques Roadshow gir seerne gjennom sin formidling.

2 Hvordan fungerer Antiques Roadshow?

Som jeg har vært inne på finnes det ikke en etablert verktøykasse med metoder for museologien. Fordi faget i sin kjerne er tverrvitenskapelig kan vi bruke metoder fra andre felt, som regel innenfor humaniora.¹⁹ Hvilke verktøy som blir aktuelle kommer an på hva man skal bruke dem til. Jeg bruker metoder fra medievitenskap, medieestetikk, og i drøftingskapittelet en del kulturhistoriske perspektiver.

Den *medieestetiske* analysen henter jeg fra Liv Hauskens *Medieestetikk: Studier i estetisk medieanalyse*. Medieestetikk som felt avgrenser hun mot tekstanalyse på den ene siden, som det er beslektet med – og kunstfilosofi på den andre siden, der estetikken forstås som læren om den sanselige erkjennelse.²⁰ Hausken tar tidlig opp problemene som ligger i å jobbe med et tverrfaglig felt. Hun argumenterer for et generelt estetikkbegrep som samler ulike fagfelt, og for at medieestetikk og tekstanalyse ikke utelukker men forsterker hverandre.²¹ Det medieestetiske objektet anses som komplekst, og jeg vil derfor ikke være tjent med å peke ut det generelle i analysen, men heller det spesielle – oppmerksomheten rettes mot formidling og mediering snarere enn objektet selv.²² Hausken beskriver fokuset for medieestetikken når den brukes i analyse: ”Oppmerksomheten er rettet mot formidling (mediering), formidlingens materialitet og teknologi og de medieerfaringer det aktuelle uttrykket synes å spille på eller forutsette.”²³ Medier er forskjellige, og påvirker sansene våre forskjellig. Ulike medier skaper ulike assosiasjoner, og farger vår oppfattelse av budskapet som mediet er bærer av. Dette aspektet er spesielt viktig i en medieestetisk analyse. Det tverrfaglige feltet medieestetikk er fullt av fallgruver, ettersom det bringer sammen elementer fra de allerede tverrfaglige medievitenskapene, og det tverrfaglige feltet estetikk. Det er derfor et viktig poeng at medieestetikk best kan beskrives som en *betraktningssmåte* som innebærer et spesielt fokus på sansing. ”Det kan karakteriseres som et særlig opplevelsesperspektiv”.²⁴

¹⁹ Forelesning med Marzia Varutti, 1. oktober 2012: ”Research methods in Museum Studies”

²⁰ Hausken, 8; Kjersti Bale skriver at estetikk er ”...et disiplinoverskridende fagfelt som krysser grensene mellom kunstfilosofi, teori knyttet til de ulike kunstformene og praktisk analyse av kunstverk samt utvekslingen mellom dem. Det lar seg heller ikke begrense til kunstfeltet alene...” Kjersti Bale, *Estetikk – En innføring*. 2009, 7.

²¹ Hausken 2009, 8-12.

²² Hausken 2009, 19.

²³ Hausken 2009, 9.

²⁴ Hausken 2009, 30.

Gjennom sammenligning av komplekse objekter, og overføring av teori fra et felt til et annet vil jeg enklere kunne sette fingeren på hva som kjennetegner programmets musealiserte praksis: ”Med en medieestetisk forskningstilnærming kan man diskutere hvordan mediet gjør en forskjell i en hvilken som helst praksis.”²⁵ Hauskens analysemetode slik hun legger den frem i boken blir hovedkilden min for å peke på virkemidler som brukes i tv-programmet.

For å kunne analysere episodene av Antiques Roadshow bruker jeg verktøy fra Jeremy Butlers *Television Style* og David Bordwell *On the History of Film Style*. Disse to bøkene gir meg de tradisjonelle mediebegrepene for analysen. Butler bygger på Bordwells bok, og felles for dem begge er fokuset på *stil*-begrepet. Bordwell beskriver stil slik:

*In the narrowest sense, I take a style to be a film's systematic and significant use of techniques of the medium. Those techniques fall into broad domains: mise en scène (staging, lighting, performance, and setting); framing, focus, control of color values, and other aspects of cinematography; editing; and sound. Style is, minimally, the texture of the film's images and sounds, the result of choices made by the filmmaker(s)...*²⁶

Bordwells bok er en historisk redegjørelse for disse ulike virkemidlene, mens Butler bruker denne bakgrunnen til å se på dagens tv-medium. Stil-begrepet har også blitt foreslått som en interessant innfallsvinkel til museologi av Rhiannon Masons i Sharon Macdonalds bok *A Companion to Museum Studies*.²⁷ I min analyse tar jeg derfor utgangspunkt fire tilnærminger for å beskrive stil, som Jeremy Butler beskriver i *Television Style*. Disse presenterer han som fire forskjellige måter å se på tv:

1. Descriptive stylistics,
2. Analytic stylistics (interpretation),
3. Evaluative stylistics (aesthetics),
4. Historical stylistics”²⁸.

Den første tilnærmingen (1.) er en beskrivelse av programmet. En empirisk redegjørelse dets virkemidler og deler. Jeg har løst denne beskrivelsen ved å lage en skjematisk oversikt over scenen jeg analyserer fra programmet, i tillegg har jeg laget oversikter over innholdet i de fire episodene som ble produsert i Skottland.

²⁵ Hausken 2009, 10.

²⁶ Bordwell, David. *On the History of Film Style*. (London: Harvard University Press, 1997), 4.

²⁷ Masons, Rhiannon. ”Cultural Theory and Museum Studies” i Macdonald, Sharon: *A Companion to Museum Studies*. (West Sussex: Blackwell Publishing, 2011), 26.

²⁸ Butler, Jeremy. *Television Style*. (London: Routledge, 2010), 11.

Den andre tilnærmingen (2.), fortolkningen, kommenterer hvorfor disse virkemidlene er valgt. Hva er det som skal formidles? Hvordan underbygger virkemidlene handlingen? Her peker jeg på programmets *mise-en-scène*, som definert hos Bordwell beskriver det alt som til enhver tid er foran kamera. Rettes kamera mot en hvit vegg med en liten krakk i høyre hjørne, er dette scenens *mise-en-scène*: omgivelser og bakgrunn, rekvisitter og gjenstander, lyssetting, skuespillere, deres kostymer og de karakterene de spiller. En norsk oversettelse av begrepet er *iscenesettelse*. I tillegg bruker jeg Dag Solhjells begreper fra *Kunstutstilling- hva er det? På vei mot en teori om kunstutstillinger, særlig i kunstmuseer*.²⁹ Der lanserer han en rekke begreper som kan brukes til utstillingsanalyse. Dette er et forsøk på å lage en felles teori for kunstmuseer basert på undersøkelser av flere basisutstillinger i norske museer. Noen av begrepene jeg skal bruke er: *utstilling*, som kan brukes i konkret form om det som faktisk stilles ut. Deretter er det *det som stiller ut*, altså virkemidlene rundt som trekker oppmerksomheten vår mot utstillingen. Disse kaller Solhjell *paraverk*. Et paraverk er de tingene som gjør at vi forstår at vi ser en utstilling, det kan være en benk, et skilt, rommets utforming eller andre detaljer som spiller på våre tidligere erfaringer. For å skille paraverk som er en del av utstillingsrommet fra de som er plassert der av kurator, kaller han kurators paraverk for *scenografi*. Dette begrepet kan vi knytte direkte til *mise-en-scène*. Begge disse begrepene peker på virkemidler som er bevisst valgt for å formidle. Programmets scenografi/*mise-en-scène* kombinert med paraverk og filmatiske virkemidler som utsnitt, fokus og annen kamerabruk, lyd, og klipping, utgjør dermed programmets *stil*. I tillegg har Solhjell to interessante begreper som han låner fra medievitenskap og teatervitenskap. Han bruker ordet *engasjement* om publikums handlinger i museet, og ordet *script* brukes om publikums innblanding i utstillingen og paraverkene. Solhjell beskriver at publikum ikke alltid følger kurators script, men kan lage sine egne. Publikum blir dermed medkuratorer som selv bestemmer hva utstillingen formidler til dem. Antiques Roadshow er like mye en event som et tv-program, og i stor grad publikumsstyrt. Det har likhetstrekk med en utstilling, men også med en tradisjonell studioinnspilling. Derfor tror jeg at disse begrepene som ligger midt i grenselandet her kommer til å bli særlig interessante å benytte.

Den tredje tilnærmingen (3.) til Jeremy Butler vil gi rom for å kommentere hvordan disse estetiske virkemidlene – *stilen* – samlet sett *påvirker* formidlingen i den aktuelle scenen. Den fjerde (4.) og siste tilnærmingen går nærmere inn på hvilke estetiske

²⁹ Solhjell, Dag. Upublisert materiale, 2012. *Kunstutstilling- hva er det? På vei mot en teori om kunstutstillinger, særlig i kunstmuseer*. Fra undervisning på Nasjonalgalleriet 07.11.2012.

forkunnskaper man da bygger på. Jeg tar utgangspunkt i disse tre bøkene i analysen og anser at Bordwell og Butlers stil-begrep enkelt kan knyttes til den medieestetiske betraktningmåten som Hausken beskriver. Hun skriver for eksempel før hun skal analysere film i sin bok, at oppmerksomheten skal rettes mot ”det filmatiske uttrykket, hvordan filmene fremstår som filmuttrykk, hva de synes å forutsette av erfaringer med film og andre kulturuttrykk, og hvilke andre forestillinger som filmuttrykket aktiverer.”³⁰ Hausken skiller også mellom *denotasjon* og *konnotasjon*, der denotasjon gjerne forstås som den mest vanlige betydning av et ord eller tegn, og konnotasjon forstås som de mange mulige betydninger av dette samme ord eller tegn. Hausken skriver for eksempel at: ”...identifisering av objekter (denotasjon) anses som basert på antropologisk viten og oppfatning av mening (konnotasjon) anses som basert på sosialisering...”³¹ Jeg kommer også til å bruke dette skillet i drøftingen av virkemidlene. Utredningen samles til sist i en presisering av episodenes overordnede tema, eller hovedfortelling. Bestemmelsen av dette vil være til hjelp i fortolkningen. Som et ledd i utredningen og fortolkningen finner vi *assosiasjoner*, disse er subjektive forståelser som farger min egen oppfattelse av det jeg forsøker å analysere. Begrepsapparatet mitt blir da som følger:

Begreper som brukes i analysen:

Misè-en-scene/ Scenografi	<i>De synlige og kuraterte delene i en utstilling eller et tv-program. Jeg bruker disse ordene som likestilte i sammenligninger.</i>
Paraverk	<i>Virkemidler som ikke er kuratert.</i>
Stil	<i>Kombinasjonen av misè-en-scene/scenografi og alle andre kuraterte og ikke-kuraterte estetiske virkemidler som påvirker det som formidles.</i>
Engasjement	<i>Publikums handlinger i museet eller programmet.</i>
Skript	<i>Publikums innblanding i utstillingen eller programmet og deres paraverk.</i>
Denotasjon	<i>Objektiv beskrivelse.</i>
Konnotasjon	<i>Tolkning av virkemidler, basert på meningsinnhold.</i>
Assosiasjon	<i>Tolkning basert på subjektive forståelser av meningsinnholdet.</i>
Tema	<i>”Den store historien”, hovedfortellingen.</i>

³⁰ Hausken 2009, 31.

³¹ Hausken 2009, 72.

I tillegg kommer jeg nærmere inn på disse begrepene i analysen:

Scene *En rekke bilder tatt samtidig fra ett og samme sted.*
Sekvens *Påfølgende ledd i et handlingsforløp³²*

Utsnitt:

Heltotal *Avstandsbilde, viser hvordan ting er plassert i forhold til hverandre.*
Totalbilde *Et bilde som har plass til et menneske i helfigur, oversiktsbilde.*
Halvnær *Tydelige ansiktsuttrykk, men ikke plass til hele mennesker i bildet.*
Nærbilde *Et bilde som er ca. et hode høyt. Detaljer er godt synlig.*
Ultranær *Viser en detalj i kjempeformat. Detaljen fyller hele bildet.³³*

Kamerabevegelser:

Kjøring *Når kameraet fysisk beveger seg, enten horisontalt eller vertikalt.*
Zooming *Når utsnittet gradvis blir større eller mindre.*
Panorering *Når kameraet dreier rundt sin egen akse.*
Tilt *Kameraet beveges i en ikke-vannrett vinkel. Vanligst er undervinkling, eller froskeperspektiv – og overvinkling, eller fugleperspektiv.³⁴*

³² Hausken 2009, 17.

³³ På engelsk brukes betegnelsene long shot, full shot, medium shot, close-up, og extreme close-up.

³⁴ Hausken 2009, 55.

2.1 Feltarbeid

Det ble fort klart for meg at for å komme inn under huden på programmet, ble det ikke nok å bare se det på tv. Som nevnt er Antiques Roadshow ikke bare en tv-sending, men også en *event* som bygges rundt innspillingsdagene. Derfor reiste jeg på feltbesøk for å oppleve innspillingen av programmet.

Jeg har besøkt to innspillinger av Antiques Roadshow i Skottland: *The National Museum of Modern Art* i Edinburgh, og *Scone Palace* i Perth. Under besøket snakket jeg med blant andre produsent Simon Shaw, regissør Michele Burgess, outside-broadcast regissør Simon Brant og lysansvarlig John Neal. I Sverige besøkte jeg to innspillinger av Antikrundan, den første var i restauranten *Glasklart* i Malmö havn, den andre på *Oscars Societetssalonger* i Lysekil. Her deltok jeg selv som publikum og fikk vurdert en gjenstand jeg hadde med.

Jeg valgte to ulike metoder når jeg besøkte de ulike innspillingene: Under innspillingsbesøket på Antiques Roadshow i Skottland tok jeg utgangspunkt i en slags undersøkende journalistikk. Jeg gjorde research, googlet crewet og innspillingsstedet på forhånd og leste meg opp på historien. Under innspillingene intervjuet jeg besøkende som sto i kø, og jeg hadde på forhånd tatt kontakt med PR-ansvarlig ved produksjonen som ga meg en omvisning. Da hun spurte hva jeg var spesielt interessert i svarte jeg; alt. Dette førte til at jeg blant annet fikk en interessant innføring i de mange valgene som tas av lysprodusenten, fikk møte deltagerne på venterommet ”bak scenen” og fikk se selve klipperommet.

I Sverige valgte jeg i stedet å være deltager. Jeg allierte meg med venner og familie, og besøkte innspillingene sammen med dem. Til Malmö hadde vi med noen glass fra tidlig 1900-tall, og til Lysekil tok jeg med noen gjenstander fra Göteborgsutstillingen i 1923, som jeg en gang kjøpte på en brukthandel. Resultatet ble som ventet forskjellig: Fra Skottland hadde jeg med meg en fullskrevet notatbok og mye bilder, mens i Sverige gikk tiden med på å stå i kø. Riktignok er folk veldig hyggelige å prate med når man står i samme kø i drøye to timer, men jeg hadde til slutt mer materiale med meg hjem fra besøket i Skottland, enn jeg hadde fra besøket i Sverige. Derfor kommer jeg til å velge analyseeksempler fra besøket jeg gjorde i Skottland. Innspillingsbesøkene i Sverige er allikevel tatt med og redegjort for, fordi de på sett og vis øker *validiteten* i besøket til Skottland. Å kunne sammenligne to såpass like produksjoner i to ulike land og kulturer, har beriket min innsikt i programmene.

Jeg har altså sett programmet fra to sider: både som deltagende observatør på innspillingene, og senere som publikum når jeg så de ferdige sendingene. Når jeg analyserte tv-sendingene føler jeg at det ga meg nyttig bakgrunnskunnskap å ha opplevd selve innspillingssituasjonen. Der fikk jeg mulighet til å følge prosessen bak utvelgingen av gjenstander, deltagere, kameravinkler og virkemidler. Dessuten fikk jeg oppleve lokasjonene *in situ*, og det gir selvfølgelig en helt annen romfølelse enn å se stedene på tv.

2.2 Før analysen: Materiale

Jeg har konsentrert meg om fire episoder av *The Antiques Roadshow* fra BBC. To av episodene ble filmet på Scone Palace i Perth, tirsdag 11.07.2013, og de to andre ble filmet på The Scottish National Gallery of Modern Art – nærmere bestemt The Dean Gallery, torsdag 11.07.2013. Jeg var til stede på begge innspillingsdagene.

Hver episode varer cirka 60 minutter og inneholder mellom 15-19 evalueringer. Totalt var det i disse episodene 68 evalueringer. Hver evaluering varer mellom 2 til 4 minutter. Alle episodene er sett i 2014. For hver episode er det laget et analyseeskjema, som viser episodens oppbygning og innhold. Disse finnes bakerst i oppgaven, før kildelisten.

Til grunn for analysene ligger altså følgende materiale fra BBC Antiques Roadshow:

Tv-sendinger:

Sesong 36

- Episode 10 *Scottish National Gallery of Modern Art I*, første gang sendt 22. desember 2013.
- Episode 15 *Scone Palace near Perth I*, første gang sendt 30. mars 2014.
- Episode 22 *Scottish National Gallery of Modern Art II*, første gang sendt 25. mai 2014.

Sesong 37

- Episode 4 *Scone Palace near Perth II*, første gang sendt 5. oktober 2014.³⁵

Jeg har gjort noen avgrensinger innenfor materialet i selve tv-programmene. *Antiques Roadshow* inneholder flere ulike ”scener”, som hver er ganske forskjellige og gir forskjellig rom for formidling. Selv om jeg studerer hele episoden, vil jeg vie spesielt rom til evalueringene. Det er dette som er kjent som den ”typiske *Antiques Roadshow*-scenen” og

³⁵ BBC 2014. For full oversikt, se ”Episode Guide”.

består av møtet mellom en eller flere gjenstander, eieren av disse, og en ekspert fra Antiques Roadshow. Møtet foregår som regel på et historisk interessant sted som et museum, et slott eller lignende, og det er publikum til stede, også i bildet.

Hver av disse evalueringene følger et forhåndsbestemt mønster, som vi kan dele opp i disse fem stegene:

- 1:** Eieren inviteres til å fortelle det han/hun vet om gjenstanden(e).
- 2:** Eksperten informerer eieren, publikum og tv-seerne, om gjenstanden(e). Her kan de snakke om funksjon, utseende, materiale, alder, produsent, kunstner eller legge til kontekst.
- 3:** Eksperten søker bekreftelse hos eieren, ofte ved å spørre hvordan de kom i besittelse av gjenstanden(e), og evt. hvor mye de betalte for de(n).
- 4:** Eksperten foretar en prisvurdering.
- 5:** Eieren (og publikum) reagerer på vurderingen.

De første tre stegene kan skifte rekkefølge, men de to siste gjør vanligvis ikke det. Imidlertid kan alle fem steg repeteres i løpet av én scene, avhengig av hvor mange gjenstander de besøkende har med seg.

3 Analyse

”Skjulte skatter” – virkemidler i en scene fra Antiques Roadshow

En vanlig oppfatning om gjenstandene på Antiques Roadshow er at de er skjulte skatter med høy markedsverdi. Det ligger en forventning om at gjenstandene skal være sjeldne, og at de skal kunne tilskrives en kjent produsent eller kunstner. Et eksempel på en slik gjenstand åpnet episode 4 i sesong 37 av Antiques Roadshow:

En besøker har tatt med seg en vinkanne i glass med tinnlokk. Hun forklarer at hun har to slike kanner, men at hun ikke vet noe mer om de. Programmets glass-ekspert, Andy McConnell er den som foretar evalueringen. Han sier at det er en fin mugge, den er av krystall og det er godt skåret. Han daterer den til rundt 1875, og dersom den er laget av tinn vil den være vært rundt £80. Kvinnen som eier kannen nikker gjenkjennende til dette. Men, sier McConnell, dersom den er at sølv vil den være mye mer verdt. Deretter tar han opp en pusseklut fra den ene lommen, og en flaske sølvpudder fra den andre. Disse setter han på bordet foran dem, der kannen står. Han sier han vil prøve noe nå med det samme. Nå ser eieren lettere forvirret ut. Hun sier at hun tviler på at lokket er laget av sølv. McConnell parerer med en vits, han forteller at hans mor en gang var tjenestepike, men dette blir første gang at han selv pusser noen andres metall – og attpåtil gratis! Publikum ler, og eieren av kannen flirer også. Deretter kommer McConnell til poenget: ”Forskjellen mellom tinn og sølv er at tinn ikke blir misfarget, men sølv derimot...” Her tar McConnell en kunstpause. Han løfter pussekluten mot publikum og avslører en kullsvart flekk på den hvite kluten. ”...på sølv kan man vaske bort misfargingen, oksidert metall.” Han gjør seg ferdig, og snur den pussede siden mot eieren. ”Hvordan synes du det ser ut?” spør han. Hun er fortsatt skeptisk, men svarer at jo, det er blankt. McConnell går videre og trekker oppmerksomheten mot et lite område på lokket og spør om hun kan se hva han peker på. Hun sier hun ikke har brillene med seg, hvorpå McConnell forklarer at det er et stempel. ”Ja vel?” svarer eieren nervøst – hun begynner vel å se tegningen. Nå forklarer McConnell at stempelet tilhører den franske produsenten Baccarat, en av de beste i verden, sier han. ”Det du har er altså to vinkanner med sølvlokk, og ikke tinn slik du trodde. Det er stor forskjell i pris på disse metallene. En kanne med tinnlokk er verdt rundt £80, et par kanner med sølvlokk kan være verdt £2500! Nå er eieren sprekkferdig. Hun rister på hodet og utbryter ”Wow! Jeg vet ikke hva jeg skal si. Jeg

blir helt stum, og det er uvanlig for min del!”³⁶ Deretter ler hun. Kameraet kjører bakover og det kuttes til neste scene.

Her ser vi altså et klassisk eksempel på en scene fra *Antiques Roadshow*. Ekspertens skarpe blikk identifiserte gull blant gråstein, og den besøkende kan le hele veien til nærmeste antikkhandler og innkassere premien. Men var det alt? I tillegg så vi et åpenbart formidlingstalant hos glass-ekspert Andy McConnell, vi fikk litt folkeopplysning i hvordan skille tinn fra sølv, og publikum fikk seg en god latter. Det som trigget alle disse reaksjonene var vinkannen på bordet. For en tv-seer ble disse reaksjonene forsterket gjennom filmatiske virkemidler før programmet ble sendt på tv. Jeg skal i det følgende se nærmere på denne scenen fra programmet.

Gjenstandene spiller flere ulike roller i *Antiques Roadshow*, og tv-seerne har flere forventninger til hvordan de skal opptre. Den klassiske situasjonen som vi så nå, der en gjenstand man trodde var helt ordinær, viser seg å være helt unik og svært verdifull, kan på samme måte få utslag i at en gjenstand blir erklært falsk og verdiløs, til like stor skuffelse for den besøkende. Andre gjenstander kan være mystiske med skjulte rom og koder, som må ”avsløres” eller ”demonstreres” for å komme til sin rett igjen.






I alle disse tilfellene skjer det en forandring fra begynnelsen av scenen til slutten av scenen. Antikvitetseksperthenes granskende blikk har forvandlet gjenstanden, og for de besøkende er det nærmest som et mirakel. Slik ser vi gjenstanden i et nytt lys, og det er disse forandringene som driver programmet fremover – fra scene til sekvens og videre til episodens hovedfortelling. Gjenstanden er hele tiden i sentrum for handlingen.







Vi skal studere klippet igjen. Denne gangen deler jeg det opp etter de fem stegene i evalueringen, og jeg vil prøve å peke på noen av virkemidlene som benyttes. I tillegg presenterer jeg her en *découpage* – et skjema som viser en oversikt over scenen som helhet. En *découpage* er det motsatte av en *montage*, som er det programskaperne gjør når de setter sammen programmet.³⁷ Her tar jeg altså programmet fra hverandre igjen, og viser til de delene det består av. Scenen består av 21 ulike klipp, og skjemaet viser tidsmerke for hvert enkelt klipp, utsnitt, kameraføring og dialog.






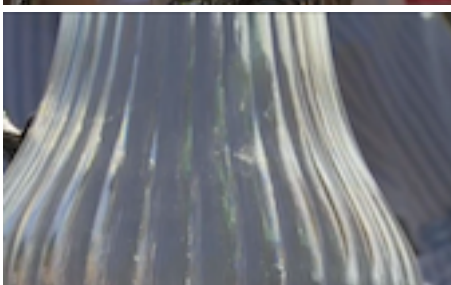
³⁶ Egen oversettelse.





³⁷ Bordwell 1997, 52.

Figur 2. Skjema for analysen

<i>Tid</i>	<i>Figur</i>	<i>Dialog</i>	<i>Kamera</i>
1 03.46 Nærbilde		A: So what have we got here then?	
2 03.48 Oversikt		B: We have a pewter-mounted claret jug...	
3 03.51 Halvnært bilde		...um, that's really all I can tell you about it – we actually have two... A: Okay B: ... but we only brought one today.	Kameraet kjører mot høyre og fokuserer på besøkeren.
4 03.57 Nærbilde		A: Okay, and where do they fit into your life? B: They've always been in the house; they've always belonged to my father from around the 1950s...	Kameraet panorerer fra bunnen av kannen...
5 04.01 Nærbilde		...they've always been there and...	...til toppen.

<i>Tid</i>	<i>Figur</i>	<i>Dialog</i>	<i>Kamera</i>
6 04.05 Halvnært		A: Been around. B: ...we really don't know anything about them. A: Okay.	Kameraet kjører til venstre og vi får et totalbilde igjen.
7 04.11 Halvnært		A: Well look, um, there's an awful lot that hangs on the metal of a claret jug, the glassware is really good on this.	Andy McConnells navn vises på skjermen.
8 04.26 Nærbilde		Its very pure cut crystal, of a nice quality, the date is about 1875, and if it's as you say a pewter claret jug it's going to be worth about £80.	Gjentagelse av panoreringen fra 03.57 med overtilt - fugleperspektiv.
9 04.32 Halvnært		If on the other hand, it's made of silver, it's going to be worth a lot more. And we're going to have a little go, here... (tar opp sølvpuks og en pusseklut)	Kameraet panorerer ut til total.
10 04.53 Halvnært		B. Well I don't think its silver. A: Well I just want to have a go, because its not often, you know, it, my mother was obviously in service, for some time, um...	Kamera kjører inn til McConnell...
11 04.59 Halvnært		But this is the first time that I am cleaning somebody else's metal... for free! B: Good for you! (ler) A: And I will have, see, what happens with...	...og bak McConnell...

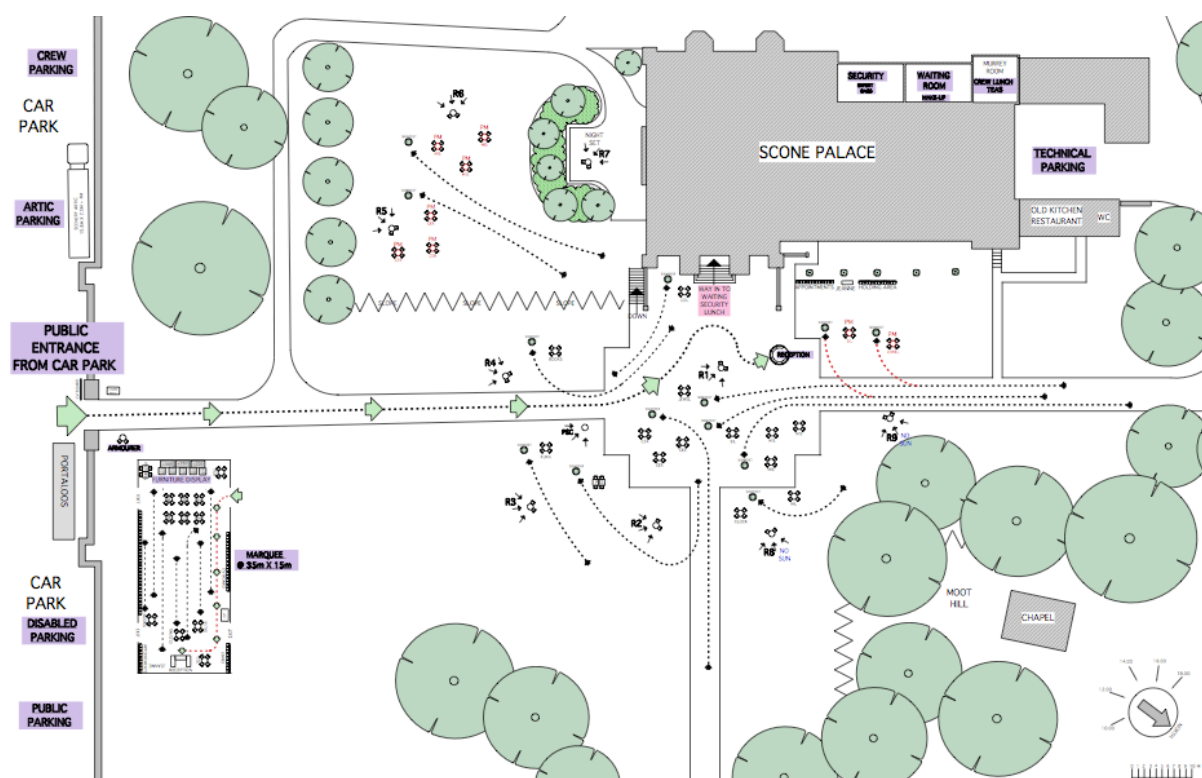
<i>Tid</i>	<i>Figur</i>	<i>Dialog</i>	<i>Kamera</i>
12 05.13 Halvnært		...pewter is that the colour stays on, you can't clean the colour off, whereas with silver... (løfter kluten) ...you start taking off filth – oxidized metal, so as I...	...og foran McConnell igjen.
13 05.29 Nærbilde		...rub away here, and turn that around – what does that look like? B: A little bit shiny.	
14 05.31 Nærbilde		A: Yeah, and what do you think, can you see a little thing there? B: I haven't got my glasses on,	
15 05.37 Ultra-nært		A: Well, I'll tell you it's called a hallmark... B: Right, okay...?	
16 05.40 Nærbilde		A: ...and that hallmark says its French, and its from the Baccarat factory one of the greatest glassworks of the world and it dates from about 1875	Kameraet zoomer inn på stempelet.
17 05.49 Nærbilde		B: Oh, okay...? A: What you have is a pair of silver mounted claret jugs, as opposed to the pewter ones that you described to me.	Panorering fra bunnen av kannen...

<i>Tid</i>	<i>Figur</i>	<i>Dialog</i>	<i>Kamera</i>
18 05.52		And as I say there is a huge difference in the price of the metal...	...til toppen som før, denne gang froskeperspektiv.
19 06.02 Nærbilde		...cause pewter is go'nna be £80 a piece; silver – £2500 a pair! (Latter i publikum)	
20 06.05 Halvnært		B: Wow! I don't know what else to say I'm... A: Shocked? B: ...dumbfounded! Yeah I'm shocked, but I'm... speechless and that's... unusual for me! (Ler)	
21 06.22 Oversikt		Oversiktsbilde markerer at scenen er slutt.	

Steg 1:

Scenen begynner med et nærbilde av kannen (1). Den er plassert på en liten pidestall av plexiglass med Antiques Roadshows logo – et eksempel på programmets paraverk. Glass-ekspert Andy McConnell spør den besøkende hva hun har med seg, og det klippes til et åpningsbilde av gjenstanden i midten, eksperten til venstre og eieren til høyre i halvnært utsnitt (2). Deretter panorerer kameraet til høyre og fokuserer på eieren idet hun skal fortelle det hun vet (3). Her kommer også store deler av publikum godt frem, og vi kan gjenkjenne Moot Hill i bakgrunnen. Mens hun forteller vises nærbilder av kannen, gjennom vertikal kjøring fra bunnen av kannen til toppen utført med normal tilt (4-5).

Her blir det tydelig at scenen spilles inn med *ett* kamera. Da jeg så innspillingene i Skottland brukte de tre kamerateam, hvorav to var ganske mobile team med bare ett kamera, og det siste var et mer stasjonært team med to eller tre kameraer, avhengig av hvor mange ansikter som skal fanges opp. Alle teamene flytter til nye plasseringer flere ganger i løpet av dagen. Dette ble gjort for å få mest mulig ut av innspillingsstedet, og for å utnytte dagslyset maksimalt:



Figur 3 Et utsnitt av planen for filming ved Scone Palace.

Fordelen med å filme med ett kamera er at man kan flytte seg raskt fra et sted til et annet. Ulempen er at man bare kan filme én ting av gangen. I en normal samtale kan man derfor bare filme det ene ansiktets reaksjon. Da har man valget mellom å velge hvem man skal filme i de ulike delene av samtalen (som i denne scenen), eller spille inn samtalen to ganger, og forsøke å gjenta det man sa første gang. Det siste alternativet medfører selvfølgelig at man mister spontaniteten, og brukes derfor sjelden.³⁸

Kameraet som brukes i denne scenen er et *steadycam*, et kamera som holdes av en kameramann og derfor er ganske mobilt. Det er på forhånd bestemt hvem av de to aktørene, eksperten og den besøkende, kameraet skal rettes mot til enhver tid. Klippene som vises i løpet av scenen med nærbilder av vinkannen er derfor filmet etterpå, og da er kameraet plassert på stativ. Alle innspillingssituasjonene avsluttes med at man filmer nærbilder, panoreringer og håndbevegelser med gjenstanden på nytt. Dette blir deretter klippet inn, og man bruker lydsporet fra den første, spontane, samtalen. Resultatet blir en scene som ser ut som den er spilt inn med flere kameraer, men som i virkeligheten er spilt inn med ett. Dersom det brukes to eller tre kameraer, er det allikevel vanlig at man filmer nærbildene til slutt, ettersom det krever justering av kameraet som tar litt tid. I scenen vi undersøker her begynner man nettopp med et slikt nærbilde av kannen (1). Etter at eieren har fortalt det hun vet om vinkannen, flytter kameraet seg til venstre og fokuserer på glass-ekspert McConnell, dermed er vi over i steg 2.

Steg 2:

Dette steget begynner nesten utelukkende med at ekspertens navn dukker opp på skjermen. Det skjer samtidig som eksperten "tar ordet" (7). Foruten at dette er informativt, er det med på å etablere ekspertens autoritet. Dette er et språk som tv-seere kjenner igjen fra for eksempel nyhetssendinger, der reportere, kommentatorer, og viktige gjester som intervjues får navnet sitt nede på skjermen. På den måten peker man ut hvem som er viktig, og hvem man skal lytte til. Dette bygger altså på tidligere medieerfaringer. I Antiques Roadshow er det bare ekspertene og programleder Fiona Bruce som får navnet sitt på skjermen.

Andy McConnell forteller det han kan si om kannen. Mens han forteller får vi en gjentagelse av kameraets vertikale kjøring i kannens lengde, denne gangen ser vi kannen i overtilt, fugleperspektiv (8). På den måten trekkes oppmerksomheten mot nye detaljer på kannen – vi ser det formskårede krystallets bølgeform mot bordet, og dekorasjonene på

³⁸ Samtale med John Neal, lysinstruktør. Scone Palace 09.07.2013.

lokket blir tydeligere. Dette skjer samtidig som McConnell forteller om noen av disse kvalitetene. Hans forarbeid har i virkeligheten startet mye tidligere, da han eller en av hans kolleger først fikk vite at kannen var blitt godkjent for tv av produsenten. Når en ekspert finner en gjenstand de synes er interessant, fyller de ut et skjema med informasjon som blir lagt frem for produsenten. Hvis det blir godkjent for filming av produsenten blir de besøkende satt i et venteområde der de får servert te, og gjenstandene blir plassert i et bevoktet rom. Deretter venter de på ledig filmtid, og det er i dette tidsrommet at ekspertene har muligheten til å finne ut mer om gjenstandene ved hjelp av bøker, internett eller de andre ekspertene. Når man kjenner til denne omfattende bakom-prosessen, blir det tydelig at glass-ekspert Andy McConnell har holdt kortene tett til brystet overfor eieren av kannen. Han har ikke avslørt prisvurderingen, og han har attpåtil fått tak i rekvisitter som han skal bruke for å skape en dramatisk effekt – en pusseklut og en flaske sølvpuss.

Før han går løs med pussekluten, fullfører McConnell de fem stegene jeg har satt opp, og vurderer gjenstanden til £80. Men dette var bare en avledningsmanøver som skulle bidra til å forsterke den første spenningstoppen, idet han avslører for seerne at det i virkeligheten dreier seg om et par kanner i sølv, når han løfter opp pussekluten og avslører at den har blitt svart. Dermed er vi tilbake på steg 3.

Steg 3:

Nå tester McConnell eieren av kannen, for å se om hun har kjøpt hans teorier. Han snur kannen mot henne og peker på feltet han har pusset. Her klippes det inn et nærbilde av det pussede sølvlokket (13). Eieren vil imidlertid ikke vedgå at lokket kan være av sølv. Hvorfor hun ikke lar seg overbevise kan jeg bare spekulere i, kanskje har hun sett mange nok episoder av Antiques Roadshow til å vite at dersom noe ser for bra ut til å være sant, så er det ofte det. Uansett er det en gavepakke til produsentene, eierens tvil lager en spenning i scenen, og gjør det mulig for McConnell å skape enda en spenningstopp. Han fortsetter å overbevise henne ved å henvise til stempelet. Først peker han på det, og spør om hun kan se det. Hun svarer at hun ikke har brillene på seg – uten å vite det underbygger eieren igjen handlingen. Hun har ikke brillene på seg – men det har McConnell, og forholdet mellom ekspert og besøkner blir dermed etablert nok en gang. Deretter får vi et ultranært bilde av stempelet (15). Det klippes tilbake til nærbilde og deretter brukes zoom for første gang idet kameraet zoomer inn på stempelet (16). Dette er med på å markere den andre spenningstoppen, som bygger opp mot eierens reaksjon i steg 4.

Steg 4:

Idet McConnell bekrefter at kannen er av sølv, får vi den tredje vertikale kjøringen av kannens lengde, også denne gangen fra bunnen til toppen, men nå med undertilt, froskeperspektiv (17-18). Poenget med dette er at tilt ofte brukes for å vise verdiperspektiv i filming. Et eksempel kan være en scene hvor en person får kjeft av sin overordnede. Det er en situasjon hvor maktposisjonen er tydelig. I en slik scene brukes froskeperspektiv når den overordnede er i bildet – slik at vi ser opp til personen som har makten, og fugleperspektiv når den underordnede er i bildet – slik at den overordnede ser ned på den underordnede. Slik markerer tiltingen verdiperspektiv.

Bruken av tilt i vår scene er altså med på å understreke vinkannens forvandling fra en enkel tinnkanne, til en ekte sølvkanne fra den franske produsenten Baccarat. Når eieren får høre at lokket har et stempel, ser man på hennes reaksjon at hun begynner å tro på at kannen faktisk kan være av sølv. Dette vil selvfølgelig innebære en mye høyere prisvurdering, og det er denne forestilte situasjonen som manifesterer seg i hennes reaksjon. Det spenningskurven ender opp i er den endelige prissettingen. Det er det narrative, og kanskje det emosjonelle målet med evalueringsscenen i programmet. Dette henger sammen med at programmet egentlig ikler seg auksjonens form. En gjenstand presenteres, proveniensen blir oppgitt, og så kommer utropsprisen. Deretter stiger spenningen for hvert bud som kommer inn. Den spenningskurven vi ser i scenen fra Antiques Roadshow er spenningskurven i en spennende auksjon, men budkrigen er her byttet ut av små hint og detaljer knyttet til gjenstandens kvaliteter som kulminerer i det øyeblikk hvor ekspertene avslører sin prisvurdering for eieren og publikum. Dette fokuset på markedsverdi, og hvilken funksjon det spiller i programmet skal jeg se nærmere på i drøftingen.

Steg 5

Herfra er det enkelt for McConnell å avsløre at kannene i virkeligheten er verdt mye mer. For å forsterke spenningen ordlegger han seg slik: "En kanne med tinnlokk er verdt rundt £80, et par kanner med sølvlokk kan være verdt £2500!" Dermed blir hoppet i verdi størst mulig, i stedet for å si at to kanner i tinn ville være verdt £160, eller en kanne i sølv ville være verdt £1250. Kameraet klipper til eierens reaksjon (20). Klippet er langt, på nesten 15 sekunder, og eieren får god tid til å reagere. Her blir det også et samspill med publikum, noen ler og flere av de har opplevd den samme spenningen som eieren. Hennes reaksjon er såpass god at den får lov til å avslutte scenen. I andre tilfeller kan det forekomme at publikum avslutter med

applaus, for eksempel hvis noen har gjort et kupp på loppemarked eller lignende, eller evalueringen kan avsluttes med en nyansering. Dette avhenger av hvordan gjenstanden ble vurdert. Det kan for eksempel skje dersom det dreier seg om gjenstander som har høyere affeksjonsverdi enn markedsverdi. Jeg kommer nærmere inn på dette i drøftingen av gjenstandens funksjon.

Alt i alt ble dette en svært vellykket scene. Kombinasjonen av et spennende objekt med skjulte kvaliteter, McConnells show-faktor, og en eier som må overbevises og dermed forsterker reaksjonen, gjorde dette til en god og spennende scene i programmets målestokk. Det er derfor ikke overraskende at den får åpne episoden.

3.1 Analyse del 2:

Vi har altså sett på noen av de virkemidlene som brukes i en enkelt scene av programmet. Jeg har redegjort for hvordan innspillingen fungerer, og hvordan gjenstandene blir valgt ut. Jeg har også identifisert noen av de filmatiske virkemidlene, og hvorfor disse virkemidlene er valgt. I den neste delen av analysen vil jeg gå nærmere inn på noen av disse virkemidlene, og undersøke deres funksjon i programmet. Jeg vil spesielt se nærmere på ekspertene, publikum og innspillingsstedet.

Glass-ekspert Andy McConnell leker med konvensjonene i programmet i denne scenen, og i en gjennomgang av de ulike virkemidlene må jeg påstå at han er et av de største virkemidlene i denne scenen. Hans opptreden spiller på alle seernes forventninger, og vitner om en antikvitetseksperter med stort formidlingstalant. Han er klar over at publikum kjenner han, han har vært med i programmet siden 2005, og tar seg derfor store friheter i formidlingen. Hver spenningstopp i monologen hans følges av vedkjennende nikk og smil fra publikum, som jeg vil påstå at er det andre store virkemiddelet i scenen.

Tradisjonelt i Antiques Roadshow er publikum plassert i mellomgrunnen i bildet. I praksis fungerer dette slik at noen regiassistenter aktivt spør besøkende på innspillingsdagen om de kunne tenke seg å være publikum under en av evalueringene. Her blir alle invitert til å delta, unntatt de som har hvite klær – det ødelegger lyssettingen! Publikummet er med andre et av programmets paraverk, de er plassert i utsnittet med overlegg, for å skape Antiques Roadshows gjenkjennelige scenografi. I tillegg hjelper de oss som tv-seere å bli trukket inn i programmet, ved at vi gjenkjenner oss i de som *ser*. Dette grepet gjør at vi også tillater oss å

se med andre øyne, og investerer oss emosjonelt i programmet. Å bringe publikum inn er altså et virkemiddel som bidrar til tv-seernes utbytte av formidlingen som skjer.

Det hjelper selvsagt også at det er vanlige folk som har med seg gjenstander til evaluering. Det er ofte besøkernes som utgjør hovedformidlerne av gjenstandene, og det de bringer med seg inn i historien er det opp til eksperter å bruke eller moderere. I likhet med et museum er BBCs innspillingsdager åpent for alle, og det er gratis inngang til Antiques Roadshow. Bakgrunnen er BBCs formålsparagraf, der det står at BBC eksisterer for å tjene folkets interesser, og dets formål er å promotere utdanning og læring, stimulere kreativitet og styrke samfunnsånden.³⁹ Her kan vi trekke en linje til ICOMs museumsdefinisjon, hvor det står at museer ikke skal være basert på profitt, tjene samfunnet og dets utvikling, samt være åpent for publikum.⁴⁰ Åpenhet og tilgjengelighet er derfor samfunnsorienterte mål som gjør Antiques Roadshow enklere å sammenligne med museer.

Et annet virkemiddel er det visuelle uttrykket, som jo publikum også er en del av. Kort fortalt består Antiques Roadshow av en minimal scenografi. De har enkle bord i frosted plexiglass, og forskjellige små pidestaller og glassholdere som kan settes frem til filming av forskjellige typer gjenstander. Av rekvisitter som skal brukes av de besøkende på selve dagen har de en resepsjonsdisk, skilt plassert sammen med en busk i store blomstepotter, og sittegrupper med parasoller som brukes til de ikke-filmede evalueringene. Dette er ikke egentlig en del av tv-scenografien, men er ofte synlig i bakgrunnen eller andre steder i bildet. Ekspertene har ikke uniformer eller avtalt klesdrakt, de er fri til å kle seg som de vil og det blir ikke heller ansett som en del av det visuelle uttrykket.⁴¹ I stedet baserer scenografien seg på den gjenkjennbare kombinasjonen ekspert+gjenstand+besøkende, publikum i mellomgrunnen, og bakerst skal man kunne skimte innspillingsstedet. Dette oppsettet er med på å konstituere programmet som Antiques Roadshow, og kan derfor kalles programmets paraverk.

Andre måter programmet kan trekke oppmerksomheten mot seg selv er i små sekvenser mellom scenene, hvor de viser folk som står i kø, resepsjonsområdet, eller antikvitets eksperter som undersøker en gjenstand. Bildene kan også vise viktige elementer på innspillingsstedet. Disse små sekvensene kan være akkompagnert av musikk, og skaper små

³⁹ The Royal Charter for the continuance of the British Broadcasting Corporation. 2006, Incorporation and purposes, 3, 4. ” The BBC exists to serve the public interest.” og videre: ” The Public Purposes of the BBC are as follows— (a) sustaining citizenship and civil society; (b) promoting education and learning; (c) stimulating creativity and cultural excellence...”

⁴⁰ ICOMs statutter, paragraf 3.

⁴¹ Samtale med Olwen Gillespie, PR-ansvarlig. Scone Palace 09.07.2013.

”pustepauser” i programmet som bidrar til å styre seerens oppmerksomhet mot den neste scenen. Det kan også være bilder fra området, til og med bilder av folkene bak kamera, eller kameraene selv! I svenske Antikrundan brukes ofte en sekvens hvor en av ekspertene går raskt gjennom køen, småprater med folk, og kikker overfladisk på hva de besøkende har med seg. Alle disse ”pustepausene” har samme formål, de er med på å skape luft i narrative, og de bekrefter at det er nettopp Antiques Roadshow vi ser på. Et annet eksempel på dette er når eksperten Christopher Payne mot slutten av episoden fra The Scottish National Gallery of Modern Art viser programleder Fiona Bruce en høvel med inskripsjonen A. Negus som noen har tatt med. Denne skal da angivelig ha tilhørt Arthur Negus, den første programlederen av Antiques Roadshow, som var utdannet møbelsnekker. At dette blir inkludert som en egen scene sier noe om programmets selvbilde. Produsentene bak dagens program er kjent med dets lange historie, men de antar også at seerne har visse forkunnskaper. Det kan være tidligere informasjon om programmet, slik som at Arthur Negus engang var programleder og derfor et relevant tema å ta opp, eller forkunnskaper fra tv-historie generelt. Dette gjelder både Antiques Roadshow og Antikrundan i år, da de begge har jubileum, og viser i den forbindelse gamle klipp og lignende i egne segmenter i programmet. Slike segmenter kan kalles tv-programmets paraverk, ettersom de er selv-refererende og viser oss at det er nettopp Antiques Roadshow vi sitter og ser på. I museumsverdenen kan dette for eksempel sammenlignes med en utstilling i et museum som forteller om institusjonens historie, eller om historien til museumsbygningen, samlingen, etc.

Stedet man besøker i den enkelte episode, er en viktig del av programmet. Til forskjell fra eksempel SVTs Antikrundan, bruker ikke produsentene av Antiques Roadshow messehall, idrettsarenaer og lignende som *location*. Programmet spilles i stedet inn på steder som har noe unikt eller særegent ved seg, og det er viktig at hele Storbritannia blir representert. I hver episode av programmet presenteres innspillingsstedets historie, og Antiques Roadshow låner på denne måten stedenes karakter, autenticitet og autoritet. Selve vurderingen av gjenstandene, skjer i omgivelser som har et spesielt ”tv-vennlig” utseende. Det kan være historisk, arkitektonisk, landskapsmessig osv. I scenen vi ser på fra Scone Palace, ser vi en liten høyde med et kapell i bakgrunnen. Det er i seg selv tv-vennlig nok, men dersom vi hadde hatt forkunnskaper om skotsk historie, som mange av tv-seerne i Storbritannia har, ville vi gjenkjenne dette som Moot Hill. For å forstå hvorfor dette er en viktig dimensjon, tar

vi et kort blikk på innspillingstedet: Scone Palace utenfor byen Perth, som ligger et par timer nord for Edinburgh.

Slottet som står på Scone i dag har en ganske ung historie. Det er et slott i georgiansk gotikkstil, og ble påbegynt i 1802. Under middelalderen lå det et stort augustinsk kloster på området, som i dag kun gjenstår som ruiner. Men det som gjør at stedet får nasjonal betydning, er at Scone Abbey var kroningsstedet for Skottlands konger fra 800-tallet frem til kroningen av Kong Karl den II i 1651. Sentralt i kroningsritualet stod *The Stone of Scone*, eller *The Stone of Destiny*, som den også kalles. Opphavet til steinen er usikkert og omgitt av myter. Den var plassert like ved katedralen på Moot Hill. Steinen er imidlertid ikke der lengre, den ble fjernet av Edward I som gjorde seg selv til konge av Skottland i 1296, og han brakte steinen til Westminster Abbey der den ble plassert i en spesialbygget kroningsstol.⁴² Dette gjorde han for å symbolisere at han nå var konge over både England og Skottland. Slik ble steinen et symbol på den engelske monarkens herredømme over Skottland. Steinen ble værende i Westminster Abbey i 650 år, helt frem til første juledag 1950. Da brøt en gruppe skotske studenter seg inn i kirken for å ta steinen tilbake til Skottland. Det greide de, men steinen gikk i stykker underveis, sannsynligvis var dette på grunn av eksisterende skader i steinen. De skjulte den i Kent i noen uker, deretter fikk de brakt den til Glasgow, der den ble reparert. Deretter ga studentene steinen til den skotske kirken, i den tro at de ikke ville overlevere den til politiet. Men så snart politiet fikk vite hvor steinen befant seg hentet de den og brakte den tilbake til Westminster Abbey. Her tror noen at steinen kan ha blitt byttet ut – og eldre historier forteller at abbeden av Scone Abbey skal ha laget en kopi av steinen allerede i middelalderen, for å beskytte originalen. Dersom disse teoriene er sanne ville altså dagens stein egentlig være en kopi av en kopi. Uansett – i 1996 ble steinen endelig returnert til Skottland gjennom en stor overleveringsseremoni, for å oppbevares der permanent. Den ligger i dag oppbevart på Edinburgh Castle, sammen med Skottlands kronjuveler. For å bevare steinens funksjon som kroningsstein, er det gjort avtaler om å frakte den til Westminster Abbey under de neste kroningene av Storbritannias regenter. Alle disse historiene gjør Scone til et symboltungt sted for Skottland, og en perfekt innspillingssituasjon for Antiques Roadshow. Det er først og fremst pga. godsets historie som kroningssted for de skotske kongene og mytene som verserer om kroningssteinen at Scone er såpass kjent i dag.

⁴² Heritage of Scotland 2014. ”The People and Culture of Scotland”.

I scenen med vinkannen er det Moot Hill vi ser i bakgrunnen. Dette foranker scenen underveis. Selve scenografien – et enkelt bord, er utført svært minimalistisk. Antiques Roadshow er derfor nettopp avhengig av innspillingsstedets funksjon som ”setting” for å bli *gjenkjent* som seg selv. I de fleste tilfeller innebærer dette filming utendørs, noe som også medfører at innspillingsstedet kan få direkte konsekvenser for tv-programmet, gjennom værforandringer og andre ukontrollerbare elementer som blir en del av programmet uten å være regissert. Et eksempel på dette var at det under innspillingen ved Scone Palace var det en påfugl på området. Den vises i noen av oversiktsbildene, men problemet var den høye skrikelyden som denne fuglen lager. Da den skrek i tide og utide, ble dette registrert ved alle de tre kamerateamene på området. Lyden gjorde det visstnok veldig vanskelig å klippe sammen materialet etterpå.⁴³ Dette ble delvis løst ved at programleder Fiona Bruce kommenterte påfuglen i en av scenene, og bilder av påfuglen ble også brukt som ”pustepauser” mellom scenene underveis i programmet. Dermed fikk man introdusert fuglen som en del av scenografien. På den måten mente produsentene at den ikke ville ta unødvendig oppmerksomhet fra resten av programmet. Slik ble fuglelyden i stedet et virkemiddel i programmet, som forankrer oss i slottets hage. Dette er en tankegang som gjennomsyrer produksjonen av programmet, å spille på de elementene som finnes tilgjengelig. Alle disse ulike delene; ekspertene, publikum, scenografien og programmets paravek, tilknytningen til sted og kameraets virkemidler – utgjør til sammen programmets stil. I tillegg blir stilen formet av oppbyggingen av hele episoder, som følger et gjenkjennelig mønster. Dette skal jeg se nærmere på nå. Som jeg var inne på tidligere er det forventningen om gjenstandenes forvandling som driver hver enkelt scene fremover – og dette er også tilfelle for episodens hovedfortelling, eller *grand narrative*.

3.2 Valsetakt – Episodens hovedfortelling

At en episode av Antiques Roadshow kan ha en hovedfortelling er kanskje en selvmotsigelse. Hele konseptet er i utgangspunktet bygget på tilfeldighet, og produsentene vet ikke hva slags besøkende eller hva slags gjenstander som dukker opp i løpet av innspillingsdagen. Allikevel blir det lagt noen føringer for hva programmet skal handle om, og disse er for det meste knyttet til innspillingsstedets karakter. Metoden kan sammenlignes med teaterimprovisasjon, der temaet kan være avtalt på forhånd, men handlingen blir til underveis. Den som har det endelige ansvaret med å sy episoden sammen til en god hovedfortelling er programmets

⁴³ Samtale med Outside-broadcast regissør Simon Brant. Scone Palace 09.07.2013.

showprodusent Simon Shaw, som i samtale med meg⁴⁴ bekreftet at når alt kommer til alt handler programmet om gode historier. Bare historiene er gode nok, vil hovedfortellingen komme av seg selv.

Nå skal det for nyansenes skyld nevnes, at produsentene avtaler gjenstandsevalueringer med et par besøkende på forhånd før de reiser til et innspillingssted. Dette er av praktiske hensyn, de gjør det for å sikre at de har noe å filme på begynnelsen av dagen, og det er slett ikke sikkert at disse forhåndsinviterte besøkene blir med i den endelige episoden. I tillegg får man noen ganger besøk av ikke helt ordinære besøkere. I episoden fra Scone Palace dukker for eksempel Lady Stormont of Scone opp på slutten, og viser frem to gjenstander fra slottet, et maleri og et skrivesett. Denne typen innslag blir ofte mer regissert enn de spontane besøkene, og er selvfølgelig med på å forme hovedfortellingen. Etter å ha sett flere episoder av Antiques Roadshow, har jeg sett at en vanlig form de bruker er å ta opp hovedtematikken 3 ganger i løpet av en episode. Første gangen tar man en grundig innføring i temaet, og dette er det som regel programlederen som står for, deretter bringer man opp igjen temaet på en subtil måte hver gang det passer i løpet av dagens innspillinger og ulike gjenstander. De beste av disse scenene plasseres ved kritiske punkter i episoden, for å holde interessen oppe hos seeren. Det blir en slags valsetakt, med en tung innføring først, fulgt av to lette påminnelser, plassert på kritiske tidsmerker i episoden. Det er som regel etter 20 minutter og etter 40 minutter av programmet, altså ved 1/3 og 2/3 av programmet. Etter 40 minutter kommer som regel et fast innslag, som denne sesongen⁴⁵ har vært Rouges Gallery, der programlederen sammen med en ekspert prøver å avsløre hvilken av fire like gjenstander som er en forfalskning. Rundt dette faste innslaget pleier det å dukke opp en gjenstand som passer til episodens hovedfortelling. Det kan vi se i den første episoden fra Scone Palace:

Episoden åpner med programleder Fiona Bruce sin presentasjon av slottet, og fokuserer deretter på historiene rundt The Stone of Scone. En kopi av steinen står i dag på høyden Moot Hill rett utenfor Scone Palace der man regner med at den engang stod, og det er her Bruce starter sin innledning. Historien suppleres med illustrasjoner av den gang steinen ble fjernet av Edward I, og avisutklipp som viser nyhetssaker om steinens bortføring fra Westminster i 1950. Deretter prøvesitter Bruce en kopi av kroningsstolen inne i på Scone Palace. Sekvensen etablerer den historiske viktigheten eller særegenheten til Scone Palace, og tilrettelegger for at stedets symbolverdi kan refereres til underveis i programmet. The Stone

⁴⁴ Samtale med showprodusent Simon Shaw. Edinburgh 11.07.2013.

⁴⁵ Antiques Roadshow 2013. Sesong 36.

Figur 4: Noen bilder fra åpningsscenen fra Scone



of Scone er et av de sterkeste nasjonale symbolene Skottland har,⁴⁶ og diskusjonen rundt Skottlands plass i unionen det siste årene har bidratt til å bringe den frem i bevisstheten til mange skotter igjen. Kanskje er det derfor BBC her velger å vie plass til dette nasjonale symbolet. De er jo nettopp kringkastere for hele unionen, og er forpliktet til å gi en nøytral formidling av historier som dette. Det skotske perspektivet preger de to episodene fra Scone Palace, og programleder Fiona Bruce påpeker nettopp den aktuelle situasjonen i den første av de to.⁴⁷ Et mer utradisjonelt innslag fra samme episode er når hun halvveis i sendingen intervjuer showets lydmann, fordi hans far, en røntgenekspert, fikk i oppdrag å autentisitere steinen i 1973. Den virkelige steinen ble antatt å inneholde tre metallstaver, en reparasjon utført på steinen etter at den hadde blitt skadet under bortføringen fra Westminster Abbey i 1950. Disse stavene ble påvist i 1973, så man regner derfor med at steinen ikke ble byttet ut i 1950, som en populær konspirasjonsteori hevder. Poenget med dette innslaget er at det kommer etter 20 minutter, og treffer 1/3 inn i episoden. Det er dermed med på å opprettholde interessen hos den besøkende, og sporer oss inn igjen på episodens hovedfortelling: skotsk kongehistorie. Etter 20 nye minutter, 2/3 inn i episoden kommer det nettopp det faste innslaget *Rouges gallery*, og like etterpå får vi enda en skotsk nasjonalskatt: En gammel

⁴⁶ Skåden, Emma Margret. "Unfolding the kilt: En studie av skotsk identitet og kommersialisering av symboler for gruppetilhørighet" Masteroppgave i sosialantropologi (Universitetet i Tromsø, 2008), 3.

⁴⁷ "In the year that Scotland decides on its potential independence, what more fitting place to be than Scone Palace? Where the first Scottish council sat, more than a thousand years ago."

laugbok fra 1400-tallet fra Perth, som er nærmeste by. Av boken kan man lese mye om byens utvikling, men den inneholder også signaturer fra flere kongeligheter fra 1600-tallet, den første til å signere boken var James VI. Han var Mary Stuarts sønn, og arvet tronen etter at Elisabeth I av England døde i 1603. Det var altså en *skotsk* konge som overtok den *engelske* tronen og derfor ble han i England kalt for James I. Skottland og England ble dermed forent under en konge, men Skottland forble en egen stat med indre selvstyre og sitt eget parlament.⁴⁸ Etter hvert ble det tradisjon at regenter signerte laugboken når de besøkte Perth, og derfor inneholder den signaturer helt frem til dronning Elisabeth II. Det kan nevnes at episoden for øvrig inneholder flere lokale gjenstander og historier, men det at disse tre scenene er plassert så regelmessig i episoden, og alle henviser så sterkt til ulike sider ved Skottlands historie, og spesielt unionen med England, mener jeg underbygger min påstand om at disse scenene er med på å bygge opp en hovedfortelling om skotsk storhet og skjebne under unionen med resten av Storbritannia.

Virkemidlene som tas i bruk for å fortelle denne hovedfortellingen er altså utvalgte gjenstander, som plasseres i et bestemt mønster innenfor episoden. I tillegg bruker man sentrale motiver som bakgrunn i resten av programmet, som i scenen med vinkannen, som er filmet foran Moot Hill. Dette er med på å skape en bevissthet hos seeren om en større historie enn de mange småscenene, og det viser oss hvilket formidlingsrepertoar tv-programmer som dette har. Den aktive bruken av stedets egen karakter og historie, må derfor sies å være et viktig virkemiddel, og en sentral del av Antiques Roadshows stil. Samme type utvalgsprosesser finner vi i museumsutstillinger, og her kommer et aktuelt eksempel: Den skotske tematikken har vært langt fremme i bevisstheten til museer i Skottland, og det har vært flere utstillinger med skotsk tematikk enn før, som følge av folkeavstemmingen om selvstendighet som ble holdt i november 2014. En av de mest omtalte nye utstillingene under mitt feltbesøk i Skottland sommeren 2013, var den nye utstillingen på The National Museum of Scotland: "Mary, Queen of Scots". Dette var den mest omfangsrike utstillingen om den skotske dronningen noensinne, og bidro sannsynligvis til at nasjonalmuseet kunne skilte med publikumsrekord – et besøkstall på 1 768 000 i løpet av et år (for hele museet)⁴⁹. Til sammenligning er det beregnet at Antiques Roadshow sees av ca. 758 000 tv-seere i

⁴⁸ Heritage of Scotland 2014. "The People and Culture of Scotland".

⁴⁹ Tourism Intelligence Scotland 2014. "Over 32 Million Visits to Scotlands Visitor Attractions in 2013"

Storbritannia hver uke⁵⁰. I utstillingen ble Mary Stuarts liv formidlet gjennom tre tydelige milepæler i dronningens liv: hennes kroning som Skottlands dronning i 1543, i en alder av ni år; mordet på hennes privatsekretær i 1567, som til slutt førte til at hun ble satt i fangenskap den meste av tiden frem til sin død i 1587, som utgjorde avslutningen på utstillingen.⁵¹

”Mary, Queen of Scots”, viste en imponerende samling av gjenstander, men var altså inndelt i tre hoveddeler: en begynnelse, en midtdel og en slutt. Det er en tradisjonell oppbygging, og det er også den som er brukt i episoden av Antiques Roadshow fra Scone Palace: Den første scenen med skjebnesteinens historie, den midterste scenen med historien om hvordan steinen ble en brikke i 1950-tallets selvstendighetskamp, og det siste elementet med James Is signatur som starten på unionen, og Elisabeth IIs signatur som en påminnelse om at unionen fortsatt lever.

Når det gjelder Scone Palace er det som nevnt to episoder. Den første ble sendt 30. mars 2014 og var en del av sesong 36, mens del to ble sendt 05. okt 2014 og er en del av sesong 37. Hovedfortellingen i de to episodene henger ikke alltid sammen. Den andre episoden fra hver innspillingssted er mer en bonus, hvor man klipper sammen de gjenstandene som ikke fikk plass i første episode, allikevel har de ofte en sammenhengende tematikk, selv om det ikke alltid er like tydelig som i den første episoden. Den andre episoden fra Scone Palace starter med en historie om Dronning Victorias besøk i 1842. Rammen for denne episoden blir kongeligheter, og som forrige episode er det et stort fokus på Skottland. 20 minutter inn i episoden presenteres vi for en afrikansk kongekrone, og en eske som har tilhørt Napoleon Bonaparte. 40 minutter inn får vi se en stor samling *Monart* glass, en lokal produsent situert i Perth. Helt til slutt kommer scenen med gjenstander fra Scone Palace, presentert av Lady Stormont of Scone. Den andre episoden fra hvert sted avslutter vanligvis med et tyngre innslag enn den første.

For å verifisere teorien om at innslagenes plassering er faste og forholder seg til hovedfortellingen, vil jeg videreføre samme prinsipp til det andre innspillingsbesøket jeg gjorde i Skottland, nemlig innspillingen ved *The Scottish National Gallery of Modern Art* i Edinburgh. Her er tematikken tydelig gitt av hvor vi befinner oss, og hovedfortellingen i begge episodene er tydelig preget av kunst. I den første episoden forteller Fiona Bruce om dagens museumsbygning og dens historie. Ca 1/3 inn i episoden presenteres vi for et maleri av Jack Vettriano. En av Skottlands mest kjente populære kunstnere fra 1900-tallet. Eieren av

⁵⁰ Tv Rage 2014. ”TV ratings review, sunday 17th – monday 18th August”; The Guardian 2008. ”TV ratings: Antiques Roadshow pulls in priceless 8 million”.

⁵¹ Scottish National Museum 2013. ”Mary, Queen of Scots”

bildet kjente Vettriano, og han ble portrettert av kunstneren. 2/3 inn presenteres en skulptur av Pilkington Jackson, en av de mest kjente skulptørene i Skottland. Han kjempet i begge verdenskrigene og var involvert i byggingen av flere minnesmerker i hele Skottland. Alle tre delene har altså fokus på skotsk kunst og skotske kunstnere.

Den andre episoden fra Edinburgh starter med en nærmere introduksjon av den skotske kunstneren Eduardo Paolozzi, som er kjent som *selve* opphavsmannen til pop-art.⁵² Hans atelier er gjenskapt på museet, og sikkert nok er det et av hans verk som presenteres 1/3 inn i episoden: en skulptur av en padde med tre bein presentert av en venn av kunstneren. Like etterpå får vi se tre malerier av den skotske maleren Stanley Cursiter, presentert av hans egne barnebarn. 2/3 inn i episoden får vi et annet eksempel på skotsk kunst, nemlig kunsthåndverk: en samling snus-esker produsert i Skottland på 1800-tallet. Som den andre episoden fra Scone Palace, avslutter også denne episoden med en tyngre gjenstand: Et stort maleri av Themsen av den kjente skipsmaleren Charles Dixon.

I denne analysen har jeg sett litt på hvilke virkemidler Antiques Roadshow bruker i de enkelte scenene, og hvilke som brukes på episodenivå, for å fortelle en større historie. Etter å ha sett systematisk på de fire episodenes oppbygning, mener jeg å påvise at de følger et bestemt mønster. Det tydeligste mønsteret jeg kan se er det tredelte, der introduksjonen følges opp av to tematisk eller historisk beslektede gjenstander 1/3, og 2/3 inn i episoden, eller henholdsvis ca. 20 minutter og 40 minutter inn i episoden. Dette er med på å underbygge at tilsynelatende tilfeldige gjenstander plasseres systematisk i episodene for å passe inn i en større hovedfortelling. Jeg har også vist at det kan være grunnleggende likheter med den formen for historiefortelling som brukes i oppbyggingen av en tradisjonell utstilling, og den narrative rekkefølgen av gjenstander i Antiques Roadshow. Allikevel kan jeg ikke uten videre sidestille historiefordlingen i disse episodene av programmet med den historiefordlingen vi kjenner fra tradisjonelle museer. Den neste delen av denne studien blir derfor en drøfting av noen museologiske problemer for å bringe disse to verdenene nærmere.

⁵² Collagen "I was a Rich Man's Plaything" (1947) av Jack Vettriano blir betraktet som det første pop-art kunstverket, og det første som inneholdt ordet "pop".

4 Hvorfor fungerer Antiques Roadshow?

Til nå har jeg forsøkt å vise hvordan medieestetiske og museologiske perspektiver kan kombineres for å analysere et sammensatt objekt som Antiques Roadshow. Jeg har pekt på flere av virkemidlene som kan peke på programmets musealisering, men der likhetene fra før er mange, er det ofte viktig å velge ut noen sentrale. Det som mest knytter Antiques Roadshow til museumspraksis er programmets tilknytning til sted, det intense forholdet til gjenstanden, og fokuset på formidling. Disse tre elementene blir derfor gjenstand for nærmere drøfting i denne delen.

4.1 Steder

Museer er tradisjonelt stedbundne. Museumsarkitekturens historie viser oss hvordan man før tenkte på museet som stedfast og tidløst – på samme måte som minnesmerker, offentlige plasser, eller bygninger som er knyttet til statsdannelse og makt.⁵³ Den franske historikeren Pierre Nora har sett en tydelig kobling mellom sted og kulturarv. Hans begrep ”minneplass” eller *lieux de mémoire* på fransk, viser til de forskjellige måtene et sted kan konstituere vår kultur. I teksten ”*Between Memory and history: Les lieux de mémoire*”, som opprinnelig er forordet til et større verk om Frankrikes minnesmerker, setter han opp et skille mellom det han kaller ”minnemiljøer” (*milieux de mémoire*), og ”minneplasser” (*lieux de mémoire*).

Han innleder sin tekst med en påstand om at historien har akselerert i vår tid. Med det mener han at dagens mennesker er så opptatt av å produsere minner, at det derfor finnes så få igjen. Når minnemiljøer forsvinner blir de i stedet erstattet av bevisst konstruerte minneplasser: ”There are lieux de memoire, sites of memory, because there are no longer milieux de memoire, real environments of memory”.⁵⁴ Nora skriver at kulturen er knyttet både til fysiske steder som gravplasser, katedraler, slagfelt osv., og til ikke-materielle steder, som markeringer, feiringer eller andre ritualer som binder oss til fortiden. I teksten skiller han mellom *history*, som er den objektive beskrivelsen av historien, og *memory*, en mer individuell tolkning av historien, som baserer seg på tradisjon, og er sterkt knyttet til identitet. Disse to begrepene er *dikotomier*, to kategorier som er motsatser av hverandre, og brukes

⁵³ Marstine, Janet. ”Introduction”, i *New museum theory and practice: An introduction*, (Blackwell Publishing, Malden, 2008), 1-36.

⁵⁴ Nora, Pierre. ”Between Memory and History: Les Lieux de Mémoire” (Representations 1989. Nr. 26. Gjengitt av University of California Press), 7.

som analytiske verktøy i forsøket på å forstå hvordan, og hvorfor vår tid har blitt besatt av historiebruk og historiekonstruksjoner. Jeg har valgt å kalle de *minne* og *historie* på norsk.

Argumentet underbygger han med et skille som han mener har inntruffet mellom den gamle og den nye verden. Han tidfester ikke dette skillet spesifikt men peker på forsvinningen av bondesamfunnet som en viktig faktor. I den gamle verdenen eksisterte minne, men i den nye verden har historiens akselerasjon tvunget frem en innsikt i hvor skillelinjen går. Minne og historie henger sammen, men de er fundamentalt ulike og står i opposisjon til hverandre. Nora skriver at minne er levende – det utvikles stadig gjennom dragninger mellom minne og glemsel, det er ubevisst om sin kommende deformering, det kan slumre og våkne igjen. Historie derimot, er en rekonstruksjon av noe som ikke lengre finnes. Alltid mangelfullt og ufullstendig. Historie begrenser og utsletter minner. Dens ønske om objektivisering, distansering og mediering, skaper en kløft som får minnet til å kollapse, og historien seirer.

Der minne er et fenomen som binder oss til et evig ”nå”, er historie en representasjon av det som har vært. Minne er et emosjonelt og magisk sted som kan romme alt, mens historie er intellektuelt og sekulært, der analyse og kritikk er nødvendige bestanddeler. Minne betyr ikke noe for andre enn de gruppene som bindes sammen av det. Dermed kan det finnes like mange minner som det finnes grupper. Minne kan være individuelt og spesifikt, samtidig som det er kollektivt og mangefasettert. Historie tilhører alle og ingen samtidig, det har en generell og universell autoritet, og dets mål er å undertrykke og ødelegge minne.

Det fremste tegnet på splittelsen mellom historie og minne i vår tid ifølge Nora, er fremveksten av *metahistorie*, historiens egen historie om seg selv. Han mener at historikerne alltid har forsøkt å komme frem til en bedre og mer altomfattende historie, en *sann* og objektiv historie som kan utvide basen for det kollektive minne. Alle historikere har forsøkt å avsløre mytene hos sine forgjengere, men noe fundamentalt urovekkende skjedde når historien begynte å skrive sin egen historie. Når historien oppdager at den er offer for nettopp de minner den har forsøkt å bekjempe oppstår en ”historiegrafisk angst”.

It operates primarily by introducing doubt, by running a knife between the tree of memory and the bark of history.”⁵⁵

Denne angsten rammer særlig land der historien og kulturen er monogen. Der nasjonen ikke er under trykk, og der fred og velstand har ført til sekularisering. Det kan føre til at ”hellige”

⁵⁵ Nora 1989, 10.

objekter demonteres og dekonstrueres, og ikke lenger fungerer som base for innbyggernes kollektive minne.

*No longer a cause, the nation has become a given; history is now a social science, memory a purely private phenomenon. The memory-nation was the last incarnation of the unification of memory and history*⁵⁶

Pierre Noras eksempel er overgangen i hans eget Frankrike på 1930-tallet. Før dette skiftet inntraff var relasjonen mellom minne, historie og nasjon en naturlig sammenheng. De tre delene betinget hverandre: historien holdt nasjonens minne sammen i en kraftfull enhet. Den hellige nasjonen hadde en hellig historie, og gjennom nasjonen kunne franskmennenes minner hvile på hellig grunn. Nora mener at overgangen for Frankrikes del sammenfalt med den økonomiske krisen som fulgte den store depresjonen på 1930-tallet. Forbundet mellom stat og nasjon ble da erstattet av et forbund mellom stat og samfunn, og samtidig ble historien forvandlet fra den minnetradisjon den var til samfunnets selvbevissthet. Dermed mistet historien sin pedagogiske autoritet som verdiformidler. Når samfunn erstattet nasjon, gikk man fra legitimering gjennom fortiden, til legitimering gjennom fremtiden:

*One can only acknowledge and venerate the past and serve the nation; the future, however, can be prepared for: thus the three terms regain their autonomy.*⁵⁷

Hvis vi følger Noras argumentasjon, burde denne historiegrafiske angsten også kunne påvises i andre land. Sentralt i materialet jeg har undersøkt fra Antiques Roadshow står den skotske nasjonen og spenningsforholdet til den britiske unionen. Dette utforskes av Annie E. Coombes, professor i visuell og materiell kultur ved University of London i ”Museums and the Formation of National and Cultural Identities”. Her ser hun på hvordan ulike krefter i Storbritannia har forsøkt å forme en mer homogen nasjonal identitet, gjennom, blant annet, ideen om opprettelsen av et nasjonalt folkemuseum for Storbritannia. Denne ideen ble foreslått på begynnelsen av 1900-tallet som en følge av interne debatter i det britiske museumsforbundet – The Museums Association, og spesielt drevet frem av Henry Balfour. Han var sterkt inspirert av det Arthur Hazelius hadde fått til i Sverige med opprettelsen av Nordiska Museet og frilufsmuseet Skansen, begge i Stockholm. I sin tale til The Museums Association i 1909, uttalte han:

*What is required is a National Folk-Museum, dealing exclusively and exhaustively with the history of culture of the British Nation within the historic period.*⁵⁸

⁵⁶ Nora 1989, 11.

⁵⁷ Nora 1989, 11.

⁵⁸ Balfour, Henry. ”Presidential address to The Museum Association” i Bettina M. Carbonnel, *Museum studies: An anthology of contexts*. (West Sussex: Wiley-Blackwell, 2014).

Denne ideen vokste frem i en selvbevisst periode i Storbritannias historie. Coombes peker blant annet på The Education Act fra 1902 som bekreftet museene som en naturlig del av nasjonens utdanningsprogram, og de mange og populære internasjonale- og koloniutstillingene på den tiden. Disse utstillingene hadde drevet frem et behov hos de tradisjonelle museene om å aktualisere seg selv. På mange av disse utstillingene var ulike nasjoner og folk representert i små ”landsbyer”. Sammen med ulike afrikanske og indiske samfunn, var Skottland og Irland representert ved hver sin landsby.⁵⁹ Dette var ikke så langt fra formidlingen ved datidens etnografiske museer, men mye mer populært. Dette sammen med museenes bekreftede stilling som utdanningsinstitusjoner, førte til at museene måtte legitimere seg som den *autentiske* aktøren i dette formidlingsbildet. Det ble etter hvert utarbeidet en strategi kjent som ”The New Museum Idea”, som konstaterte at museer kunne ha den samme underholdningsfaktoren som andre aktører, men også tilrettelegge for vitenskapelige studier:

*The primary objective of this 'idea' was to 'afford the diffusion of instruction and rational amusement among the mass of the people' and only secondly 'to afford the scientific student every possible means of examining and studying the specimens of which the museum consists.'*⁶⁰

Dermed ble etnografiske samlinger, og kulturelle fremvisninger slik som de Skotske landsbyene, fanget mellom to stoler. De ble verktøy for nasjonens imperialistiske syn på selv, og representerte til slutt bare det britiske imperiets makt:

*The fact that a territorial of the British Empire, had no recognised status as a nation outside of the Empire as a whole, had particular ramifications for any colony represented in the displays. Clearly, material culture from these countries functioned primarily as signifiers of British sovereignty.*⁶¹

Som vi ser i Coombes tekst er Skottlands posisjon innenfor den britiske unionen komplisert. Er det kanskje her bruddet Pierre Nora beskriver kan plasseres? En nasjon som ønsker å bygge et folkemuseum, passer fint inn i Noras beskrivelse av den historiefrafiske angsten, men jeg vil påstå at dette ikke er kulminasjonen av Skottlands overgang fra *memory* til *history*. Skottenes, og britenes identitet er fremdeles i støpeskjeen. Denne situasjonen er en viktig del av det underliggende temaet i de fire episodene jeg har studert, og spesielt de to

⁵⁹ Coombes, Annie E. ”Museums and the Formation of National and Cultural Identities” i Bettina M. Carbonnel, *Museum studies: An anthology of contexts*. (West Sussex: Wiley-Blackwell, 2014), 268.

⁶⁰ Coombes 2014, 265.

⁶¹ Coombes 2014, 263.

episodene fra Scone Palace. I det følgende vil jeg derfor redegjøre for hvordan dette forholdet er i dag, og de historiske begivenheter som har ført skottene dit.

4.1.1 We wanted a parliament but they gave us a stone

*Political leaders on all sides of the debate now bear a heavy responsibility to come together and work constructively to advance the interests of people in Scotland, as well as those in England, Wales and Northern Ireland, for each and every citizen of our United Kingdom.*⁶²

18. september i år (2014) hold Skottland sin første folkeavstemming om skotsk uavhengighet, gjennom løsrivelse fra den britiske union. Nei-siden vant valget med 55% av stemmene. Det vil si drøyt 1,6 millioner stemmer.⁶³ Valget får allikevel konsekvenser i britisk politikk, statsminister David Cameron har lovet endringer i Skottlands rett til selvbestemmelse, og dette settes også i sammenheng med økt selvbestemmelse for Wales, England og Nord-Irland. Skotter flest er skeptiske – 66% støtter en ny folkeavstemming.⁶⁴ Hva er bakgrunnen for dette selvstendighetsønske? For å studere dette nærmere vil jeg redegjøre kort for enkelte hoved-trekk Skottlands historie – den offisielle historien – og se hvordan den har blitt brukt for å formidle hva Skottland er.

Vi må flere hundre år tilbake i tid. Jeg har tidligere nevnt at Skottland og England ble forent under en konge da James VI steg til tronen i 1603. Den gamle rivaliseringen mellom Skottland og England endte formelt hundre år senere, i 1707 da parlamentene i begge landene godtok *The Act of Union*, en unionserklæring som forente parlamentene i de to landene og etablerte kongedømmet Storbritannia. Anne, datter av James VII var sittende regent i Skottland og i England, og ble derfor det forente Storbritannias første regent. Bakgrunnen var blant annet religionsmotsetninger. Anne var oppdratt protestantisk til tross for at hennes far var praktiserende katolikk. Hun fikk ingen arvinger, og det ble klart at ved hennes død ville det bli et spørsmål hvem som skulle overta tronen. Det mest naturlige valget ville falle på hennes halvbror James Stuart, men det Engelske Parlamentet bestemte i stedet at tronen skulle falle til George av Hannover som var en fjern slektning av James VI. Dette ble gjort for å hindre at Storbritannia skulle få en katolsk monark. For det engelske parlamentet var dette akseptabelt men det virket usannsynlig at det skotske parlamentet ville være enige med

⁶² Statsminister David Cameron, talen er gjengitt i The Telegraph 2014.

⁶³ The Scotland Referendum 2014.

⁶⁴ The Scotsman 2014. "66% Back New Referendum".

dette.⁶⁵ Løsningen ble å slå sammen de to landene og legge dem under et styre. I tillegg sikret det engelske parlamentet seg at skottene ikke valgte seg en annen konge etter Annes død, som i det lange løp kunne bety at Skottland kunne alliere seg med Englands fiender. Ved å bruke en kombinasjon av smøring og utpressing greide det engelske parlamentet å overtale det skotske parlamentet til å gå med på avtalen. Til gjengjeld skulle Skottland få flere økonomiske goder, hvilket de behøvde etter det mislykkede forsøket på å opprette en skotsk koloni i Mellom-Amerika på 1690-tallet kjent som Dariénplanen. Selv om avtalen ble gjort på lovlig vis virket det allikevel for mange skotter som at nasjonens frihet ble solgt til dens rival fra sør, og det var sterke motsetninger blant skottene rundt forslaget. Den skotske befolkningen viste deres misnøye til unionserklæringen på forskjellige måter, og det vokste frem flere nasjonale strømninger i folket. Dette var perioden da det ble vanlig å ikle seg tartan, spille sekkepipe og snakke gælisk. Perioden etter unionserklæringen ble en av Skottlands mest kreative perioder med personer som David Hume, Adam Smith og Robert Burns som har bemerket seg filosofisk, politisk og lyrisk. Sir Walter Scott skrev også historien om Skottland og konstruerte ideen om nasjonen Skottland slik den er kjent over hele verden i dag.

Skottlands historie smelter sammen med resten av Storbritannia herfra, men skottene fortsetter å spille en rolle i verdensaffærer i større betydning enn man skulle tro ut ifra deres folkeantall. Utdannings- og rettssystemet har vært og er fremdeles ulikt i Skottland og England og i andre halvdel av 1900-tallet begynte mange skotter å kreve en større innflytelse i også andre deler av myndighetene. Til slutt ble det skotske parlamentet opprettet i Edinburgh i 1996 og Skottland har i dag fremdeles egne lover og andre helligdager enn det England har. Selv om Skottland tapte sin suverenitet til England, bevarte den skotske befolkningen nasjonalistiske karaktertrekk. Skottland beholdt sitt eget rettssystem, lokalt selvstyre, utdannelsessystem og sin egen myntenhet. Riktignok ble den lovgivende instans for Skottland administrert av parlamentet i Westminster, og beslutningsprosessen lå hos det britiske kabinettet, men en del administrative funksjoner, som utdanning, landbruk, politi- og fengselsvesen, økonomisk utvikling osv. ble overført til *the Scottish Office* på 1960-tallet og ledet av *the Secretary of State for Scotland*. Flere andre eksempler på Skottlands særstatus var for eksempel at lovgivning som kun var relevant for Skottland, ble ivaretatt av *the*

⁶⁵ Heritage of Scotland 2014. "The People and Culture of Scotland".

Scottish Grand Committee of the House of Commons. Dessuten fikk Skottland flere representanter i Underhuset enn befolkningsgrunnlaget skulle tilsi.⁶⁶

Pierre Nora ville kanskje sammenlignet stemningen i det skotske folket i 2014, med stemningen i det franske folket da den store depresjonen rammet i 1930. Drivkraften i begge tilfeller er et ønske om sterkere økonomisk selvstyre, trigget av en ustabil verdensøkonomi. Folkeavstemningen i 2014 representerer så langt det tydeligste uttrykket på en stadig voksende skotsk nasjonalisme og den reflekterer flere langvarige trender i skotsk kultur enn de økonomiske. Folkeavstemningen ville ikke ha kommet i stand om det ikke var for at det separatistiske *Scottish National Party*, et parti som var nærmest ubetydelig før 1970, men som siden 2011 har hatt rent flertall i det skotske parlamentet. Og nettopp eksistensen av det skotske parlamentet og dets desentraliserte makt siden 1997 er i seg selv et uttrykk for økende krav om – og gjennomslag for – skotsk selvstyre i saker som angår Skottland.

I boken *Memory Boxes* skriver den tyske historikeren Jörg Rogge om denne selvstendighetskampen ved å følge The Stone of Scone gjennom historien. Tittelen på essayet, ”*We wanted a parliament but they gave us a stone*”, stammer fra avisen *The Independent*, som skrev om overleveringsseremonien i 1996, som man mente var et politisk stunt: ”The Scots asked for a parliament and John Mayor gave them a stone.”⁶⁷ I essayet beskriver Rogge hvordan steinen har blitt brukt som politisk virkemiddel i historien mellom Skottland og Storbritannia, helt fra den ble tatt fra Skottland i 1296 av Edvard I. ”Like a prism, it has captured various epochs in the history of political-cultural memory.”⁶⁸ Av hendelser fra nyere tid trekker han særlig frem filmen *The Stone of Destiny* fra 2008, som han beskriver som et forsøk fra skotske *memory makers* (jf. Noras minne), på å gjøre filmpublikumet stolte av å være skotske. Filmen kom like etter 10-års jubileet, i 2006, og kan settes i sammenheng med filmen *Braveheart* med Mel Gibson fra 1995, som handler om skotsk selvstendighetskamp på 1200-tallet. Der *The Stone of Destiny* til tross for godt billettsalg fikk ganske dårlige kritikker og ble anklaget for å være dårlig produsert, ble *Braveheart* anklaget for å være overprodusert, anti-anglikansk og en av de mest historisk

⁶⁶ Harrison, Kevin og Tony Boyd. *The Changing Constitution*. (Edinburgh: Edinburgh University Press, 2006), 124.

⁶⁷ Rogge, Jörg. ”We Wanted a Parliament But They Gave Us a Stone” i *Memory Boxes: An Experimental Approach to Cultural Transfer in History, 1500-2000*. Heta Aali og Anna-Leena Perämäki og Cathleen Sart (red.). (Bielefeld: Transcript Verlag, 2014), 229.

⁶⁸ Rogge 2014, 232.

ukorrekte filmene noensinne.⁶⁹ Allikevel er det interessant å merke seg at disse filmene dukker opp samtidig med merkedatoer i skotsk nyere historie. Det er også en presedens for formidling av skotsk identitetshistorie gjennom film, som kan brukes til å drøfte Antiques Roadshows formidling i episodene fra Scone Palace.

Vi kan også sammenligne disse filmene med et eksempel fra Noras tekst, der han tar for seg boken *Tour de la France par deux enfants*. Det er en nostalgisk historie om to brødre som foretar en lang reise gjennom Frankrike. Nora beskriver hvordan boken på grunn av det nasjonalromantiske innholdet vokste i popularitet under ulike samfunnskriser i Frankrike; konsolideringen av den tredje republikken i 1877, og oljekrisen i 1973. Boken ble det Frankrike som hadde vært, Frankrikes *minne*, og henvendte seg spesielt til voksne som kjente seg igjen i bokens innhold.⁷⁰ På samme måte kan man forestille seg at filmen *The Stone of Scone* utgitt i 2008 med handling fra 1950, hadde et godt representert voksent publikum. Nora spør seg hva som er essensen i et slik *lieux de memoire*, den opprinnelige intensjonen, eller dens gjenopptreden i samfunnets minne? Han mener det er begge, som to speil som møter hverandre, en uendelig rekke av meningsfullt innhold, slik vi har sett med *The Stone of Scones* mange betydninger gjennom historien. Alle tidligere historiske eller vitenskapelige forsøk på å nærme seg *minne* har basert seg på tingen i seg selv og dens nærmeste omgivelser. Men i motsetning til historiske objekt har *lieux de memoire* ingen referent der ute, de er sine egne referenter, rent og utelukkende selvrefererende tegn. Det betyr ikke at de ikke har innhold: "it is to suggest that what makes them lieux de mémoire is precisely that by which they escape from history."⁷¹

Peter Davis ved Newcastle University skriver også om *The Stone of Scone* i sin tekst *Place Exploration: museums, identity, community*, fra boken *Ecomuseums* fra 1999. Akkurat som Nora knytter han identitet til kulturarv.⁷² Han er forsiktig med å tilskrive hendelsene rundt tilbakeføringen av steinen i 1996 noe annet enn politisk betydning: "It is difficult to imagine either that the Scottish nation has an identity crisis or that the large block of stone [...] has a major influence on the identity of the individual Scot."⁷³ Det er ikke gjenstanden i seg selv, men den kulturelle konteksten som omgir den som har kraft til å påvirke folks identitet. Dette kaller Davis "added value", og jeg mener dette kan knyttes til Noras *minne*.

⁶⁹ White, Caroline. "The 10 most historically inaccurate movies". (London: The Times. 2014)

⁷⁰ Nora 1989, 20.

⁷¹ Nora 1989, 24.

⁷² Davis, Peter. "Place Exploration: museums, identity community" i Watson, Sheila: *Museums and their Communities*. (New York: Routledge, 2007), 54.

⁷³ Davis 2007, 56.

Når The Stone of Scone blir fjernet fra Skottland av Edward I i 1296, når den blir stjålet av en gruppe skotske studenter i 1950, og når den blir brukt som forsoningsgave i 1996 – er den en brikke i skottenes *minne*. Den er umiddelbar og foranderlig, ikke statisk og objektiv, slik som Nora beskriver minnestedene preget av *historie*. Davis setter dette i sammenheng med utviklingen av ny museologi, og dekonstruksjonen av 1900-tallets koloniserende rom:

”Approaches to objects, to interpretation, to exhibitions, to museums; are all being redefined and deconstructed to enable museums to escape from their late-nineteenth-century fixed identity and to create a new image, one more in tune with today’s society.”⁷⁴

Museet trenger ikke lenger være stedbundet. Davis eksemplifiserer dette ved å vise til ulike samfunnsprosjekter, hvor museer har forsøkt å involvere lokalbefolkningen i sin praksis. De mest suksessfulle av disse, er prosjektene hvor man greier å løsrive seg fra sin stedbundne kontekst, og inviterer folk til å delta:

”Although physical surroundings are important [...], place is much more: it is a web of understanding between people and their neighbours, between people and their history. And it has to change, and be permeable to new ideas, new practices and new people.”⁷⁵

4.1.2 Hvordan brukes steder i Antiques Roadshow?

Det er mange deler av Antiques Roadshow som kan forstås som lieux de memoire. Fra gjenstander som The Stone of Scone eller Eduardo Paolozzis kunstverk, til steder som Moot Hill eller Scone Palace. Fordi museer også er slike minneplasser, blir de også sterkt knyttet til vår identitet, og ved å knytte seg til dem kan man aktualisere stedets *minne*. Som jeg var inne på i analysen, bruker Antiques Roadshow steder på denne måten. For programmet er stedet viktig som *location*, for å bruke tv-språk. At stedet er et historisk, eller på andre måter særegent sted, er viktig for at programmets scenografi skal fungere og være gjenkjennelig for programmets seere. Episodene starter alltid med en introduksjon av innspillingsstedet, der dets historie presenteres av programlederen i en kortfattet og ofte svært filmatisk del som er produsert på forhånd. Den kan også omfatte supplerende bildemateriale eller historiske filmsnutter, og blir således en collage av ulik informasjon om stedet.

I den første episoden fra Scone Palace starter historien på Moot Hill, stedet der kroningssteinen The Stone of Scone en gang stod, der det i dag er plassert en kopi. Programleder Fiona Bruce forteller om steinens lange historie, og de forskjellige mytene som

⁷⁴ Davis 2007, 57.

⁷⁵ Davis 2007, 70.

knytter seg til dens ektehet. I den andre episoden konsentrerer Fiona seg om selve slottet, og forteller historien om hvordan det ble pusset opp for store summer før Dronning Victorias besøk i 1842. Gjennom å lese fra hennes dagboksnotater vedrørende besøket, blir det en sammenhengende historie om det nåværende husets historie. Det beskrives for eksempel hvorfor hallen er så lang – fordi man skulle spille innendørs curling der, og hvorfor soveromsfløyen ligger i første etasje – fordi dronningen var livredd for at det skulle bryte ut brann i løpet av natten, i tilfelle hun ikke skulle klare å komme seg ut.⁷⁶

I Sverige gjør de det litt annerledes. SVTs Antikrundan tar ofte utgangspunkt i hele området de besøker, og avsnittet hvor byen eller området blir presentert er i stedet plassert i midten av programmet. Den svenske historieintroduksjonen inneholder ofte flere små historier, og programleder Anna Lundberg reiser ofte ganske langt fra selve innspillingsstedet. I tillegg hender det at Antikrundan fordyper seg i et emne underveis, og presenterer for eksempel en kunstner i en lignende sekvens som introduksjonen.

Disse åpningssegmentene av Antikrundan og Antiques Roadshow er viktige, fordi det er der programmene låner stedenes karakter, autentisitet og autoritet, og utnytter dermed de særegenheter stedet gir for involvering og forbindelse. Innspillingsstedet fungerer som minneste for programmet, og er samtidig en *kontaktzone*, hvor stedets *minne* og seernes *minne* møtes.

James Clifford beskriver museer som kontaktsoner, der ulike kunnskapssystemer møtes.⁷⁷

Begrepet kontaktzone er hentet fra Mary Louise Pratt som beskrev det slik:

*”the space of imperial encounters, the space in which peoples geographically and historically separated come into contact with each other and establish ongoing relations, usually involving conditions of coercion, radical inequality, and intractable conflict”.*⁷⁸

Tradisjonelle museer har ofte hatt kolonialisme som en sterk drivkraft. Det har dreid seg om å skille noe fra noe annet, og museenes innsamling, klassifisering og formidling av gjenstander

⁷⁶ Denne delen av programmet, hvor Fiona Bruce presenterer ulike steder, har fått en egen *spin-off*: i 2011 var hun programleder for tre programmer hvor hun ser på tre av den britiske kongefamiliens residenser; Buckingham Palace, Holyrood House og Windsor Castle. Se *The Queens Palaces* 2011.

⁷⁷ Clifford, James. *Routes: Travel and translation in the late twentieth century*. (Cambridge & London: Harvard University Press, 1997), 192.

⁷⁸ Pratt, Mary L. *Imperial Eyes: Travel Writing and Transculturation*. (London: Routledge, 1992), 8.

ble formet av et vestlig kunnskapsbehov, publikum og blikk.⁷⁹ Clifford er opptatt av at denne opposisjonen må opphøre, og at vi heller behøver komplekse kontakthistorier, der museer og andre musealiserte plattformer, kan revitaliseres og nå ut til folk.

Begrepet kontaktzone har blitt forstått på mange måter. Jeg bruker det her som et sted hvor ulike kulturer kommer i kontakt med hverandre i et forsøk på å skape et miljø hvor diskusjon og forståelse kan foregå. Kolonialisme som en ideologi har vært med på å danne grunnlaget for en felles forståelse og definisjonsmakt som museene er forankret i. Et hjemlig eksempel kan være at samene ble plassert på etnografisk museum i stedet for folkemuseet, men den samme prosessen har også foregått mellom ulike vestlige kulturer – som på folkemuseet Skansen i Stockholm der en stor norsk avdeling var planlagt, men ble forkastet etter at unionen ble oppløst. I dag er Norge kun representert ved et stabbur, som var den første bygningen som ble samlet inn til dette formålet. På samme måte kan kontaktzone-begrepet også belyse Skottlands posisjon i den britiske union, men også de mange ulike gjenstandene som møtes i Antiques Roadshow.⁸⁰ Programmets bruk av sted må samtidig sees i sammenheng med hvor seerne befinner seg når de ser programmet. I Storbritannia sendes Antiques Roadshow på søndag formiddag, og for mange briter er en kopp afternoon-tea kombinert med å se Antiques Roadshow på skjermen synonymt med søndag.⁸¹ Programmet påkaller seg med andre ord å være en aktiv og tilstedeværende faktor i britenes tilværelse.

Medieforskeren Frances Bonner kritiserer denne oppfatningen som programmet har av seg selv, ved å peke på at programmet har et anglikansk fokus.

”The romanticized Englishness operates as a certain distinctive ‘cosiness’ which enables it to call on residual ideologies to disguise the blatancy of its exhibition of the dominant ones.”⁸²

For å møte denne kritikken må vi se på hva slags program Antiques Roadshow egentlig er. Hvis vi forstår programmet som et sted, som i Noras tekst, er det sterkt knyttet til sitt *minne*, idet det er veldig opptatt av øyeblikk. Men det har også sterke innslag av *historie*, i måten det ser og tolker seg selv på. I og med at programmet er produsert av en offentlig kringkaster, har det et sterkt offentlig oppdrag, og er underlagt styring. Hvis man skulle sammenligne det med et museum, mener jeg det er mest nærliggende å sammenligne det med det

⁷⁹ Hooper-Greenhill, Eilean. *Museums and the Interpretation of Visual Culture*. (London & New York: Routledge, 2000),

⁸⁰ Se oversiktsskjemaer for de fire episodene bakerst i oppgaven for mer informasjon.

⁸¹ Bonner 2003, 188.

⁸² Bonner 2003, 189.

markedsorienterte museet. Slike museer er ofte preget av interaktivitet og multimedia, og er opptatt av høye besøkstall. Denne typen museum kan kalles fremtidsrettet, fordi det innehar en tydeligere konstruktivistisk agenda, men ofte er ikke disse museene deltagende, men heller involverende, da de som oftest konsentrerer seg om samarbeid som gir målbare resultater. Disse museene er, i likhet med en statskanal, underlagt streng styring. Det foreligger klare retningslinjer for hva BBC skal produsere. Derfor kan det godt hende at det er flest hvite mennesker fra den britiske middelklassen som deltar i programmet, men BBC kan ikke *produsere* et program som kun er ment for denne målgruppen. Jeg mener denne kritikken av programmet blir for enkel, og at den er avledet av programmets mange innslag av koloniserte gjenstander, og en feiltolkning av programmets selvreferering. Historien kan vise til store variasjoner der individuelle fortolkninger er blitt formet av ulike sosiale kulturelle rammer. Disse fortolkningsrammene er ikke individuelle, men kollektive, fordi hvordan vi lærer og tilegner oss kunnskap er sosialt betinget. Vi tilhører derfor ulike grupper.

En beskrivelse av samspillet mellom disse gruppene finner vi hos Eilean Hooper-Greenhill. Hun bruker begrepet *interpretive communities*. Begrepet har hun fra Stanley Fish, som definerer det slik:

*Interpretive communities are made up of those who share interpretive strategies for writing texts, for constituting their properties and assigning their intentions.*⁸³

Disse gruppene er ikke konstante men skiftende, og forandrer seg stadig. Gruppens størrelse bestemmer dens status og potensiale til å utøve makt. Derfor kan det være et nyttig begrep i situasjoner der ulike grupperinger står mot hverandre, der den en er majoritet, og den andre er minoritet. Hvis vi da ser for oss at Bonner ser skottene som ett *interpretive community*, og engelskmennene som et annet, blir *Antiques Roadshow* et spennende fora, fordi det er et av de stedene hvor disse to kulturene møtes direkte. Det er en effektiv kontaktsone for meningsbrytning mellom disse to kulturene.

Andrea Witcomb skriver i boken *Re-Imagining the Museum: Beyond the Mausoleum* om hvordan ulike samfunn har havnet utenfor museet og i noen tilfeller i opposisjon til museet.⁸⁴ Denne problematikken behandler også Janet Marstine ved University of Leicester når hun i introduksjonen til *New Museum Theory and Practice* presenterer det hun identifiserer som fire typiske metaforer om hva et museum er: Helligdom, koloniserende rom,

⁸³ Hooper-Greenhill, Eilean. *Museums and interpretive communities*. 1999.

⁸⁴ Witcomb 2003, 97.

markedsdrevet industri og postmoderne-museum.⁸⁵ Disse fire kategoriene er ikke utelukkende og overlapper hverandre. Man kan også se dem som mer generelle forståelser av et museums identitet, alt ut ifra hvordan de organiserer seg selv, sine ansatte og sitt publikum. Et tradisjonelt museum som har kvaliteter som kjennetegner enveis-kommunikasjon, bruker å passe innenfor helligdom og/eller koloniserende rom. Museet som helligdom er under trykk fra hovedsakelig to forskjellige trender: den markedsorienterte og profesjonelt drevne industrien, og det samfunnsorienterte post-museet.⁸⁶ Hooper-Greenhill definerer dette som museer som:

“actively seeks to share power with the communities it serves, [...] instead of transmitting knowledge to an essentialized mass audience, the post-museum listens and responds sensitively as it encourages diverse groups to become active participants in museum discourse.”⁸⁷

Post-museet speiler på mange måter det James Clifford beskriver med sitt begrep kontaktsone. Både Eilean Hooper-Greenhill og Janet Marstine oppfordrer museer til å aktivt delta i lokalsamfunnet, og invitere folk til å ta del. Andrea Witcomb beskriver denne typen for outreach som sentral for ny museologi og skriver:

“One of the ways in which contemporary museums are attempting to challenge dominant views of the museum as a site of power relations is to invoke and encourage new relations between museums and communities.”⁸⁸

Hvordan bør et museum skape denne kontakten? Kan man si at Antiques Roadshow skaper en slik kontakt når de besøker ulike steder? Har denne kontakten mulighet til å forandre noe som helst?

Jeg forstår dagens museer som viktige kontaktsoner, og jeg mener at Antiques Roadshow fungerer som kontaktsone – både når de er på innspilling, og når det vises på tv. Jeg mener også at Antiques Roadshow i noen tilfeller kan fungere bedre enn museet som kontaktsone. Tv er et medium som kan nå ut til en større gruppe mennesker, et større *interpretive community*. Det kan være seere i andre deler av Storbritannia, seere andre steder i verden eller den delen av publikum som har funksjonsutfordringer som gjør det vanskelig for dem å besøke tradisjonelle museer. Eller det kan være kontaktsoner i det dagligdage: Sosialantropologen Kate Fox skriver at tv-programmer er nesten like viktig som været for

⁸⁵ Marstine 2008, 8-21.

⁸⁶ Witcomb 2003, 51-78.

⁸⁷ Marstine, 2008, 19.

⁸⁸ Witcomb 2003, 79.

britene som et sosial smøremiddel – noe felles å snakke om.⁸⁹ I dag fungerer internettet som en gigantisk kontaktsone, i hvordan det kobler sammen mennesker fra like kulturer og bakgrunner og lar de samarbeide og utveksle ideer i det uendelige.

Vi har sett hvordan Antiques Roadshow behandler stedene de besøker i programmet, blant annet gjennom viktige minnegjenstander som The Stone of Scone. Vi kan altså forstå både materiell og immateriell kulturarv som *steder*. Disse stedene har minne som vekkes til live når vi formidler det. Stedene disse møtene skjer er kontaktsoner, som er med på å forme vår identitet. Felles for flere av teoriene jeg har nevnt her er at det er et viktig poeng at museer ikke bare formidler kulturell identitet, men at de faktisk produserer kulturell identitet.

I begynnelsen av oppgaven har jeg plassert et bilde av lysskulpturen ”There will be no miracles here” av den skotske kunstneren Nathan Coley. Denne skulpturen er også en av de stedbundne elementene i programmet, og knytter seg til sted på en spennende måte. På bildet er skulpturen plassert utenfor The Scottish National Gallery of Modern Art i Edinburgh, nærmere bestemt utenfor The Dean Gallery. Sommeren 2013 besøkte jeg altså Dean Gallery for å studere innspillingen av to episoder av tv-programmet Antiques Roadshow på samme sted. Som besøkende den dagen kunne man ikke unngå å legge merke til Coleys skulptur. Den er seks meter høy og seks meter bred. Lysende tekst i store bokstaver er plassert i tre linjer. *There will be no miracles here* – Det vil ikke forekomme mirakler her. Teksten ser ut som et dikt som svever i luften. Skulpturen er plassert på gressplen foran Dean Gallery med ryggen mot elven Water of Leith, dermed ser vi Edinburgh i bakgrunnen. Flagget øverst til høyre i bildet er det britiske flagget som vaier over Edinburgh Castle i sentrum av byen.⁹⁰ Dette flagget har vært bakgrunn for debatt, ettersom mange mener at Skottlands eget flagg burde vaie over festningen. Den offisielle holdningen er allikevel at unionsflagget er det riktige, ettersom Edinburgh Castle fortsatt er et aktivt militært forsvarsverk for de britiske styrkene.

Teksten i skulpturen stammer fra en historie fortalt til Coley av hans venn Mark Cousins, en sosiolog, som beskrev hendelsen teksten stammer fra i en av sine bøker:

⁸⁹ Fox, Kate. *Watching the English: The Hidden Rules of English Behaviour*. (London: Hodder, 2004), 212.

⁹⁰ Studio Nathan Coley 2014. ”There Will Be No Miracles Here”.

There is a famous case of an entire village in Haute Savoie called Modseine, which had regularly been the site of miracles and magical practices ... in the seventeenth century a large notice was put up saying 'There will be no miracles here, by order of the King', just to show that modern legal space considers itself actually superior even to the idea of God having any space.

Coleys skulptur kan altså forstås som en kommentar på at det offentlige rom ikke er fritt og åpent, men alltid er kontrollert av en autoritet. I lys av denne oppgaven, og skulpturens plassering ved Dean Gallery med Edinburgh Castle plassert i bakgrunnen, er det lett å tenke seg at denne autoriteten kan være det britiske overherredømmet over Skottland. Vi kan også tolke skulpturen annerledes. Mye av Coleys kunst tar utgangspunkt i forholdet mellom tro og rasjonalitet. Med Edinburgh i bakgrunnen, byen som har fått kallenavnet "City of Enlightenment", går tankene til David Hume, som i sitt essay Om mirakler i 1748 tok avstand fra at mirakler fantes, fordi de er umulige å bevise. Denne tolkningen velger Fiona Bruce å hentyde til, når hun kommenterer skulpturen for å avslutte den første episoden fra The Scottish National Gallery of Modern Art.

Hvis jeg skulle forsøkt meg med en aktuell kobling mellom skulpturen og innspillingen av Antiques Roadshow, kan vi tenke oss at miraklene i denne sammenhengen er *tingenes transformasjoner*. Endringen som skjer i vår oppfatning av gjenstanden, i det den gjennomgår en transformering idet den blir vurdert, eller i det den opptrer gjennom tv-mediet. Er denne endringen bare tenkt, eller finnes den? I det neste kapittelet skal jeg se nærmere på hvordan gjenstandene i programmet behandles som utgangspunktet for historieformidling.



Figur 5 Programleder Fiona Bruce kommenterer Nathan Coleys verk på slutten av episoden.

4.2 Gjenstander:

Museums at the turn of the twentieth century were built on the assumption that visitors would receive an education by visually engaging with the objects – lots of objects, with little else to distract visitors from looking at them.⁹¹

I stedet for å gjenstander som mitt objekt, eller en utstilling som formidler gjenstander, har jeg altså valgt å se på en annen type formidlingspraksis – tv-programmet *Antiques Roadshow*. Vi har sett hvordan stedet former formidlingen i programmet, og lager en midlertidig kontekstuell ramme rundt gjenstandene. Det samme skjer på museum, og det er i utgangspunktet uendelig hvor mange forskjellige historier en gjenstand kan fortelle. I *Do Museums Still Need Objects?* problematiserer Steven Conn museumsgjenstanden, og hvordan synet på den har endret seg fra den gang museet var en autoritær dannelsesinstitusjon. Gjenstandene på museum er ofte tatt ut av sin opprinnelige kontekst. Utstillingskuratorene kan ikke vite nøyaktig hvilke omgivelser den har virket i og hvilke betydninger den en gang hadde. Gjenstanden står derfor i fare for å bli feiltolket. Man kan diskutere hva som er den beste måten å stille ut en kulturhistorisk gjenstand, noen ganger blir svaret å ikke stille den ut i det hele tatt. Noen gjenstander kommer best til sin rett når de er i sin opprinnelige kontekst, og det er grunnen til at mange museer egner mye tid til å gjenskape disse kontekstene tilfredsstillende. Andre gjenstander vil få nye betydninger ved å komme inn i en ny kontekst. I analysen av programmet så vi hvordan noen utvalgte gjenstander bindes sammen for å knyttes til hverandres kontekst, for å fortelle en større historie. Dette gjaldt for eksempel gjenstandene som kunne knyttes til Skottland. I andre tilfeller kan det dreie seg om gjenstander som kun er verdifulle, og ikke har særlig historie utover dette, som i eksempelet med vinkannen.

Siden objektet for denne oppgaven er et program som for det meste tar for seg antikviteter, vil jeg i det følgende problematisere forholdet mellom antikviteter på den ene siden og museumsgjenstander på den andre. Hvorfor har tilsynelatende like gjenstander fått ulike betegnelser? Hvordan former proveniens og kontekst disse gjenstandene, og hva slags gjenstander er felles for *Antiques Roadshow* og museer?

⁹¹ Conn, Steven. *Do museums still need objects?* (Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2010), 25.

4.2.1 Kapitalistisk historiefortelling?

De fleste gjenstander på et museum er offentlig tilgjengelige, enten på utstilling, eller gjennom magasiner og kataloger.⁹² Gjenstandene som vises frem på Antiques Roadshow, derimot, er vanligvis ikke offentlig tilgjengelige. De er private gjenstander, som sjelden får muligheten til å bli formidlet på den måten som de blir i løpet av noen få minutter på tv-skjermen. Mange av deltagerne innrømmer selv at flere av gjenstandene ikke engang er på utstilling i deres egne hjem, men ofte er bortgjemt. Det dreier seg ofte om familieklenodier, som har høyere affeksjonsverdi enn markedsverdi. Selv om ekspertene på programmet er antikvitetshandlere, og programmet låner mye av sin form fra auksjonen, er det ikke dermed sagt at disse gjenstandene ikke er interessante. Allikevel er en av de mest sentrale kritikkene mot Antiques Roadshow knyttet til takseringen av gjenstander. Selv om mange av ekspertene er gode formidlere, er det et faktum at de i utgangspunktet er antikvitetshandlere, hvis daglige yrke er å kjøpe og selge nettopp den typen gjenstander som de formidler i programmet. Som jeg har vært inne på er programmet sterkt inspirert av auksjonens form. Heldigvis er det strengt forbud mot kjøp og salg på selve innspillingsdagen.⁹³ Ekspertene har heller ikke lov til å avtale møter med de besøkende på andre dager, eller henvise dem til spesifikke antikvitetshandlere eller auksjonshus. Dette er gjort for å sikre en god etikette og arbeidskultur på selve innspillingsdagen, og i møte med publikum. Takseringene er kun rådgivende og man får ikke med seg noe skriftlig. Av dette kan vi i alle fall slutte at hovedformålet med Antiques Roadshow ikke er kjøp og salg av antikviteter. Allikevel legger ikke ekspertene skjul på hva de jobber med til daglig. De er vant til å tenke på pris, og programmet er preget av deres auksjonarpraksis. Dette kommer blant annet frem i det faste segmentet *Rouges Gallery*, hvor man skal identifisere en falsk gjenstand blant fire gjenstander av samme type. Ved Scone Palace var det fire kunstglass fra produsenten Whitefriars, mens ved fra The Scottish National Gallery of Modern Art var det fire te-beholdere som skulle under lupen. Poenget med denne oppgaven er så klart at gjenstandene har ulik verdi, basert på om de er originale eller ikke. Samme tematikk fantes i det forrige faste segmentet *Basic, Better, Best* som ble brukt i sesong 35,⁹⁴ der man skulle sortere tre gjenstander etter kvalitet, som i programmets kontekst er lik med verdi. I ICOMs museumsdefinisjon er taksering av gjenstander nevnt som en av tilleggsoppgavene et

⁹² Jf. ICOMs museumsdefinisjon Artikkel 3, paragraf 1.

⁹³ ”Antiques Roadshow: Your Official Guide 2013”

⁹⁴ Antiques Roadshow 2012, Sesong 35.

museum kan tilby. Imidlertid er det viktig å utvise stor forsiktighet, og det bør organiseres slik at det ikke går på akkord av museets formål og primære oppgaver.⁹⁵

Kunstkritikeren Jonathan Jones går langt i sin kritikk av Antiques Roadshow i The Guardian.⁹⁶ Der skriver han at alt programmet gjør er å bidra til en rotten bransje, som bare ser penger der andre ser historie. Han har selv vokst opp med programmet som en del av søndagsunderholdningen, og er redd det sprer holdninger om at historiske gjenstander ikke er noe verdt, dersom de ikke samtidig har markedsverdi.

Det kan godt tenkes at Antiques Roadshow bidrar til slike holdninger, men det blir en forenkling av de mange funksjonene gjenstandene kan ha innenfor programmet. I det følgende redegjør jeg for noen av de funksjonene gjenstandene har i programmet, og hva slags verdihierarki de beveger seg i.

Den klassiske forvandlingen en gjenstand gjennomgår i programmet er altså at den "*blir verdifull*", ved at en ekspert gir den en høy pris- eller ektehetsvurdering. På samme måte kan gjenstanden "*bli verdiløs*", ved at eksperten forklarer den som falsk eller ordinær, der eieren trodde den var spesiell. Dette avsløres ofte til stor skuffelse for eieren, som har bygget opp sine forventninger etter å ha sidd i opptil flere timer på venterom, blitt servert te og gledet seg til å komme på tv. Derfor inkluderes ofte programlederen i slike situasjoner, slik at hun kan "trøste" eieren, og stille utfyllende spørsmål til ekspertene.

Andre forvandlinger som finner sted er at gjenstanden kan "*finne hjem*". Det skjer når en gjenstand som har spesiell tilknytning til innspillingsstedet presenteres. Det blir som regel sett på som særlig verdifullt at gjenstanden på denne måten "finner hjem" til originalkonteksten sin. Som jeg viste i analysen brukes denne typen gjenstander aktivt i formidlingen av hovedfortellingen, og plasseres på kritiske tidsmarkører i episoden. Et godt eksempel er skulpturen av en padde med tre bein, laget av kunstneren Eduardo Paolozzi, som ble presentert i episoden fra The National Gallery of Modern Art. I samme episode forklarte programlederen at Paolozzis atelier er gjenskapt inne i museet, og de har en rik samling av hans kunst. På den måten ble paddeskulpturen en del av en større kontekst av Paolozzis verk, om enn bare for et øyeblikk og kun tilgjengelig for tv-seerne gjennom deres assosiasjoner.

Noen gjenstander er mystiske. De "*demonstreres*" for å formidle den opprinnelige bruken. Dette gjøres ofte til stor glede for tilskuerne, og spesielt for eierne, dersom de ikke

⁹⁵ ICOMs museumsetiske regelverk. I: ABM-skrift 29, 2006, 23.

⁹⁶The Guardian: "I can't bury my hatred for Antiques Roadshow any longer" av Jonathan Jones 2010.

fra før visste hvordan gjenstanden skulle brukes. I episoden fra Scone Palace ble for eksempel et gammelt hodemåleapparat fra en hattmaker demonstrert. På samme måte kan en gjenstand bli ”avslørt”, når den blir satt inn i en ny kontekst, eller man avslører skjulte kvaliteter ved gjenstanden. Det kan for eksempel vises til en del som mangler, et hemmelig rom, en skjult innskrift osv. Et eksempel på det kan være den første gjenstanden jeg så på, tinnkannen som viste seg å være av sølv. Gjennom å pusse frem det blanke sølvet, avslørte glass-ekspert Andy McConnell en ny side ved gjenstanden, og kunne samtidig presentere en mye høyere prisvurdering. Jo høyere prisvurdering – jo høyere sjokkfaktor, og det høyeste man kommer er når gjenstanden ”hører hjemme på museum”. Noen ganger dukker det opp spesielt særegne gjenstander med en unik historie. Da kan ekspertene si at gjenstanden *burde ha vært på et museum*. Hvilke vurderinger som ligger bak, og hva som menes med dette varierer fra situasjon til situasjon. Men det kommer klart frem at disse gjenstandene rager høyest i antikvitetseksperternes relative gjenstandshierarki. Et konkret eksempel på en slik gjenstand er fra en episode av programmet fra 2010, filmet på Chatsworth i Derbyshire. En av besøkene hadde da med seg et hode fra en egyptisk skulptur som han fant i sin hage under gravearbeider. Gjesten kunne fortelle at det var blitt vurdert av eksperter fra British Museum, som kunne bekrefte at det var ekte. Antikvitetseksperter Henry Sandon som foretok evalueringen på tv foreslo da at hodet nok hadde gjort seg best i den store egyptiske samlingen til nettopp British Museum.⁹⁷

Det er allikevel ikke ekspertenes verdibarometer alene som bestemmer programmets formidlingsinnhold – ofte tas gjenstander med i programmet nettopp fordi de *ikke* er særlig verdifulle. Noen ganger skjer det også at den sentimentale verdien trumfer markedsverdien, og da er ofte ekspertene de første til å påpeke det samme. I en av scenene fra The Scottish National Gallery of Modern Art, finner vi et godt eksempel på dette. Tre besøkende har tatt med seg en billett og et program fra Prinsesse Dianas begravelse i 1997. De tre er mor, far og sønn. Foreldrene er døve, så sønnen tolker for foreldrene i scenen. Han er profesjonell tolk og var sammen med sin kone de to eneste offisielle tolkene under Prinsesse Dianas begravelse. Han forteller om seremonien, og hvor stort det var for ham å få lov til å delta, og tilrettelegge for de andre døve gjestene der. Deretter intervjuer antikvitetseksperter Hilary Kay foreldrene, som forteller at de fulgte begravelsen på tv, og at de begge var svært stolte av sønnen. Kay

⁹⁷ The Derby Telegraph 2010. ”4,000-year-old relic uncovered in city garden is worth £10,000”.

vurderer deretter motvillig gjenstandene til £259-£300, og sier at hun håper at de ikke er verdt mer. Vi kan altså ikke konkludere med at prislappen styrer programmets fortellinger. Det er heller ingen kurator som kan bestemme, showprodusent Simon Shaw har bestemmelsesrett på innspillingsdagen og klippregissør Simon Brant legger siste hånd på verket. Men selve innholdet er det deltagerne som står for. I programmet har privatpersoner tatt over rollen til museet: de står fritt til å stille ut, selge, restaurere eller misligholde gjenstandene.

Gjenstandene i programmet er som oftest private, er det problematisk? Fra museenes utviklingshistorie vet vi at mange av dagens offentlige museer begynte som private samlinger. Men gjenstandene i programmet blir bare en samling på tv, i virkeligheten reiser alle gjenstandene hvert til sitt etter endt innspilling. Hvem har da eierskap til gjenstandene? Er det da publikum som blir kurator? Solhjell beskriver dette i sitt Skript-begrep i boka Formidler og Formidlet. Kurator skripter utstillingen, og publikum tar i bruk dette skriptet i den grad de selv ønsker. De lager derfor sitt eget skript, og blir derfor kuratorer av sin egen utstilling. På grunn av dette ser ingen publikummere den samme utstillingen. På sistnevnte spiller også forskjellige referanserammer inn. Publikum må altså selv investere i hva de skal få ut av å besøke, eller se programmet. Når seerne investerer seg i programmet, er det særlig evalueringene som er interessante. Dette grunner i publikums forståelse av gjenstandenes verdi som relativ. Dette baserer de på gjenstandenes andre estetiske kvaliteter, som alder, ektehet, teknikk og stil. Alle besøkere og seere blir dermed potensielle kjøpere, og denne verditenkningen knytter seg til forestillinger om skjønnhet. Dyre gjenstander blir vakre, billige eller falske gjenstander blir stygge.⁹⁸ Verdivurderingene understreker dermed det estetiske sjokket i møtet med publikum eller tv-seerne. Vi har også sett hvordan dette underbygges med utvalgte virkemidler når gjenstanden granskes av kameraet, eller i ekspertenes språkbruk. Men hvordan foregår egentlig denne forvandlingen fra verdiløst rot til uvurderlig antikvitert som burde ha vært på museum?

4.2.2 Tingenes transformasjoner

Museet er ikke lenger hva det var. Forholdet mellom mennesker og gjenstander er stadig i endring, og for å forstå dagens gjenstandssyn er det to endringer som er viktig å merke seg. Den første inntraff under den industrielle revolusjon, og den andre foregår fortsatt, og er en del av den digitale revolusjon.

⁹⁸ Henning 2006, 29.

I løpet av 1900-tallet fikk man innen akademia en dreining av interesse mot menneskets subjektive erfaring av verden, til forskjell fra en objektiv forståelse av den. I stedet for å forholde seg pragmatisk til den materielle verden studerte man hvordan å forstå den med filosofiske og psykologiske teorier og ideer. Det ble fattet interesse for kulturelle strukturer, og språklige og sosiale diskurser. Gjenstander ble etter hvert derfor sett på som upålitelige kilder, fordi man heller la vekten på fortolkningen av gjenstanden. Historien som ble fortalt om gjenstanden ble oppfattet som viktigere, og gjenstanden i seg selv ble irrelevant som vitnesbyrd: historien fortalte gjenstanden, og ikke motsatt. Det er selvfølgelig slik at dersom man forteller ulike historier om samme gjenstand kan det endre meningsinnholdet i gjenstanden hos den historien fortelles til. Men gjenstandene forteller kanskje også noe selv? I de senere år har man begynt å snakke om en tilbakevending til gjenstandene. Dette beskriver for eksempel Bjørnar Olsen i ”Momenter til et forsvar av tingene”, i tidsskriftet *Nordisk Museologi*.⁹⁹ Han åpner med å beskrive hvordan mistilliten til gjenstandene ble problematisk for arkeologien, som jo som fagfelt nettopp er bygget på studiet av gjenstander. Han tegner opp hvordan tingene har blitt tatt for gitt av tenkere helt siden 1600-tallet da René Descartes formulerte sin ”metodiske tvil”,¹⁰⁰ der det eneste som kan sies med sikkerhet er at jeg-et eksisterer. Argumentet ”jeg tenker, altså er jeg”, er et av filosofiens sitater som har blitt en del av dagligtalen. Selv om Descartes opprinnelig brukte dette for å bevise at Gud eksisterer, var det også med på å prege en utvikling som vendte seg mot det opplyste menneskets tenkning og den åndelige verden, og vekk fra tingene i den materielle verden.¹⁰¹ Olsen spør seg om det ikke er på tide å rehabilitere tingene. Han skriver: ”Mottoet for en slik rehabilitering må være at kultur også er ting, at sosiale systemer og aktører også er materielle, og at kunnskap og ferdighet er noe mer enn bare ideer.”¹⁰² I dag er det mange som mener at tingene har fått en slik rehabilitering. Tine Damsholt, Dorthe Gert Simonsen og Camilla Mordhorst redigerte i 2009 antologien *Materialiseringer – Nye perspektiver på materialitet og kulturanalyse*, der de redegjør for de siste årenes utvikling.¹⁰³ Damsholt og Simonsen

⁹⁹ Olsen, Bjørnar. 2004. ”Momenter til et forsvar av tingene” i *Nordisk Museologi* (2):25-36.

¹⁰⁰ Olsen 2004, 30.

¹⁰¹ Descartes, René. 2009. ”Meditasjoner over filosofiens grunnlag” i *Exphil I – Filosofi- og vitenskapshistorie*.

¹⁰² Olsen 2004, 26.

¹⁰³ Damsholt, Tine og Dorthe Gert Simonsen og Camilla Mordhorst, red. 2009. *Materialiseringer. Nye perspektiver på materialitet og kulturanalyse*.

konstaterer i bokens første artikkel at ”tingene er vendt tilbake!”¹⁰⁴ Med eksempler fra flere fagfelt, viser de hvordan alle slags ting og gjenstander, inkludert arkitektur, teknologier og kropper, igjen har blitt gjenstand for akademikerne. De påpeker imidlertid at dette ikke innebærer å glemme hva tidligere tenkere har undersøkt, men heller å stille nye spørsmål om hva det materielle gjør i verden, og hvordan det eksisterer konkret i tid og rom.¹⁰⁵ På samme måte mener de man må gå bort fra den tidligere avgrensningen som har blitt gjort innenfor museumsfagene av materiell kultur som en egen kategori. Derfor har de i sin antologi valgt ordet *materialiseringer* i stedet for materiell kultur.¹⁰⁶ Olsen foreslår i sin tekst det han kaller ”en symmetrisk arkeologi”, en likestilt løsning som utgår fra premisset om at verden er bebodd av både mennesker og ikke-mennesker, altså dyr, planter og ting.¹⁰⁷ Denne symmetriske arkeologien der mennesker og ikke-mennesker lever sammen slår meg når jeg ser introen til sesong 36 av *Antiques Roadshow*. Der befinner vi oss i en hypervirkelig versjon av denne verdenen: Et portrett av en kvinne er passasjer i en bil, i en spilledåse dukker det opp en livaktig fugl, på en tallerken med et landskapsmotiv stråler solen, og en lekebamse blunker til oss. Deretter får vi se en gigantisk skip i en flaske, som ser ut til å ha strandet på en ekte strand. Midt i en by står en gigantisk gramfonspiller. Til sist kommer en kvinne sykkelende, med en porselenshund i kurven på styret.



Figur 6 Noen bilder fra introen.

¹⁰⁴ Damsholt, Tine og Dorte Gert Simonsen. 2009. "Materialiseringer. Processer, relationer og performativitet" i *Materialiseringer. Nye perspektiver på materialitet og kulturanalyse*.

¹⁰⁵ Damsholt og Simonsen 2009, 13.

¹⁰⁶ Damsholt og Simonsen 2009, 14-15.

¹⁰⁷ Olsen 2004, 32.

I akademia kan man altså snakke om en materiell vending, som på samme måte som med den språklige vending,¹⁰⁸ markerer et gjennomgående skifte av fokus i vitenskapene. Synet på gjenstandene har altså endret seg, men på hvilken måte har gjenstandene selv endret seg i samme periode?

4.2.3 Gjenstanden i reproduksjonsalderen

Masseproduksjonsalderen startet på 1800-tallet. Der hvor man tidligere hadde brukt mye tid og energi på å lage et møbel, eller bygge et hus, kunne man nå med nye produksjonsmetoder gjøre det billigere og i større opplag. Fra en tradisjon med håndlagde møbler og unike boliger og bruksgjenstander, gikk man til en tid med prefabrikkerte byggelementer og ferdige, masseproduserte møbler og bruksgjenstander. Fra en tid hvor man lagde et møbel eller bruksgjenstand når man hadde behov for det, kunne man nå kjøpe en masseprodusert stol eller en kopp når man trengte den. Mange oppfattet imidlertid disse nye tingene som truende. Det enorme antallet av identiske, masseproduserte gjenstander, de store fabrikkene der de ble produsert, og den voldsomme samfunnsutviklingen som følge av industrialiseringen, gjorde at mange mennesker følte ubehag av den nye tidsalderens anti-sosiale ideer, og de masseproduserte tingene ble sett som fiendtlige.¹⁰⁹ Det oppstod flere ulike reaksjoner på de nye moderne gjenstandene.

De mange nye tingene måtte vises frem. På denne tiden oppstod forløperne for dagens kjøpesenter, og 1800-tallet var også de store industriutstillingenes tidsalder. Den første internasjonale industriutstillingen ble holdt i London i 1851, men det ble også avholdt en hel del mindre industriutstillinger på nasjonalt og lokalt nivå over hele det industrialiserte vesten. Disse utstillingene ble typisk arrangert av ulike selskap, som hadde som formål å fremme nasjonens industri, handel og næringsliv. Utstillingene var svært populære ettersom man der kunne se de seneste nyvinninger som vitenskapen og industrien hadde brakt frem. Stikkord for utstillingene var opplysning og opplæring. Det var imidlertid ikke alt som ble vist frem på utstillingene som var av like god kvalitet. Man så det som en samfunnsoppgave å utdanne de mange designere og håndverkere i en grunnleggende forståelse for form, materialer og funksjon. Forbildene var tidligere tiders kunstindustri, og derfor opprettet man på flere steder

¹⁰⁸ Rogan, Bjarne. 2010. "Tingenes transformasjoner i museet" i Samling og museum: Kapitler av museenes historie, praksis og ideologi, 261-262.

¹⁰⁹ Olsen 2004, 31.

såkalte kunstindustrimuseer.¹¹⁰ Disse museene skulle først og fremst være studiesamlinger, og ble ofte samlokalisert med kunsthåndverkskoler, som i Oslo der Christiania Kunstindustrimuseum som ble stiftet i 1876, ble samlokalisert med Statens håndverks- og kunstindustriskole.¹¹¹ Museet skulle inspirere produsenter, håndverkere og det alminnelige publikum, ved å gi dem tilgang til det beste innenfor norsk tekstil, sølv, smykkekunst, keramikk, glass og møbelkunst.

I mellomkrigstiden og etter andre verdenskrig begynte det å fremtre ideer om det moderne. Den nye verdenen som skulle skapes skulle være uten krig, og med en flat samfunnsstruktur hvor alle hadde like muligheter. Det vokste frem nye underholdningsindustrier, populærkulturer og vi gikk inn i en periode med økt omsetning i de industrialiserte landene. Den tyske teoretikeren Walter Benjamin skrev på midten av 1930-tallet *Kunstverket i reproduksjonsalderen*,¹¹² der han tar for seg hva som skjer med kunstverket i overgangen til den moderne tidsalderen. Teksten ble skrevet på tampen av andre verdenskrig, og fremstår som en kommentar på samtiden og de politiserte forholdene på den tiden. I denne perioden begynte de forholdsvis nye mediene fotografi og film virkelig å slå igjennom som allemannseie. Med dette som utgangspunkt ser Benjamin på kunstens stilling og karakter i samtiden, politisk og kulturelt. Han trekker historiske linjer for å forklare hva han mener er kunstens opphav, og hvor den står i hans samtid. Han peker på hvordan kunst fra tidligere tider nå har blitt gjenstand for reproduksjon i langt større grad enn tidligere i historien. Dette innebærer at kunsten blir tilgjengelig for et større publikum, men Benjamin mener at det også endrer måten ny kunst blir skapt på: "Det reproduerte kunstverk blir i stadig stigende grad reproduksjonen av et kunstverk som allerede fra starten av var tenkt som reproduksjon."¹¹³

Kunsten tilpasser seg altså de nye produksjonsmetodene. Benjamin peker på at dette henger sammen med to verdiplan i kunsten: kultverdien og utstillingsverdien.¹¹⁴ For kunstverk med kultverdi er det viktigste ved dem at de er til, de er magiske, unike og omgitt av en *aura*. Auraen hos Benjamin er kunstverkets unike karakter. En karakter som er vevet sammen med konteksten kunsten har oppstått i, og det enkelte verks livshistorie. Den er en

¹¹⁰ Glambek, Ingeborg. 2010. "Kunstindustrimuseer og den kunstindustrielle bevegelse" i Samling og museum: Kapitler av museenes historie, praksis og ideologi, 96-98.

¹¹¹ Glambek 2010, 99.

¹¹² Benjamin, Walter. 2008. "Kunstverket i reproduksjonsalderen" i Estetisk teori – En antologi.

¹¹³ Benjamin 2008, 220 (4).

¹¹⁴ Benjamin 2008, 221-222 (5).

kvantitativ størrelse som kan *fornemmes*, og er i så måte vanskelig å måle. Det blir klarere hva som menes med auraen når vi kommer til kunstverkene som har mest utstillingsverdi. Disse verkene, mener Benjamin, har betydelig mindre aura enn de med mest kultverdi. Dersom man tar et verk ut av ritualet, for eksempel ved å lage en reproduksjon av en statue i et gresk tempel, får man straks et nytt verk med større utstillingsverdi, det vil si det er lettere å stille det ut, og det blir mer tilgjengelig for publikum, men dette verket har lavere kultverdi og mindre aura, samtidig som det stjeler en bit av originalens aura. Før den moderne tid har man altså flere tilskuere enn kunstverk og kunstverkene er tilgjengelige for få, og i den moderne tid får man flere kunstverk enn tilskuere og kunstverkene er tilgjengelige for mange. Men disse nye verkene har altså mistet sin aura, sitt her-og-nå.¹¹⁵

Vi kan koble Benjamins aurabegrep til Pierre Noras begreper minne og historie. Da vil auraen være knyttet til minne, og hukommelse og historieskriving knyttet til reproduksjon. I Kunstverket i reproduksjonsalderen behandler Benjamin først og fremst billedkunst, malerier og skulpturer, når han sammenligner med de nye mediene fotografi og film. Han bruker også flere andre eksempler, og uten at han kommer inn i noen diskusjon om hva som kan være et verk, tror jeg han har en ganske bred forståelse av hva som kan utgjøre gjenstanden for betrakteren. Han har blant annet eksempler fra naturen, og arkitekturen. Selv om man kan si at han har en bred forståelse av dette er det ikke sikkert at man kan overføre alle sider av hans teorier på hvilke som helst slags gjenstander. Særlig gjelder dette aurabegrepet. Allikevel er det en grunnleggende forståelse, som de fleste kan forholde seg til, av noe ekte – og reproduksjonen av det samme, eller noe som er laget med det for øyet.

Gjenstandene i Antiques Roadshow forekommer i alle kategorier, men helt generelt kan man si at det er en hovedvekt av masseprodusert dekorativ kunst. Mange av de har ifølge Benjamins begreper ingen aura. Men allikevel har eierne sterke forhold til gjenstandene sine, ulike vitnesbyrd som de får lov til å dele på skjermen. Vi har sett hvordan gjenstandene har gått fra å være ubetydelige til å bli viktige meningsbærere, men vi har også sett at gjenstanden ikke kan formidle sitt innhold alene. I Antiques Roadshow blir gjenstandene formidlet av de som kjenner de best – deres eiere.

En av kjennetegnene ved museumsgjenstanden er at den er en del av det vi forstår som et museum. Der betrakter man kanskje gjenstandene mer intenst enn i dagliglivet. Vi er så vant

¹¹⁵ Benjamin 2008, 226 (9).

til å ha materielle møter med gjenstander, at vi ofte ikke tenker på hva de betyr for oss. Men også noen av de mest dagligdagse gjenstander kan fortelle vitnesbyrd om mennesker og våre omgivelser, det kommer bare an på hvem som formidler dem.

Janet Marstine beskriver i *New museum theory and practice* at den nye museologien tar utgangspunkt i at arbeidet som utføres i museer ikke er nøytralt.¹¹⁶ Avgjørelsene følger av eksisterende verdssystemer som har blitt formet gjennom museenes institusjonelle historie:

Traditionally, museums frame objects and audiences to control the viewing process, to suggest a tightly woven narrative of progress, an 'authentic' mirror of history, without conflict or contradiction.¹¹⁷

Den nye museologien fokuserer på at museer har stor definisjonsmakt, og vil lede publikum til å forstå dets fremstillinger som en objektiv sannhet. Gjenstander stilles ut i hierarkiske systemer og formidles på en måte som forsterker museenes autoritet om hvordan den kollektive historien og kulturarven fremstilles. Dette passer beskrivelsen av historiegrafisk angst, som vi så hos Pierre Nora.

Vi har sett på noen utviklinger i produksjon og bruk av gjenstander. Vi har også sett hvordan disse utviklingene har forandret hvordan gjenstander har blitt forstått av mennesker. Gjenstander finnes overalt, men det finnes flere ulike gjenstandshierarkier. For dagligdagse gjenstander sin del kan ny kontekster gi nye opplevelser av dem. Men må denne dialogen være begrenset til museets stedbundne bygninger? Eller kan vi tenke oss en musealiserende formidling på andre plattformer?

¹¹⁶ Marstine 2008, 2.

¹¹⁷ Marstine 2008, 5.

4.3 Formidling

”Fjernsynsseing kan fylle mange funksjoner samtidig. Å se fjernsyn betyr å slappe av etter en skoledag. Det kan også være en måte å dyrke felleskap med familie eller venner på. Men vi ser også fjernsyn for å se programmer som kan gi informasjon og kunnskap.”¹¹⁸

Teksten over er hentet fra et hefte utgitt i år 2000 med støtte fra barne- og familiedepartementet. Som det passer seg for et offentlig informasjonshefte prøver man her å se på alle sidene ved tv-mediet. Heftet beskriver de mange positive effektene ved tv-titting, men inneholder også råd til foreldre om å se tv sammen med sine barn, og begrense tidsbruken foran skjermen. I slutten av heftet skjer det noe – nyvinningen internett presenteres. Ved overgangen til et nytt årtusen var tv-mediet i ferd med å endre form. Mulighetene som lå i samspillet mellom internett og skjerm skulle kaste oss inn i den digitale tidsalder. I dagens medielandskap dukker det opp stadig flere fenomener helt i randsonen av hva man forbinder med museer. Tv-skjermer og hørekløkker har allerede blitt standard inventar i museumsutstillinger. Vi behøver heller ikke lenger å besøke museet for å få en museumsopplevelse. På museenes hjemmesider finner vi digitale utstillinger og på Digitalt Museum¹¹⁹ kan de besøkende selv velge ruten fra gjenstander til fortellinger til fotografier. Med et tastetrykk kan vi besøke noen av verdens største kunstmuseer gjennom google,¹²⁰ og bevege oss virtuelt fra rom til rom. Har du en smarttelefon kan du gå rundt en gammel kirkeruin og se hvordan den så ut i fortiden, mens du får servert dens historie, og kanskje får du også se bilder og høre tidsriktig musikk. Nå kan vi sitte hjemme i stua og stemme på hvilke av gjenstandene på tv som burde stilles ut på museum,¹²¹ eller gjette på hvor mye de kan være verdt.¹²² Interaktivitet har blitt normen. Dagens medielandskap kan best beskrives som hypermedialt,¹²³ en ”virtuell, brukergenerert verden”¹²⁴ hvor vi besøkende forventer å selv kunne velge hva vi skal oppleve, og hva vi vil lære. Publikum vil være sine egne kuratorer. Kanskje er det derfor på tide å utvide grensene for hva vi tenker på som tradisjonell formidling?

¹¹⁸ Fra ”Barn og Unges Medieverden: Informasjon og veiledning til foreldre” 2000.

¹¹⁹ Digitalt Museum 2014.

¹²⁰ Google Art Project 2014.

¹²¹ Americas Lost Treasures, National Geographic 2012.

¹²² Antiques Roadshow, sesong 37. BBC 2014.

¹²³ Liestøl, Gunnar & Rasmussen, Terje. Digitale Medier. En innføring. 2007, 45.

Gates, Bill. *Veien mot fremtiden*. (Oslo: Hjemmets Bokforlag, 1995), 101.

¹²⁴ Stortingsmelding nr. 49 (2008-2009), boks 4.1, om Rockheim.

Formidling som begrep er et forholdsvis nytt fenomen. I Norge ble det vanlig under den demokratiske tankegangen på slutten av 1970-tallet, da det ble bygget opp en selvstendig kulturpolitisk struktur med blant annet Statens Kulturråd, og diverse andre forvaltninger som gjorde at kulturpolitikk fikk en høyere prioritet i samfunnet og ble forstått som et selvstendig politisk område.¹²⁵ Man ble opptatt av hvilken rolle museet kan spille i samfunnsutviklingen, og det ble større fokus på å kommunisere til publikum. Dermed var man på vei bort fra museet som en tilbakeskuende, bevarende institusjon.

Målet med formidling er å bygge ned den høye terskelen som finnes, slik at museet blir tilgjengelig for alle. I dag er formidling som begrep innarbeidet som et av museets arbeidsområder, men det er enda ikke fastsatt. Hva som egentlig menes med formidling, eller hvilke arbeidsoppgaver som knyttes til dette arbeidsområdet er fortsatt under utvikling, akkurat som museene fortsatt er det.

Den norske kulturviteren Geir Vestheim er en av dem som har pekt på identitetskrisen dagens museer befinner seg i. Den samme utviklingen som Annie Coombes viste til i tiden etter 1900, hvor museene i Storbritannia konkurrerte med datidens koloniutstillinger, ser vi i vår tids museer som i mye større grad enn tidligere må konkurrere med andre kilder til underholdning. Det kan være fornøylesparker, vitensentre, kino, tv og dataspill, som krever oppmerksomheten til det samme publikumet. Museet har dermed havnet i samme kategori som disse andre aktørene, og blitt trukket inn i det Vestheim kaller et kretsløp av *kulturkonsum*.¹²⁶ Museet har gått fra å være en bevaringsinstitusjon for vår kollektive fortid, til å bli en institusjon som i større grad enn før aktivt deltar i samfunnets utvikling og fungerer som en læringsinstitusjon. Tradisjonelt er det den utdannede mellomklassen som har besøkt museene mest, men i dag rekrutteres publikum fra alle lag av folket. Samtidig som publikum har endret seg, har også deres motivasjon for å gå på museum forandret seg. Dagens publikum har større forventning til opplevelse og aktivitet enn til kunnskapstilnærming.¹²⁷ Museene opplever ulike krav fra publikum om hvilke roller de skal fylle, samtidig som de må finne nye roller. Ifølge Vestheim har museene som oppgave å opplyse og oppdra publikum, men for å gjøre seg attraktive og nå ut til publikum kan

¹²⁵ Vestheim 1994, 23.

¹²⁶ Vestheim 1994, 18.

¹²⁷ Vestheim 1994, 17.

museene tvinges til å gå på akkord med sine egne faglig-etiske retningslinjer.¹²⁸ De skiftende forventningene til hva et museum skal være, preger diskusjonen om hva som er museenes egenart. Ifølge Vestheim må museene redefinere sin rolle, fordi museet er en type kulturinstitusjon som ikke kan unngå å bli påvirket av strukturelle endringer i samfunnet.¹²⁹ Dette gjenspeiles også i den offentlige utredningen Kunnskap for fellesskapet fra 2006, som tok for seg de norske universitetsmuseenes utfordringer i årene som kommer:

*Publikums varierende krav, forventninger og forutsetninger byr på utfordringer for universitetsmuseene. Formidlingen skal kunne tilfredsstillende skolens krav til læreplaner, det allmenne publikums forventninger om kunnskap og opplevelse, forskerens krav til vitenskapelig etterrettelighet og reiselivets behov for det karakteristiske og særegne.*¹³⁰

Lisa Corrin peker også på museenes identitetskrise. Alle de nye forventningene til hva et museum skal være, har brakt med seg spørsmål om hva som egentlig er formålet med museet, hva som er dets publikum og hvilke prosesser som ligger bak museenes praksis.¹³¹ Museene må undersøke sin egen infrastruktur og sine egne verdisyn, for å finne ut hva som har utviklet det gapet som finnes mellom det samfunnet ønsker av museet, og det museet er i dag. Denne selv-studien kan de bruke til å endre sin daglige praksis, i alt fra formidlingsprogram, styringssett og strategier.

"It is time for a radical examination of the museum's role in society, or else museums are likely to "find themselves dubbed 'living fossils.'"¹³² This means broadening the definition of who is "qualified" to offer alternative paradigms for the museums of the future."¹³³

En kulturpolitikk som ikke er i takt med samfunnet for øvrig mister sin legitimitet. Argumenter som tidligere var gangbare blir ugyldige, og derfor søker kulturpolitikken alltid til en ny legitimitet. Dette er ofte drevet av økonomiske målsetninger. Kulturpolitikk er som all annen politikk, en måte å oppnå ulike mål for å skape forandringer i samfunnet. Hvilke mål som skal oppnås endrer seg til en hver tid ut ifra hvilke interesser staten har. Når man bruker kulturpolitikk for å utvikle borgerne og utvide deres delaktighet i kulturen, kan man si

¹²⁸ Vestheim 1994, 44.

¹²⁹ Vestheim 1994, 26.

¹³⁰ NOU Norges offentlige utredninger 2006, Kunnskap for fellesskapet. Universitetsmuseenes utfordringer, 8; 27.

¹³¹ Corrin, Lisa. "Mining the Museum: Artists Look at Museums, Museums Look at Themselves" i Bettina M. Carbonnel, *Museum studies: An anthology of contexts*. (West Sussex: Wiley-Blackwell, 2014), 329.

¹³² Corrin siterer her Peter Vergos *The New Museology*.

¹³³ Corrin 2014, 331.

at man bruker kulturpolitikken instrumentelt.¹³⁴ Motivene kan være å markedsføre en by eller en region for å lokke turister eller innflyttere dit.

Et eksempel på en slik strategi som har blitt populær de seneste år er økomuseet. Et økomuseum tar utgangspunkt i at mennesker har en referanseramme i nærmiljøet og lokalsamfunnet. Den norske museologen John Arne Gjestrum beskrev i 1993 idéen bak økomuseet på denne måten:

Økomuseets idé er knyttet til menneskers behov for å kjenne og forstå det sted der de kanskje tilbringer mesteparten av sitt arbeids- og sosiale liv. Bare ved slik forståelse kan enkeltmennesket ta stilling vis-à-vis fortida og de prosesser som har påvirket stedet og menneskene der.

Tanken er at ved å benytte seg av lokale samfunnskrefter i museumsarbeidet, kan man utvikle lokalsamfunnet på en positiv måte.¹³⁵ Det er området og kulturarven som finnes der som sammen med befolkningen utgjør fundamentet i denne type museer. Gjenstander og utstillinger spiller ikke en så sentral rolle som i det tradisjonelle museet. I stedet fokuseres det på den kunnskapen som finnes om området og dets historie.¹³⁶ Gjestrum beskriver hvordan økomuseumstanken, som startet som en kritikk av museene, kan bli de tradisjonelle museenes redning. Det vil innebære en omdefinering av den tradisjonelle institusjonens karakter – en sprengning av veggene i museet, slik at de igjen kan bli et redskap for bevaring og stedforståelse i lokalsamfunnet.¹³⁷ Det tradisjonelle museet har tidligere vært avhengig at samfunnet det henvender seg til oppfattes som en homogen enhet, som har tilgang til samlingene i en fysisk bygning.¹³⁸ Økomuseet viser oss en annen tilnærming til oppfatningen om at museets praksis må være begrenset til museet. Økomuseet bringer i stedet flere nye funksjoner innenfor museets spillerom. Peter Davis beskriver denne nye tankegangen ved å sammenligne den med et økologisk forståelse av sammenhengen mellom museum, samfunn og sted:

Like all species, the museum is in competition with its close relatives, as well as those occupying the adjacent communities of sport and media. In nature animal species compete for resources in terms of energy and living space, and both competitive exclusion and coexistence occur.

¹³⁴ Vestheim 1994, 39.

¹³⁵ Norsk Offentlig Utredning 1996 Museum, mangfold, minne, møtestad. 1996:36.

¹³⁶ Davis 2007, 57.

¹³⁷ Gjestrum, *John Aage*. "Fra folkemuseum til økomuseum: Økomuseumsbegrepet – en fornyelse av museumsinstitusjonen og et viktig instrument for lokalsamfunnet" i Nordisk Museologi (2001), 39.

¹³⁸ Davis 2007, 62.

Der man før henvendte seg til et begrenset publikum, henvender man seg nå til en utvidet andel av befolkningen i området.¹³⁹ Målet er å vise frem kulturen i området *in situ*, derfor blir bygninger og gjenstander ikke flyttet til et sentralt museum, men blir stående der de er. Sentralt i denne tankegangen blir derfor formidling. I stedet for å samle gjenstandene, må publikum oppsøke de er. Har kan jeg trekke en linje til Antiques Roadshow, som oppsøker steder, gjenstander og mennesker der de er, i stedet for å be dem om å komme til dem. Etter at innspillingen er over, får gjenstandene lov til å returnere til der de kom fra.

Jeg tror at denne typen museumsforståelse er fremtiden, og at den effektivt kan kombineres med den digitale verdenen vi lever i. Økomuseumstanken venter bare på å omstruktureres for å passe inn i dagens digitale virkelighet. I boka Økomuseumsboka: identitet, økologi, deltakelse: ei arbeidsbok om ny museologi, beskriver Gjestrum fire måter økomuseet kan bidra til endring i samfunnet. For det første kan de bidra til å minske klasseskiller, også de som er betinget av utdanningsnivå. For det andre kan de fremme en tverrfaglig kunnskapsutvikling og formidling. For det tredje kan de øke evnen til kreativt initiativ hos lokalsamfunnet. Dette gjøres ved å legge overordnede globale verdier til grunn.

Museet er altså ikke begrenset til å være en tilbakeskuende historisk institusjon, men kan være en aktiv pådriver i samfunnsutviklingen ifølge økomuseumstankegangen. utfordringen i vår tid er hvordan denne tankegangen kan videreutvikles og tilpasses en stadig mer digital verden. Det er et faktum at stadig mer av informasjonen som formidles til oss i løpet av en dag kommer via skjermer. Denne faktoren var en av grunnene til at jeg valgte å se nærmere på skjermbasert formidling i denne oppgaven. Spørsmålet er nå: Kan vi bruke teoriene rundt økomuseet til å forstå mer av Antiques Roadshow som fenomen?

4.3.1 Hvordan formidler Antiques Roadshow?

Til nå har vi hatt mest fokus på tv-sendte episoder av Antiques Roadshow. Faktum er at Antiques Roadshow egentlig er to ting: et tv-sendt program, og en *event*. Selve innspillingsdagen har form som en slags åpen dag, og er slik sett et gjenkjennelig fenomen i museumslandskapet. Den store hoveddelen av innspillingene foregår utenfor et museum av en eller annen type, eller en beslektet institusjon som et minnesmerke, en skole eller lignende. Jeg har sett på hvordan programmet formidler stedet de befinner seg på, og hvilken effekt

¹³⁹ Davis 2007, 69.

dette har på gjenstandene som formidles. I programmet er fortellingene knyttet til personer, gjenstander eller steder. Men fortellingene *knytter* også sammen personer, gjenstander og stedet. Nye fortellinger ”skapes” når gjenstander formidles i sammenheng eller i møtet mellom ekspert og gjenstand. I episoden fra Scone Palace fortelles nye historier om Skottland, ved Scottish National Gallery of Modern Art, nye historier om skotsk kunst. Det finnes flere *fortellere* i programmet, der programlederen oftest utgjør den viktigste. Som nevnt er programleder Fiona Bruce utdannet journalist, slik som flere av hennes forgjengere i programmet. Dette er med på å bidra til et fokus på historiefortelling i flere av segmentene i programmet, slik som i scenen fra Scone Palace, hvor hun intervjuer en av de ansatte om The Stone of Scone. En av drivkreftene er besøkernes historier, som programmet er, foruten gjenstandenes provenienshistorier, en blanding av sosial og kulturhistorie som bruker minner som kildemateriale. Det er en slags samtidshistorie, og som journalist er det Fiona Bruces’ jobb å finne de gode historiene i løpet av dagen og knytte dem til episodenes *grand narrative*.

Michelle Henning skriver i sin bok *Museums, Media and Cultural Theory* om hvordan museer og spesielt museumsutstillingen kan forstås om et medium. Hun tar utgangspunkt i en bestemt oppfattelse av den moderne tidsalder, og de endringer den medfører. Dette kan knyttes til beskrivelsene av post-museet. Henning skriver at tiden vi lever i nå endrer selv de tingene vi trodde var evige: hukommelse, materialitet, våre tanker om erfaring og selvet.¹⁴⁰ Tradisjonelle museer stammer fra en tid før modernismen, og må derfor tolkes på nytt i vår tid for å utrede hvor de hører hjemme i et nytt medielandskap.¹⁴¹ Derfor kan det være nyttig å bruke medievitenskap for å sette en ny teoretisk ramme rundt museet.¹⁴² Hun definerer media ved å peke på den tradisjonelle kommunikasjonmodellen, og avgrenser feltet ved å sitere Ian Angus’ mediabegrep:

Media are thought of as technologies of communication (such as print, telegraphy, television, film), as distinct from technologies used for other purposes (carpets as a technology, or food technology).

Museet passer ikke umiddelbart i mediebegrepet, ettersom de tradisjonelt har lagt stor vekt på autentiske gjenstander, til forskjell fra representasjoner. Men dette synes å oppheves ved framveksten av de nye teknologiene, som Henning understreker ved å vise til

¹⁴⁰ Henning 2006, 2.

¹⁴¹ Henning 2006, 3.

¹⁴² Henning 2006, 70.

mediehistorikeren Friedrich Kittler: Fordi museer har som formål å lagre, reprodusere og formidle kunnskap, kan man i stedet argumentere for at alle medier er like museet, og komme frem til samme utgangspunkt for sammenligning.

Jeg har som utgangspunkt i denne oppgaven at Antiques Roadshows tv-baserte formidling har flere likhetstrekk med tradisjonell museumsformidling. Et av de viktigste formidlingsverktøyene for det nye museet er film, derfor vil jeg i det følgende se nærmere på hva en fornyet bruk av filmmediet vil kunne bidra med i sammenligningen av formidlingens virkemidler på tv og på museum.

I dag finnes filmmediet allerede i mange museumsutstillinger, der det fungerer som formidlingsredskap. Hvis vi følger Hennings multimodale perspektiv på læring, kan vi se at film, på samme måte som museet utgjør et tegnsystem. Der museet kombinerer flere ulike tegnsystem som gjenstander, bilder, tekster og romlighet, kan filmen også kombinere disse, men i en annen form. Hvis vi, som i Hennings bok, velger å se utstillingen som et medium, innebærer det også en alternativ forståelse av det tradisjonelle museets rolle. Både museene og de offentlige kringkastningstjenestene har et viktig ansvar for formidling av informasjon, og dersom utstillinger kan forstås som massekommunikasjonssystem, blir ikke sammenligningen mellom offentlige museer og offentlige kringkastere som BBC så søkt. Museer er demokratiske institusjoner, det samme er kringkastningen. De har et ansvar for å ta publikum på alvor, og historieformidlingen må ikke legge skjul på at det er mye som ikke vites om historien. Publikum bør derfor inviteres til å ta del spørsmålene, og være med på å forme formidlingsinnholdet.

En av fordelene med å bruke film som formidlingsverktøy er at det er bedre egnet til å stimulere og engasjere den gruppen besøkere som ikke har teksten i en utstilling som sin hovedkilde.¹⁴³ Filmen har en evne til å omslutte besøkeren, og skaper en følelse av fordykning. Et filmminslag i en utstilling kan også bidra til å levendegjøre, med for eksempel mennesker med tilknytning til temaet som forteller om sine erfaringer.¹⁴⁴ Film på museum har lenge vært knyttet til film som kunstinntallasjon, og filmens potensial som formidlingsverktøy på kulturhistoriske museer er i liten grad undersøkt.

¹⁴³ Hughes, Philip. *Exhibition Design* (London: Lawrence King, 2010), 163.

¹⁴⁴ Hughes 2010, 165

4.3.2 Museum, film og læring

Underveis til det mangfoldige tv-landskapet vi ser i dag, har filmens utvikling spilt en sentral rolle i å forme hvordan steder og gjenstander kan formidles på skjermen. Filmen er et ungt medium, i alle fall sammenlignet med de tradisjonelle kunstformene litteratur, musikk, dans og teater. Allikevel er det vanskelig å forestille seg en verden uten film i dag.

Den første offentlige filmvisningen ble gjort av brødrene Lumière i Paris i 1895. Filmens popularitet vokste raskt, og ble en vanlig form for underholdning. Etter hvert ble det også en viktig kilde til nyheter, og det er den første historieformidlende kvaliteten. Her i Norge er Filmavisen det første eksempelet. Dette var nyhetssendinger som ble vist i kinoer i by og bygd, og ble spesielt viktige i tiden etter andre verdenskrig. Filmavisen ble produsert frem til 1963, da fjernsynet hadde tatt over som den viktigste nyhetskilden. Fjernsynet tok etter hvert over som nyhetsformidler, og hadde evnen til å skape helt andre øyeblikk enn filmen, og ble en del av privatsfæren. En milepæl i tv-historien kom i 1969. Månelandingen sementerte tv-mediet i folks oppfatning som sannferdig, umiddelbart, og verdensomspennende. I dag antar man at det var ca. 1/5 av verdens befolkning som faktisk så denne sendingen. Det er jo på langt nær hele verden, men månelandingen 1969 er trolig den ene hendelsen som etablerte folks oppfatning av tv-mediet som formidler av sannhet. Noe av det seerne husket best fra denne sendingen var det første bildet tatt av jorda fra verdensrommet. Et bilde av menneskehetens delte skjebne.

Året etter, i 1970 kom VHS-kassetten, en forkortelse for Video Home System. Nå ble det for alvor snakket om kinoens død.¹⁴⁵ I Hollywood fryktet man at folk foretrakk å se filmene hjemme hos seg selv når de ble sluppet på VHS, fremfor å gå på kino. Dessuten kunne kundene selv kopiere og spre filmene videre! Men videokassetts trussel mot filmindustrien viste seg å være overdrevet, og fra 1980-tallet og fremover vokste hjemmevideomarkedet og omsatte etter hvert for millionbeløp.¹⁴⁶ I løpet av 2000-tallet ble videokassetten erstattet av andre lagringsmedier, og bekymringen for filmindustriens kollaps ble i stedet koblet til fildeling på internett, til den også fant lovlige former gjennom streamingtjenester. I dag kan vi se film og tv nesten overalt og når som helst på datamaskiner, mobiltelefoner og nettbrett. Vi ser for å bli underholdt, og kanskje for å lære oss noe nytt. Kort sagt har film og tv gått fra å være nymotens oppfinnelser til en del av vår hverdag på under et århundre. At skjermene er stadig tilstedeværende i våre liv er sannsynligvis en av

¹⁴⁵ Gates, 1995, 230.

¹⁴⁶ Bordwell, David & Thompson, Kristin. *Film Art: An Introduction*. (Boston: McGraw Hill, 2008), 680-681.

årsakene til at de nå har blitt et vanlig innslag i museumsutstillinger. Vi ser dermed at filmen ble en del av museet. I introduksjonen lanserte jeg begrepet museums-tv som en avgrensning av studiefeltet, hvordan kan museet bli en del av filmen?

Kjennetegnet til historisk film er en type film som forsøker å vise hvordan noe var før i tiden. Tankene går da kanskje til kostymedramaer og filmer om andre verdenskrig, men historisk film er mer enn dette. Det kan være biografiske filmer om historiske personer eller en dokumentarfilm som systematisk redegjør for et historisk hendelsesforløp, og bruker virkemidler som intervjuer, presentasjon av spesielle steder eller delvis dramatiserte historiske hendelsesforløp. Det kan også være illustrerende filmer som er produsert for å være en del av en museumsutstilling, og derfor allerede finnes på kulturhistoriske museer. Selv om disse eksemplene kan være ulike, har formidlingen i de en felles relevans her, da de alle handler om hvordan mennesker møter, behandler og formidler historie gjennom film. Det har vært en utvikling innen historieformidlende film og tv som setter spørsmålsteget ved museets grenser og deres rolle i den aktuelle sosiale og kulturelle diskurs. Jeg skal komme med noen eksempler. Det jeg mener skiller ut museums-tv, er et genuint ønske om å formidle en historisk sammenheng, og ikke bare en redegjørelse av en historie eller et fenomen. På samme måte som museet, tar man da utgangspunkt i et enkelt fenomen eller en enkelt gjenstand, for å beskrive en større helhet.

I programmet *Historieätarna*¹⁴⁷ på SVT, tar man utgangspunkt i måltidet for å fortelle historier om ulike tidsperioder. I hver episode tar de for seg en ti-årsperiode, og forsøker å formidle hvordan livet kunne arte seg for et menneske under denne tiden. Ved å se nærmere på hvordan de bodde, hva de jobbet med og helt spesifikt hva de spiste – forsøker programlederne gi seeren en fordypet forståelse av en historisk epoke. Programlederne bruker historiske klær, bor i historiske omgivelser og tar for seg den aktuelle epokens kulturelle uttrykk. Dermed får man en direkte tilnærming til både materiell og immateriell kulturarv, eksperimentell arkeologi og tradisjonell historieformidling – samtidig. Programmets form kan sammenlignes med en eldre programserie fra BBC som startet med programmet *Victorian Farm* (2009)¹⁴⁸, og som senere ledet til programmene *Victorian Pharmacy* (2011)¹⁴⁹, *Edwardian Farm* (2010)¹⁵⁰, *Wartime Farm* (2012)¹⁵¹, *Tudor Monastery Farm*(2013)¹⁵² og

¹⁴⁷ *Historieätarna* 2012, SVT.

¹⁴⁸ *Victorian Farm* (2009), <http://www.bbc.co.uk/programmes/b00grv47>

¹⁴⁹ *Victorian Pharmacy* (2011), <http://www.bbc.co.uk/programmes/b00ylych>

¹⁵⁰ *Edwardian Farm*, (2010) <http://www.bbc.co.uk/programmes/b00w15jc>

¹⁵¹ *Wartime Farm* (2012), <http://www.bbc.co.uk/programmes/b01mmt8t>

Secrets of the Medieval Castle¹⁵³, som blir sendt denne høsten på BBC2 (2014). Alle disse programmene er ledet av historiker Ruth Goodman, og arkeologene Peter Ginn, Alex Langlands og Tom Pinfold. I programmet formidles både materiell og imateriell kulturarv; håndverk, produksjonsmetoder, matlagning, krigsforberedelser, sang, teater og kirkekultur, for å nevne noe. Programmer som disse gir seerne et innblikk i historien, som kan sammenlignes med et besøk på et folkemuseum eller et økomuseum. Forskjellen er at man når ut til et større publikum, og opplevelsen er komprimert til programmets lengde.

Andre tv-programmer går dypere inn i museenes praksis og arbeidsmetoder. Eksempler på slike programmer kan være Time Team, produsert av britiske Channel Four. Programmet følger en gruppe arkeologer, og hver episode tar for seg en utgraving som foregår over tre dager. Utgravningsstedene blir ofte foreslått av programmets seere! Et annet eksempel er slektsforsknings-serier som Who Do You Think You Are? fra 2004, utviklet av produksjonsselskapet Wall to Wall for BBC. Denne serien har senere blitt produsert i samme format i flere andre land, også Norge. I serien følger vi en kjent person som undersøker sin slektshistorie. Man går ikke helt konkret inn i prosessen, men det er et rikt innslag av arkivarer, historikere og slektsforskere som deltar i programmet, og forklarer grunnleggende prinsipper for slektsforskningen. Historiene i programmet settes ofte i sammenheng med større fortellinger om samfunnet, viktige hendelser, eller en bys utvikling. Man kan ane at det på forhånd har blitt gjort et utvalg i materialet, og man har valgt å formidle den delen av personens historie som er mest interessant for allmennheten.

Et annet program som jobber med utvelgning av historier er Americas Lost Treasures, produsert av National Geographic i 2012¹⁵⁴. Programmet har som mål å fortelle de ukjente historiene om USA. I en akademisk oppgave som dette må jeg advare om at programmets metoder til tider er svært ukonvensjonelle. Det bærer også preg av å være sterkt regissert, selv om det gir inntrykk av å være spontant. I programmet reiste historikerne Curt Doussett og Kinga Philipps til ulike museer i hele USA for å velge ut gjenstander til en utstilling på National Geographics eget museum i Washington. Gjenstandene de valgte mellom ble presentert av lokalbefolkningen på hvert sted, på denne måten lignet programmet Antiques Roadshow ved at de aktivt gikk inn for å presentere gjenstander i privat eie. Doussett og

¹⁵² Tudor Monastery Farm (2013) <http://www.bbc.co.uk/programmes/b03pmlbm>

¹⁵³ Secrets of the Medieval Castle (2014)
<http://www.bbc.co.uk/programmes/b04sv5nc/episodes/guide>

¹⁵⁴ Americas Lost Treasures, National Geographic 2012.
<http://channel.nationalgeographic.com/channel/americas-lost-treasures/>

Philipps valgte deretter ut to gjenstander hver, og andre del av programmet går ut på å etterforske disse gjenstandenes proveniens for å endelig bestemme seg for en av dem. Metodene som blir brukt er alt fra tekniske undersøkelser som røntgen, til besøk hos forskjellige museumseksperter som konservatorer, paleontologer, og så videre. Programmet bruker også ukonvensjonelle eksperter som for eksempel når en jazzmusiker får uttale seg om et instrument, eller en paiute-indianer som får uttale seg om en kurv, uten at de kan bekrefte noe om gjenstandenes alder eller proveniens. I tillegg ble noen av gjenstandene utprøvd, en saksofon ble prøvespilt og en pistol prøveskutt! Til slutt hadde de to historikerne valgt seg en gjenstand hver, og da lå valget hos museumsdirektøren ved det museet programmet besøkte i den enkelte episoden, å velge ut den gjenstanden som ville bli en del av den endelige utstillingen i Washington. Programmet hadde, på tross av tydelig regi og ukonvensjonelle metoder, et stort fokus på publikumsinvolvering. Hvilket bringer oss videre til et annet program med sterk involvering fra publikum.

Det hände här¹⁵⁵ er et originalt format utviklet av SVT i 2013. I programmet reiste programleder Anders Lundin rundt til mindre steder i Sverige, sammen med historikerne Bo Eriksson, Anna Maria Forssberg og Lisa Hellman. Historikerne fikk tre dager på seg til å velge seg en historie fra lokalsamfunnet, dette ble gjort ved å snakke med folk på gaten, intervjuere eldre mennesker, og holde ”åpent hus” i et samfunnslokale. Historiene ble deretter undersøkt ved hjelp av lokale historikere, hembygdsforeninger,¹⁵⁶ kirkebøker osv. Historiene blir deretter delvis dramatisert gjennom en filmatisk sekvens, som vises for tv-seerne. Den siste dagen samlet programmet innbyggerne på en sentral plass, og stemte over hvilken historie som var best. Deretter ble et sted i området omdøpt for å minne lokalbefolkningen om denne historien. Programmet var eksperimentelt og fikk lave seertall. Det har ikke blitt forlenget til en ny sesong, men i de stedene de besøkte har serien satt varig stempel etter seg ved å døpe om et sted.

Alle disse programmene bruker eller tematiserer altså museologiske praksiser for å bearbeide måten de formidler historie på. Gjennom innhenting av materiale ved å oppfordre folk til å delta, gjøre utgravinger eller undersøke en bestemt historie – formidler de historier ved å levendegjøre de på skjermen. Mange av disse levendegjøringene er ressurskrevende, som å gjenscape livet på en viktoriansk gård, lage måltider med historisk mat, dramatisere et lokalt

¹⁵⁵ Det hände här. 2013. <http://www.svt.se/det-hande-har/>

¹⁵⁶ En svensk hembygdsforening har flere likhetstrekk med et norsk historielag. Det kan allikvel være visse ulikheter, så jeg velger å bruke den svenske betegnelsen.

sagn, følge en arkeologisk utgraving eller gjøre tekniske undersøkelser av gjenstander som ikke eies av et museum. Disse formidlingsformene kan derfor formidles mer effektivt på tv, enn på museum – hvis hovedformålet er å nå et større publikum. Tv har en annet tidstemporalitet enn museet. Derfor kan man formidle hvordan man gjør en arkeologisk utgraving, eller hvordan man dyrker korn – fra såkorn til innhøsting, i løpet av noen minutter på skjermen. Tv-mediet har derfor muligheten til å formidle en sammenheng mellom flere ledd i en prosess, mer effektivt. Det mest kjente eksempelet er matlagnings-tv, hvor man kan hoppe over steketiden i ovnen, eller vise den i rask film. Det kan være et eksempel på en prosess som ville være ganske monotont på tv.

Ønsket om at formidlingen skal gå raskt og effektivt er heller ikke en ukjent problemstilling ved museer. Ekstra populære utstillinger kan ha tidsbegrensninger for hvor lenge man får oppholde seg i et rom, som i det Sikstinske Kapell i Vatikanmuseet, eller andre virkemidler for å fremskynde prosessen. I utstillingen av de engelske kronjuvelene i The Tower of London har man plassert rullende fortau forbi de mest populære gjenstandene, for å unngå kø. På Edinburgh Castle, der de skotske kronjuvelene og The Stone of Scone vises frem, har man ikke samme muligheten. Gjenstandene er etter plassert i et lite hvelv, og det blir lett kø midt på dagen. Derfor har man dekorert køområdet med veggmalerier, som beskriver ulike stadier i Skottlands historie. Dette er også vanlig i fornøylesparker, og kalles pre-ride. Museer benytter seg altså av tidsstyringsmekanismer på samme måte som tv gjør det. Målet om at formidlingen skal gå så raskt som mulig er imidlertid ikke udelt positiv. Læring tar tid, men dersom man har mange besøkere, er det en måte å sikre et godt tilbud på der plassen er begrenset. Tv-mediet er derimot ikke stedbundet, og kan også gjøre det motsatte av denne tidsinnskrenkningen. Dette ser vi som en spennende utvikling i norsk tv de siste årene med minutt for minutt-programmene. Her kan man følge en reise fra start til slutt, og det var slik det startet med å filme Bergensbanen fra Oslo til Bergen, og sende det direkte på tv. Deretter filmet man hurtigrutas reise fra Bergen til Kirkenes. Sendingen tok syv dager og hvert minutt ble sendt direkte på skjermen. Man kan også filme hele prosesser. Eksempler på dette er Nasjonal Bålkveld, hvor man fulgte felling av trær, opphugging til ved, og til sist bålet som fikk brenne helt ned på skjermen. Eller Nasjonal Strikkekveld hvor man viste hvordan en genser blir laget, fra klippingen av sauene til den ferdige genseren, og nå sist: Salmeboka minutt for minutt, hvor den norske salmeboken skal synges fra første til siste salme. Minutt for minutt-programmene inviterer i stor grad til deltagelse fra publikum. I tillegg er det en viktig dimensjon at de vises live, og at folk kan oppsøke stedet der filmingen

finner sted. Innspillingsstedet fungerer dermed som en midlertidig kontaktzone, som forlenges gjennom tv-sendingen. Jeg skal derfor se litt mer på verdien i film som formidlingsverktøy i og utenfor museet.

En av grunnene til å bruke film som formidlingsverktøy på museum kan være filmmediets pedagogiske muligheter. Eilean Hooper-Greenhill ved University of Leicester har skrevet flere bøker om museumspedagogikk. I boken *The Educational Role of the Museum* skriver Hooper-Greenhill at museumsgjengere i dag forventer seg at besøket skal være lærerikt, og mange besøkere etterspør en opplevelse, med fokus på læring. Museumsbesøket kan også være en del av en sosial sammenheng, dersom det skjer i par eller grupper. Dette kaller Hooper-Greenhill *leisure-learning*.¹⁵⁷ Hun beskriver flere ulike grupper, og hvordan disse gruppene ulike behov må møtes. Dette fokuset er toneangivende i museumspedagogikken. Hun skriver seg til et konstruktivistisk syn på læring, og forstår det slik at mennesker hele tiden skaper ny kunnskap, ved å interagere med omverdenen. I vår tids museer, post-museet, sees læring som en livslang prosess, og kunnskap er ikke noe som kan overføres uforandret mellom avsender og mottager.¹⁵⁸

En av måtene en besøkende interagerer med en utstilling er gjennom *free-choice learning*, eller valgfri læring. Denne prosessen beskrives av John H. Falk og Lynn D. Dierking, som begge er professorer i ved Oregon State University, og forfattere av boken *Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning* fra 2000. De har fokus på at læring er en individuell prosess, som påvirkes av flere ulike kontekster, slik som den romlige og den sosio-kulturelle konteksten. Samsillet mellom disse kontekstene og det personlige utgangspunktet kaller de *the contextual model of learning*.¹⁵⁹ Den største forskjellen mellom Hooper-Greenhills og Falk og Dierkings syn på læring, er nettopp sistnevntes fokus på den sosio-kulturelle konteksten. I en slik kontekst spiller individets kulturelle bakgrunnen stor rolle for hvordan og hvorfor han eller hun skaper ny kunnskap og hvilken betydning den nye kunnskapen får for vedkommende.¹⁶⁰

¹⁵⁷ Hooper-Greenhill 1999, 20-21.

¹⁵⁸ Hooper-Greenhill 2007, 34-36.

¹⁵⁹ Falk, John H. og Lynn D. Dierking. *Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning*. (Walnut Creek: AltaMira, 2000), 10-11; 135-148.

¹⁶⁰ Falk & Dierking 2000, 39; også Hughes 2010, 42.

Den franske sosiologen Pierre Bourdieu har skrevet en liten, men vesentlig bok om tv-mediets ”selvbekreftende og selvforsterkende treghet”. I *Om fjernsynet*¹⁶¹ peker Bourdieu på hvordan store deler av kulturproduksjonen både henger sammen med og forsterker de til enhver tid rådende økonomiske og politiske forhold. Dette mener han er negativt, fordi mediet kan brukes til å kamuflere, forlede, lokke, og friste folk inn i (selv)undertrykkelse. Bourdieu legger vekt på at individets eksistensforhold må forstås i forhold til et bredere spektrum av varierende omstendigheter. Derfor trenger man en mer omfattende forståelse av kapitalbegrepet end det rent økonomiske. Bourdieu identifiserer på bakgrunn av empiriske analyser tre forskjellige former for kapital i tillegg til den materielle, økonomiske kapitalen: sosialt kapital, som knyttes til bakgrunn og kontakter; kulturell kapital, som kommer av bakgrunn og oppdragelse; og til sist symbolsk kapital, som er evnen til å beherske de symboler, språk og lover som gjelder innenfor det området hvor individet virker. Denne siste kapitalformen mener Bourdieu er den vesentligste.

Disse fire formene for kapital er en viktig del av Bourdieus *habitus*-begrep. Habitus beskriver han som et system av internaliserte strukturer som formidler mellom individ og kultur. Med habitus-begrepet kan man se menneskelig adferd i forhold til det sosiale feltet den enkelte befinner seg i.¹⁶² Falk og Dierking mener altså som Bourdieu, at vår følelse av tilhørighet med en viss gruppe former hvordan vi oppfører oss, og hva vi gjør med ny kunnskap. Denne oppfatningen deler de ikke med Hooper-Greenhill, som mener at et slik funksjonalistisk perspektiv begrenser individets muligheter til å forflytte seg fra sin sosiale posisjon.¹⁶³ Til tross for disse ideologiske ulikhetene, kan vi konkludere med at læring og kunnskapsproduksjon er forskjellig hos ulike individer. Hvilke grupper vi følger tilhørighet med, og hvilke utvalgs og verdisettingsprosesser vi følger, påvirker vår bruk av formidlingen vi presenteres for. Vårt engasjement kan endre en kurator skript, og gi uventede resultater. Museenes pedagogiske oppdrag må derfor bli å skape så gode muligheter som mulig for besøkeren til å lære på sin egen måte. En måte å gjøre dette på kan være å legge opp til bruk av ulike kommunikasjonsmedier.

Det er også viktig å merke seg hvordan den fotografiske reproduksjonen og filmen har endret måten publikum opplever et verk. Kameraet kan vise oss ting vi tidligere ikke var klar

¹⁶¹ Bourdieu, Pierre. *Om fjernsynet*. (Oslo: Gyldendal Norsk Forlag, 1996).

¹⁶² Tønnesen, Elise S. *Barns møte med TV: tekst og tolkning*. (Oslo: Universitetsforlaget: 2000), 43.

¹⁶³ Hooper-Greenhill, Eilean. *Museums and Education: Purpose, Pedagogy, Performance*. (London: Routledge, 2007), 38-41.

over, gjennom det kan vi lære om det Benjamin kaller det ”optisk- ubevisste” i våre handlinger. Når vi griper etter noe, som for eksempel en skje, er det stort sett rutine for oss, skriver han: ”men vi vet svært lite om hva som egentlig foregår mellom hånden og metallet”.¹⁶⁴ Er det kanskje slik at det finnes slike ubevisste møter i alle sansene, og ikke bare synssansen?

Damsholt og Simonsen beskriver hvordan en gjenstand kan inkorporere en intensjon og dermed er i stand til å mediere en sosial handling. De viser til antropologen Alfred Gell som mener at alle kunstgjenstander er produsert med det formål å påvirke andres handlinger.¹⁶⁵ Kan man da videreføre denne forståelsen til en bruksgjenstand? Kan man for eksempel når man ser på, eller bruker en stol, si at man er i en sosial handling med den? Stolen er ganske sikkert produsert med en intensjon, og den har flere formål: for eksempel skal man kunne sitte i den, i tillegg skal man sitte komfortabelt, den skal kunne passe for flere ulike kropp, og den har kanskje flere ekstra funksjoner som armlener, hodepute, fjæring osv. Men når vi setter oss i den, bruker den på helt ordinær måte, hva vet vi da egentlig om hva som foregår i grensesnittet mellom stolen og kroppen? Hvor slutter egentlig stolen, og hvor begynner kroppen? Eller kanskje man kan spørre: hvor slutter objektet, og hvor begynner subjektet?

Når vi går i dialog med gjenstanden, som vi gjør når vi bruker den – eller ser den gjennom kameraets blikk, oppheves kanskje dette skillet. Kanskje er det heller aldri noe skille mellom materialiseringen av vår kropp, og gjenstandene vi omgir oss med. Hvis vi skal følge Bjørnar Olsens symmetriske arkeologi, må vi kanskje erkjenne at tingene er en like stor del av oss, som vi er av dem. Damsholt og Simonsen viser også til hvordan disse materielle møtene kan skje: ”Ved at lave, udveksle, forbruge og leve med tingene skaber mennesker sig selv i processen”.¹⁶⁶ Slik oppheves skillet mellom subjekt og objekt, fordi det aldri fantes, eller i det minste ikke var mindre sant enn en annen forståelse av prosessen. Olsen forklarer denne prosessen ved å se på etymologien bak ordet *ting*, han viser til at det fra gammelt av betyr *forsamling* eller nettopp *møte*.¹⁶⁷ Dette møtet skjer i tid og rom, og er en forbindelse, en sammenstilling, kanskje en symbiose mellom forskjellige ting hvorav mennesket er ett. Det er ganske enkelt et møte som foregår hele tiden. Vi lever det hver dag.

¹⁶⁴ Benjamin 2008, 233 (13).

¹⁶⁵ Damsholt og Simonsen 2009, 18.

¹⁶⁶ Damsholt og Simonsen 2009, 18.

¹⁶⁷ Olsen 2004, 33.

Når vi opplever kulturuttrykk som museumsutstillinger eller tv-programmer, har vi gjerne en forventning til hva vi skal oppleve. Enten vi går på kunstgalleri eller naturhistorisk museum, ser en såpeopera eller et realityprogram, presenteres vi for ulike former for normer, tradisjoner og språk, og vi har bestemte forventninger om hva som skal skje og hvordan det skal se ut. Disse forventningene kan hjelpe oss til å fordele oppmerksomheten vår på det vi opplever som viktigst, og på den måten skapes det en ulik fortolkning hos hver og en av oss. Men det kan også skape en kunstig hindring i vår oppfattelse, dersom vi har fordommer, eller forutinntatte holdninger til det vi skal se.

Noen mennesker setter også pris på at forventningene brytes – at det skapes et brudd mellom det vi trodde vi skulle få oppleve, og det vi opplevde i virkeligheten. Det kan for eksempel være en utstilling av avant-garde kunst som leker med konvensjoner og får publikum til å se på kunst på en ny måte, eller det kan være et tv-program som blander ulike sjangre, slik som det nye reality-/historieprogrammet *Anno* fra NRK.¹⁶⁸ Slike fenomener viser oss at lek med konvensjoner kan gi overraskende resultater og nye strømninger. Det finnes også små brudd, som glir sømløst over i andre kategorier enn våre forventninger, ofte kan dette gå helt umerket hen hos publikum. Jeg mener *Antiques Roadshow* er et godt eksempel på hvordan gjenstandsbasert formidling kan presenteres til et større publikum enn gjennom tradisjonell formidling, uten at publikummet blir hindret av sine egne forventninger.

¹⁶⁸ Dagsavisen 2014. ”Historisk reality-satsing fra NRK”.

5 Oppsummering:

Jeg startet med å presentere to tilsynelatende like formidlingssituasjoner. Deretter avslørte jeg at det i virkeligheten dreide seg om to helt forskjellige medier. Resten av oppgaven har vært et forsøk på å trekke tråder mellom disse to formidlingsformene, for å vise hvordan Antiques Roadshow bruker musealisert praksis. Hvilke utvalgs og verdsettelsesprosesser har vi da sett?

Jeg har undersøkt hva som kjennetegner tv-programmet Antiques Roadshow. I analysen så vi hvordan programmets produsenter velger ut og sorterer gjenstandene de får inn i løpet av dagen. Disse sorteringene er basert på en subjektiv forståelse av hva som er en ”god” historie, eller hva som er en ”interessant” gjenstand. Beslutningstagerne er antikvitetseksperter, journalister og tv-produsenter. Vi så også hvordan tv-programmet blir formet gjennom valg av scenografi og filmatiske virkemidler, for å understreke og forsterke effekten de valgene som ble tatt. Jeg har studert hvilke virkemidler programmet bruker, og hva de forsøker å formidle gjennom å forme virkemidlene sine på bestemte måter. I denne analysen har jeg derfor fått et klarere bilde av hva som er Antiques Roadshows stil.

Tre tematikker skilte seg ut: programmets forhold til stedene det besøker, gjenstandene som vises frem, og de samlede formidlingsverktøyene. Disse tematikkene drøftet jeg i del 4, ved å bringe inn synspunkter fra museologisk teori. I delkapittelet steder kom museenes funksjon som minneplasser og identitetsskapende kontaktsoner frem. Disse funksjonene utfører også Antiques Roadshow når de arrangerer sine innspillinger. Ved å undersøke gjenstandens rolle i programmet avdekket jeg et relativt gjenstandshierarki som er knyttet til hver enkelt av oss, og våre egne oppfatninger av kapital. Gjenstandenes verdi endres i programmet, og denne endringen er en av de største drivkreftene i programmet. Det er ikke bare den materielle verdien som endres, men endringen er også knyttet til estetiske, emosjonelle og subjektive verdier – både hos eierne, publikum på innspillingen og tv-seerne der hjemme. Dette er noe av grunnen til at programmet er såpass populært.

I det siste delkapittelet, så jeg nærmere på hvordan man kan forstå formidlingsformene i Antiques Roadshow, og i mange andre programkonsepter som jeg i denne oppgaven har kalt museums-tv. Disse programmene kan tilby museer nye formidlingsplattformer for samspill og samarbeid.

De pedagogiske fordelene og mulighetene i tv-mediet kan ikke lengre overses av museet. Jeg vil oppfordre museer til å se verdien i formidling via tv-programmer som et virkemiddel i den formidlingen de allerede driver med. Mange museer har fantastiske formidlingsopplegg som gir et rikt erfaringsutbytte for den som besøker museet. Allikevel er det et faktum at mange museer ønsker seg høyere besøkstall. Ved å invitere tv-produsenter inn på museet, vil man nå et større publikum, som kan medføre høyere besøkstall i fortsetningen. Man kan også nå en større andel av den lokale befolkningen – for dem kan et møte med museet via tv-skjermen være det første av mange besøk senere.

Vi har sett hvordan museet er i endring i dagens digitale verden. Nye forventninger fra publikum, bringer nye formidlingsformer inn i museet. Hvilke kjerneaktiviteter har da museet i vår tid? Hvilke fremtidsvisjoner kan vi se for oss i fremtidens museum?

ICOMs museumsdefinisjon ligger fast, og definerer hvilke hovedoppgaver museet har. Det nyeste tilskuddet til definisjonen er tilegget immateriell kulturarv, som kom til i 2007. Museene er igjen opptatt av hvordan man kan styre samfunnskraftene i en positiv retning, og ser det ikke som sin eneste oppgave å fortelle hvordan samfunnet har vært. Vi har sett hvordan tv-mediet kan formidle immateriell kulturarv på en annerledes måte enn museet, og jeg har pekt på mulige samarbeidsområder. Kanskje kan vi tenke oss flere spennende nye prosjekter der museer og tv-produsenter kan jobbe sammen om god, gjenstandsbasert historieformidling.

Vi har sett hvordan tv og museer begge kan forstås som media. Dagens utvikling går mot en stadig sterkere integrering av forskjellige samfunnsfunksjoner inn i den digitale verdenen. Det er ikke sikkert at fremtidens brukere kommer til å skille mellom ulike medier, de skiller kanskje istedet mellom ulike sjangre eller stiler. I boken *Landskap med tegn* fra 1998 skrev Jon Bing om det eksploderende og grenseløse museum som ville tre frem som følge av den digitale utviklingen.¹⁶⁹ På noen felter er vi der allerede, vi er vi på vei mot fullt utviklet virtuell virkelighet.¹⁷⁰ Denne utviklingen blir ofte sett på som noe negativt. Men er den nødvendigvis det? Uansett må både museer og tv-mediet endre seg, for å kunne oppfylle de samfunnsmålene som vi har i dag, og sikkert kommer til å ha i fremtiden.

¹⁶⁹ Bing, Jon. *Landskap med tegn: en liten bok om informasjonsteknologi og informasjonspolitik*. (Oslo: Pax forlag, 1995), 51.

¹⁷⁰ Gates 1995, 63.

6 Avslutning

For å perpektivere denne oppgava håper jeg at den om noen tid kan være en av mange oppgaver som tar for seg samspillet mellom museer og andre musealiserte praksiser som museums-tv. Det har vært spesielt interessant å se på de estetiske virkemidlene, og å undersøke begrepet *stil*.

I stortingsmelding Stortingsmelding 22 (1999-2000), Kjelder til kunnskap og oppleving står det om fremtidens museer:

Skal musea fungera som gode samfunnsinstitusjonar, må dei søkja dialog med omverda. Dette inneber at musea ikkje berre skal generera og formidla kunnskap, men at dei òg skal ha evne til å overraska og utfordra brukarane både emosjonelt og intellektuelt.

Museer er i en spennende utvikling, og jeg er glad for at jeg valgte denne utdannelsen. Det skal bli spennende å følge fortsettelsen, og i motsetning til bildet som åpnet denne oppgaven, så har jeg tro på at det kan skje mirakler på dette feltet. Jeg håper min oppgave kan bidra til en ny innfallsvinkel for forståelse av museet som formidlingsarena i et stadig skiftende medielandskap.

7 Litteraturliste

- "Barn og Unges Medieverden: Informasjon og veiledning til foreldre" [brosjyre], 2000. Barne og Familiedepartementet.
- Americas Lost Treasures [tv], 2013. Sesong 1. Washington: National Geographic Channel.
- Amundsen, Arne B. 2010. "Museet i fortellingsperspektiv: Sted, rom og fortellingsunivers" i Bjarne Rogan og Arne B. Amundsen, red. *Samling og museum: Kapitler av museenes historie, praksis og ideologi*. Oslo: Novus Forlag.
- Amundsen, Arne B. og Brita Brenna. 2010. "Museer, kritisk museologi og tverrfaglige museumsstudier" i Bjarne Rogan og Arne B. Amundsen, red. *Samling og museum: Kapitler av museenes historie, praksis og ideologi*. Oslo: Novus Forlag.
- Antiques Roadshow [tv], 2014. Sesong 35, 36 og 37. Bristol: British Broadcasting Corporation.
- BAFTA [url] 2014. "The Lew Grade Award for a Significant and Popular Television Programme". Tilgjengelig på: <http://awards.bafta.org/award/1996/television/lew-grade-award-for-a-significant-and-popular-television-programme>
- Balfour, Henry. 2014. "Presidential address to The Museum Association" i Bettina M. Carbonnel, *Museum studies: An anthology of contexts*. West Sussex: Wiley-Blackwell.
- BBC [brosjyre] 2013. "Antiques Roadshow: Your Official Guide 2013"
- BBC [url] 2014. "The team" Tilgjengelig på: <http://www.bbc.co.uk/programmes/profiles/50BBLC85pgSYqtP0ShRWdJ4/the-team>
- BBC [url] 2014. Copy of Royal Charter for the continuance of the British Broadcasting Corporation, (2006). Tilgjengelig på: http://downloads.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/about/how_we_govern/c_harter.pdf
- BBC [url] 2014. Episode Guide. Tilgjengelig på: <http://www.bbc.co.uk/programmes/b006mj2y/episodes/guide>
- Benjamin, Walter. 2008. "Kunstverket i reproduksjonsalderen" i Kjersti Bale og Arnfinn Bø-Rygg, red. *Estetisk teori – En antologi*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Bing, Jon. 1995. *Landskap med tegn: en liten bok om informasjonsteknologi og informasjonspolitik*. Oslo: Pax forlag.
- Bonner, Frances. 2003. *Ordinary Television: Analyzing Popular TV*. London: Sage Publications Ltd.

- Bordwell, David & Thompson, Kristin. 2008. *Film Art: An Introduction*. 8. utgave. Boston: McGraw Hill.
- Bordwell, David. 1997. *On the History of Film Style*. London: Harvard University Press.
- Bourdieu, Pierre. 1996. *Om fjernsynet*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.
- Butler, Jeremy. 2010. *Television Style*. London: Routledge.
- Cameron, David. "David Camerons speech regarding the Scottish Independence Vote". Tilgjengelig på: <http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/scottish-independence/11108256/Scottish-independence-David-Camerons-speech-in-full.html>
- Clifford, James. 1997. *Routes: Travel and translation in the late twentieth century*. Cambridge & London: Harvard University Press.
- Conn, Steven. 2010. *Do museums still need objects?* Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Coombes, Annie E. 2014. "Museums and the Formation of National and Cultural Identities" i Bettina M. Carbonnel, *Museum studies: An anthology of contexts*. West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Corrin, Lisa. 2014. "Mining the Museum: Artists Look at Museums, Museums Look at Themselves" i Bettina M. Carbonnel, *Museum studies: An anthology of contexts*. West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Dagsavisen [url] 2014. "Historisk reality-satsing fra NRK". Tilgjengelig på: <http://www.dagsavisen.no/kultur/historisk-reality-satsing-fra-nrk/>
- Damsholt, Tine og Dorthe Gert Simonsen. 2009. "Materialiseringer. Processer, relationer og performativitet" i Tine Damsholt, Dorthe Gert Simonsen og Camilla Mordhorst: *Materialiseringer. Nye perspektiver på materialitet og kulturanalyse*. Aarhus: Aarhus universitetsforlag.
- Davis, Peter. 2007. "Place Exploration: museums, identity community" i Watson, Sheila: *Museums and their Communities*. New York: Routledge.
- Descartes, René. 2009. "Meditasjoner over filosofiens grunnlag" i Pedersen, Arild, red. *Exphil I – Filosofi- og vitenskapshistorie*, Oslo: IFIKK, UiO.
- Digitalt Museum [url] 2014. Tilgjengelig på: <http://www.digitaltmuseum.no>
- Falk, John H. og Lynn D. Dierking. 2000. *Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning*. Walnut Creek: AltaMira.
- Fallan, Kjetil. 2010. *Design History – Understanding Theory and Method*. Oxford: Berg.
- Fox, Kate. 2004. *Watching the English: The Hidden Rules of English Behaviour*. London: Hodder.

- Gates, Bill. 1995. *Veien mot fremtiden*. Oslo: Hjemmets Bokforlag.
- Gjestrum, John Aage. 2001. "Fra folkemuseum til økomuseum: Økomuseumsbegrepet – en fornyelse av museumsinstitusjonen og et viktig instrument for lokalsamfunnet" i *Nordisk Museologi* (2001). Tilgjengelig på: http://www.nordiskmuseologi.org/Gamle%20numre/NM_mat%201-2-2001.pdf
- Gjestrum, John Aage. 2001. "Museer for 2000-tallet" i *Nordisk Museologi* (2001). Tilgjengelig på: http://www.nordiskmuseologi.org/Gamle%20numre/NM_mat%201-2-2001.pdf
- Glambek, Ingeborg. 2010. "Kunstindustrimuseer og den kunstindustrielle bevegelse" i Bjarne Rogan og Arne B. Amundsen, red. *Samling og museum: Kapitler av museenes historie, praksis og ideologi*. Oslo: Novus Forlag.
- Google Art Project [url] 2014. Tilgjengelig på: <http://www.googleartproject.com>
- Harrison, Kevin og Tony Boyd. 2006. *The Changing Constitution*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Hausken, Liv. 2009. *Medieestetikk. Studier i estetisk medieanalyse*. Oslo: Scandinavian Academic Press.
- Henning, Michelle. 2006. *Museums, media and cultural theory*. Maidenhead: Open University Press.
- Heritage of Scotland [url] 2014. "The People and Culture of Scotland". Tilgjengelig på <http://www.heritage-of-scotland.com/cult.htm>
- Hooper-Greenhill, Eilean. 1999. "Museums and interpretive communities. Paper presented at "Musing on Learning" Seminar, Australian Museum, 20 April 1999." Tilgjengelig på: <http://australianmuseum.net.au/Uploads/Documents/2004/paper2.pdf>
- Hooper-Greenhill, Eilean. 2000. *Museums and the Interpretation of Visual Culture*. London & New York: Routledge.
- Hooper-Greenhill, Eilean. 2007. *Museums and Education: Purpose, Pedagogy, Performance*. London: Routledge.
- Hughes, Philip. 2010. *Exhibition Design*. London: Laurence King
- ICOMs museumsetiske regelverk. 2006. I ABM-skrift 29, 2006.
- ICOMs statutter 2014. Tilgjengelig på: <http://www.icom-norway.org/>
- Kreps, Christina. 1994. "The Paradox of Cultural Preservation in Museums" i *The Journal of Arts Management, Law and Society*, Vol 23, nr 4.

- Liestøl, Gunnar & Rasmussen, Terje. 2007. *Digitale Medier*. En innføring. Oslo: Universitetsforlaget.
- Marstine, Janet. 2008, "Introduction", i Janet Marstine (red.), *New museum theory and practice: An introduction*, Blackwell Publishing: Malden.
- Masons, Rhiannon. 2011. "Cultural Theory and Museum Studies" i Macdonald, Sharon: *A Companion to Museum Studies*. West Sussex: Blackwell Publishing.
- Nora, Pierre. 1989. "Between Memory and History: Les Lieux de Mémoire" i *Representations* 1989. Nr. 26. Gjengitt av University of California Press.
- Norsk Offentlig Utredning 1996:7 Museum, mangfold, minne, møtestad.
- Norsk Offentlig Utredning 2006: 8, 27 Kunnskap for fellesskapet. Universitetsmuseenes utfordringer.
- Olsen, Bjørnar. 2004. "Momenter til et forsvar av tingene" i *Nordisk Museologi* 2004 Nr. 2:25-36.
- Pratt, Mary L. 1992. *Imperial Eyes: Travel Writing and Transculturation*. London: Routledge.
- Rogan, Bjarne. 2010. "Tingenes transformasjoner i museet" i Bjarne Rogan og Arne B. Amundsen, red. *Samling og museum: Kapitler av museenes historie, praksis og ideologi*. Oslo: Novus Forlag.
- Rogge, Jörg. 2014. "We Wanted a Parliament But They Gave Us a Stone" i *Memory Boxes: An Experimental Approach to Cultural Transfer in History, 1500-2000*. Heta Aali og Anna-Leena Perämäki og Cathleen Sart (red.). Bielefeld: Transcript Verlag.
- Scotland Referendum [url] 2014. "The Scotland Referendum 2014". Tilgjengelig på: <http://scotlandreferendum.info>
- Scottish National Museum 2013. "Mary, Queen of Scots" Informasjon tilgjengelig på: <http://www.nms.ac.uk/explore/collections-stories/scottish-history-and-archaeology/mary-queen-of-scots/>
- Skåden, Emma Margret. 2008. *Unfolding the kilt: En studie av skotsk identitet og kommersialisering av symboler for gruppetilhørighet*. Masteroppgave i sosialantropologi Antropologisk institutt Samfunnsvitenskapelig fakultet Universitetet i Tromsø
- Smeds, Kerstin. 2007. "Vad är museologi?" i *Rig-kulturhistorisk tidskrift*, Vol. 90, Nr. 2 (2007). Tilgjengelig på: <http://nile.lub.lu.se/ojs/index.php/rig/article/view/3734/3411>
- Solhjell, Dag. 2012. Upublisert materiale. Kunstutstilling- hva er det? På vei mot en teori om kunstutstillinger, særlig i kunstmuseer. Fra undervisning på Nasjonalgalleriet 07.11.2012.

- Stortingsmelding nr. 15 (2007-2008) Tingenes tale.
- Stortingsmelding nr. 22 (1999-2000) Kjelder til kunnskap og oppleving.
- Stortingsmelding nr. 49 (2008-2009) Framtidas Museum.
- Studio Nathan Coley [url] 2014. "There Will Be No Miracles Here". Tilgjengelig på:
<http://studionathancoley.com/works/there-will-be-no-miracles-here>.
- Søk og skriv [url] 2014. Søk og skriv.no. Universitetet i Oslo med flere. Tilgjengelig på:
<http://sokogskriv.no/skriving/struktur/oppbygning-av-en-oppgave/>
- The Derby Telegraph [url] 2010. "4,000-year-old relic uncovered in city garden is worth £10,000". Tilgjengelig på: <http://www.derbytelegraph.co.uk/4-000-year-old-relic-uncovered-city-garden-worth-163-10-000/story-11560636-detail/story.html>
- The Guardian [url] 2008. "TV ratings: Antiques Roadshow pulls in priceless 8 million viewers". Tilgjengelig på: <http://www.theguardian.com/media/2008/oct/20/tvratings-television>
- The Guardian [url] 2010. "I can't bury my hatred for Antiques Roadshow any longer" av Jonathan Jones. Tilgjengelig på:
<http://www.theguardian.com/artanddesign/jonathanjonesblog/2010/oct/11/hatred-antiques-roadshow-jonathan-jones>
- The Queens Palaces [tv] 2011. BBC. Mer info tilgjengelig på:
<http://www.bbc.co.uk/programmes/b014s2pv>
- The Scotsman [url] 2014. "66% Back New Referendum". Tilgjengelig på:
<http://www.scotsman.com/news/politics/top-stories/scottish-independence-66-back-new-referendum-1-3590293>
- Tourism Intelligence Scotland [url] 2014. "Over 32 Million Visits to Scotlands Visitor Attractions in 2013". Tilgjengelig på: <http://www.tourism-intelligence.co.uk/newsevents/news/2014/03/over-32-million-visits-to-scotlands-visitor-attractions-in-2013>
- Tv Rage [url] 2014. "TV ratings review, sunday 17th – monday 18th August". Tilgjengelig på: <http://www.tvrage.com/news/10595/rage-ratings-review-sunday-17th-monday-18th-august-uk>
- Tønnesen, Elise S. 2000. *Barns møte med TV: tekst og tolkning*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Vestheim, Geir. 1994. *Museum i eit tidsskifte. Fortidsarv som underhaldning?* Oslo: Det Norske Samlaget.
- White, Caroline. 2009. "The 10 most historically inaccurate movies" i The Times, 4. aug 2009. Tilgjengelig på:
http://web.archive.org/web/20110615070116/http://entertainment.timesonline.co.uk/to/arts_and_entertainment/film/article6738785.ece

Witcomb, Andrea. 2003. *Re-Imagining the Museum: Beyond the Mausoleum*. London: Routledge.

Intervjuer:

Brant, Simon. <i>OB-Director</i>	09.07.2013
Burgess, Michelle. <i>Director</i>	11.07.2013
Gillespie, Olwen. <i>Public Relations Officer</i>	09.07.2013, 11.07.2013
Neal, John. <i>Lighting Director</i>	09.07.2013
Shaw, Simon. <i>Series Producer</i>	11.07.2013

8 Vedlegg

EPISODEOVERSIKT		Scone Palace Del 1
Scone Palace nær Perth, Skottland		Episode 15
Innspilt:	09. juli 2013	Sesong 36
Sendt:	30. mars 2013 (BBC2 UK)	BBC
<i>Tidsmerke</i>	<i>Scene</i>	
00.00	Intro ved Scone Palace	
00.10	Åpningsvignett	
01.02	Introduksjon: The Stone of Scone	
03.19	Brosje i gull og perle fra 1960-tallet. Av Charles d'Temple	
06.25	Kinesisk snus-flaske i elfenbein med skulpturrelieff.	
08.15	Hattemakermaskin fra 1846.	
11.25	Glassvase fra den lokale Monart-fabrikken.	
14.21	Maleri av en hest av John Emmes.	
16.50	Pyntefigur fra The Martin Brothers, fra 1900.	
16.06	Fiona Bruce intervjuer lydmann om The Stone of Scone på Moot Hill	
20.08	2 kinesiske vaser fra 1900-tallet og 1 kinesisk bolle fra 1800-tallet.	
24.17	Minner fra bandet The Clash.	
26.18	Gjenstander fra OL i Tyskland 1936 og fra Dresden-utstillingen.	
30.35	Fuglebur i tre fra Singapore.	
33.16	Sølvkrus fra USA, produsert av Gouram Manufacturing Comp.	
36.19	Rouges Gallery: Fire glassvarer fra produsenten Whitefriars.	
41.05	Minner fra soldaten Graham Young, presentert av hans barnebarn.	
44.29	Laugbok fra Perth fra 1400-tallet.	
47.41	Samling sigarettesker.	
50.48	En tallerken fra produsenten Chelsea, 1750	
52.01	Kobberstikk av Whistler med motiv fra Venezia.	
54.40	Te-boks i tre fra 1838.	
57.37	Avslutning: håndveske med klokke.	

EPISODEOVERSIKT		Scone Palace Del 2
Scone Palace nær Perth, Skottland		Episode 4
Innspilt:	09. juli 2013	Sesong 37
Sendt:	05. oktober 2013 (BBC2 UK)	BBC
<i>Tidsmerke</i>	<i>Scene</i>	
00.00	Intro ved Scone Palace	
00.12	Åpningsvignett	
01.03	Introduksjon: Dronning Victorias besøk i 1842.	
03.46	Vinkanne i krystall og sølv fra den franske produsenten Baccarat.	
06.22	Asiatisk skap med lakk-dekor.	
09.59	Gravert skjell fra familien Cornwallis.	
14.32	Afrikansk trone, vist frem på The British Empire Exhibition 1924.	
17.24	Medaljevoks som skal ha tilhørt Napoleon Bonaparte	
20.19	Fransk tesett i sølv fra 1830-tallet.	
22.17	Art deco-kjole.	
23.40	Spanskrør. Presentert av programlederen.	
26.10	Maleri og foto av nederlandske kvinner fra andre verdenskrig.	
30.17	Scrapbook med utenlandske uniformer fra 1820.	
32.09	"Kinesisk" teboks av keramikk.	
34.07	Korrespondanse etter John Ruskin og Effie Grays ekteskap.	
37.22	Maleri, portrett av en kunstnerens datter. Malt av Alberto Marocco.	
39.33	Samling glass fra produsenten Monart	
43.05	Smykkesamling fra India, 1900-tallet.	
45.30	Tegning av Pinocchio fra andre verdenskrig.	
48.52	2 lysestaker produsert av Hancock & Sons.	
52.32	Bronsestatuett av en hund.	
53.29	Maleri og skrivesett fra Scone Palace, presentert av Lady Stormont.	
57.25	Avslutning: Børstesko.	

EPISODEOVERSIKT		Dean Gallery Del 1
Scottish National Gallery of Modern Art i Edinburg, Skottland. The Dean Gallery.		Episode 10
Innspilt:	11. juli 2013	Sesong 36
Sendt:	22. desember 2013 (BBC2 UK)	BBC
<i>Tidsmerke</i>	<i>Scene</i>	
00.00	Intro ved Dean Gallery.	
	Åpningsvignett	
	Introduksjon: Historien til the Dean Gallery.	
	Maleri fra The Isle of Wight.	
	Bord i brasiliansk nøttetre.	
	Egg fra produsenten Fabergé.	
	Gull-vekter fra elfenbenskysten.	
	Maleri av Jack Vettriano.	
	Minner fra Antarktiske ekspedisjoner på 1920-30-tallet .	
	Elfenbensskulptur.	
	Art Nouveau glasskrukke.	
	Dikt av Robert Burns.	
	Rouges Gallery: 4 te-beholdere.	
	Minner fra Prinsesse Dianas begravelse.	
	Skulpturen "Daggry" av Jackson.	
	Fyrstikkeske-beholdere.	
	Peisklokke fra produsenten Royal Doulton.	
	Mikke Mus-arbåndsur.	
	Glass-eske i skåret krystall.	
	Avslutning: Kunstverket "There will be no miracles here".	

EPISODEOVERSIKT		Dean Gallery Del 2
Scottish National Gallery of Modern Art i Edinburg, Skottland. The Dean Gallery.		Episode 22
Innspilt:	11. juli 2013	Sesong 36
Sendt:	25. mai 2014 (BBC2 UK)	BBC
<i>Tidsmerke</i>	<i>Scene</i>	
00.00	Intro ved Dean Gallery.	
	Åpningsvignett	
	Introduksjon: Om kunstneren Eduardo Paolozzi.	
	Punsj-bolle fra Frankrike.	
	Skissebok etter E. Hicks med akvareller fra en reise til Australia.	
	2 kinesiske statuetter.	
	Quiltet teppe fra The golden Jubilee.	
	Stor samling minnemedaljer fra medaljeprodusenten Kirkwood & Sons.	
	Skulptur av en padde signert Edouardo Paolozzi.	
	Flaske med te gitt i gave til George IV av den kinesiske keiseren.	
	3 malerier av Stanley Curisiter.	
	Art deco-skulptur av en hest.	
	Modell av et palladisk hus.	
	Armbåndsur fra produsenten Rolex.	
	Samling med skotske snus-esker.	
	Glassflaske med form av fotballspiller.	
	En høvel eid av Arthur Negus, tidligere programleder for Antiques R.	
	Japansk eske dekorert med lakk.	
	Maleri av Themsen signert Charles Dickson.	
	Kinesisk jadefigur.	
	Avslutning: Eduardo Paolozzi	