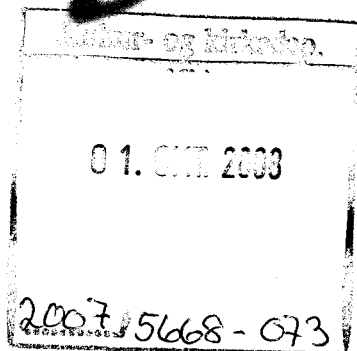


Kyrkje- og kulturdepartementet
Boks 8030 Dep
0030 OSLO



Vår referanse: 183-412 OG

Hovdebygda, 30. september 2008

HØYRINGSFRÅSEGN OM ABM-UTVIKLING

På grunnlag av drøfting i styremøte 25.9.2008 gir Nynorsk kultursentrum desse synspunkta til evalueringa av ABM-utvikling.

Vi legg til grunn at museumsbransjen treng ABM-utvikling som ein støttande og rådgivande instans, men med mykje større rom for initiativ og grep nedanfrå enn det som har vore tilfelle i det tidsrommet evalueringa dekkjer. Musea er til for fleire enn seg sjølve, og ei viktig oppgåve for ABM-utvikling blir å stimulere musea i arbeidet med å utføre det samfunnsoppdraget vi som dialoginstitusjonar har. Vi legg i denne fråsegna meir vekt på vegen vidare enn det som har vore gjort.

Eit hovudpunkt i evalueringsrapporten er at dei tilsette i ABM-utvikling meiner institusjonen har vore særleg viktig for musea, medan musea meiner institusjonen har vore viktigast for andre. Grunnen til desse sprikjande vurderingane kan vere at evalueringsrapporten byggjer på eit toppstyrt kjeldegrunnlag. Det er først og fremst dei store institusjonane og dei sentrale aktørane i miljøet rundt ABM-utvikling som er intervjuet. Det ser til dømes ikkje ut til at gjennomsnittsmuseum som har vore gjennom anten vellykka eller svært vanskelege konsolideringar, er blitt spurde.

I ein del av desse prosessane spelte ABM-utvikling ei problematisk rolle som kanskje ikkje alltid var sjølvvald, men som la etter seg sterke inntrykk av at her var det nokon som visste best og som bestemte. Ein god del av den frustrasjonen og kritikken som ein del museum har målbore mot ABM-utvikling, må nok forståast ut frå den rolla ABM-utvikling har hatt i samanslåingsprosessane, på oppdrag frå Stortinget og departementet. At staten med økonomiske pressmiddel kan påleggje sjølvstendige institusjonar å omorganisere seg sjølve, er og blir eit problematisk prosjekt.

Vår røynsle er at ABM-utvikling har endra seg ganske mykje undervegs.

Dei første åra arbeidde dei etter det vi tykkjer var ein forelda modell for statsetatar. Altfor mykje blei sett frå Oslo og frå dei store institusjonane sin posisjon. Kvart år kalla ABM-utvikling inn styreleiarar og direktørar ved musea til eigne fylkesmøte. Med det opplegget som var for desse møta, såg vi ingen grunn til at styreleiarar skulle bruke tid på dei. Møta var einvegskøytingar med lite reell dialog, men dess meir meldingar frå statleg hald om kva som no gjaldt.

Berre det siste året merkar vi ei heilt anna haldning. Mykje meir enn før spør ABM-utvikling seg føre om kva andre meiner og tenkjer. Det er nok blitt tydelegare for ABM-utvikling at dei er til for kulturlivet, ikkje omvendt. Den rådgivande og støttande rolla blir altså den viktige i åra frametter, ikkje den styrande. At ABM-utvikling held fram med å lage enkle verktøy og gode standardar, er ein del av denne rolla.

Internett er ein eineståande måte å nå fleire gjester enn dei som kjem til musea, arrangementa, utstillingane. Vi var eitt av dei første musea som satsa på Internett, med nettstad som opna to månader før det nye Ivar Aasen-tunet blei opna i 2000. I dag har vi 15 gonger fleire unike nettstadbrukarar enn gjester på arrangement og i utstillingar. Her trengst musea ABM-utvikling til å utvikle gode og fleksible verktøy som tek vare på det behovet musea har for å styrkje eigen identitet og tilby individuelle løysingar.

Spørsmålet er kven som skal bruke Kulturnett, og korleis ein oppnår at dei faktisk bruker Kulturnett. Det norske mediebiletet skil seg mykje frå andre vesteuropeiske land og frå USA. Likevel tenkjer ABM-utvikling om Internett slik det blir gjort i desse landa. Hos oss har nokre få kommersielle nettstader ein dominans som er ganske unik. Korleis skal då statlege nettenester bli publikumsvinnarane i Noreg, og kor mykje ressursar i form av tid og pengar er det rimeleg å bruke for å oppnå nokon reell posisjon i denne marknaden?

Den satsinga på Kulturnett som ABM-utvikling no legg opp til, føreset ein ganske solid strategi for å få folk til å bruke tenesta. Til dømes bør ABM-utvikling gjennom KKD alliere seg med KRD på ein slik måte at kommunane må bruke den kulturkalendertenesta Kulturnett no byggjer opp. Vi trur også at det trengst eit heilt anna samarbeid med store medieaktørar enn det som er no. Sjansen er der for at andre og kommersielle medieaktørar sjølve utviklar nokre av dei tenestene som skal vere berande for Kulturnett.

Generelt har ABM-utvikling følgd ei ganske ryddig linje i bruken av nynorsk og bokmål. På eitt punkt har det derimot svikta alvorleg. Skriftserien *ABM-skrift* er språkleg heilt skeiv. Mengda av skrifter og kvaliteten på dei fortel at dette er ei viktig satsing for ABM-utvikling. Til no har det kome 50 nummer i serien. Då bør dei neste 25 nummera vere på nynorsk, og så bør det vere ei god veksling vidare.

I direkte samtalar med ABM-utvikling framhevar dei det samfunnsoppdraget musea har, og som vi støttar fullt ut. Seinast i utlysinga av prosjektmidlar for 2009 er det likevel samarbeid mellom musea som blir framheva. Publikum blir knapt nemnt.

Vi høyrer til dei som er skeptiske til den sentralstyrte utlysinga av prosjektmidlar frå ABM-utvikling. Det er heilt greitt å bruke kanskje så mykje som tre firedelar av desse midlane på definerte programområde eller temasatsingar, men minst ein firedel bør vere open. Berre museumssamanslåingane har ført til større og meir profesjonelle kulturinstitusjonar. Då er det sannsynleg at desse sjølve utviklar spennande prosjekt som går ut over det eit forvaltningsorgan sjølv klekkjer ut av idear og behov. Prosjektmidlar som kan stimulere musea til å utvide dekningsområda sine og til å møte publikum på nye måtar og i samarbeid med andre kulturinstitusjonar, vil vere kulturpolitisk viktig.

Vi trur altså at ABM-utvikling enno har eit stykke å gå på vegen til å bli eit opnare statsorgan med evne til å byggje meir på initiativ nedanfrå. Slik ABM-utvikling arbeider no, trur vi sjansane er gode for at det skjer. Slik sett dekkjer evalueringsrapporten kanskje meir gårdsdagen enn morgondagen.

Med venleg helsing
Nynorsk kultursentrum


Ottar Grepstad
direktør

Direkte innval: 70 04 75 75