

Netværk og attraktioner i kulturturisme – et  
lokalt/regionalt perspektiv:  
om iscenesættelsen af vikingeskibe og  
rockmusik i Roskilde

Jørgen Ole Bærenholdt  
Roskilde Univesitetscenter, Geografi  
– og Center for Oplevelsesforskning



# Mobile netværk og 'place making'... disposition

- Kulturarv og oplevelsesøkonomi - problemstilling
- Afsæt: Netværk og klynger – hvordan?

Eksempler:

- Vikingskibsmuseet
- Musicon Valley Vækstmiljø, Otopia, Rock City

Kulturøkonomiske netværk, 4 teser

Kulturøkonomiens dilemma og nye spørgsmål



# Jørgen Ole Bærenholdt og Michael Haldrup: Mobile networks and Place making in Cultural Tourism....

## Introduction

- 'Tourist places are not stable: they change, are reconfigured and are performed in particular ways...
- ...much contemporary work that addresses issues of place marketing, destination branding and the cultural history of how particular cities, landscapes and regions are 'made' into tourist places fails to deal with the often complex and heterogeneous networks that produce tourist place'

# Kulturarv og oplevelsesøkonomi 1



- Kulturarven er flygtig, mobil – og meningsfuld for nogen (inkl. gæster og udvandrere) og ikke for andre (inkl. indvandrere)
- Stabiliseres gennem den oplevelsesøkonomiske iscenesættelse



## Kulturarv og oplevelsesøkonomi 2

- Kulturarven giver oplevelsesøkonomien indhold. Men kulturarven bliver kun til oplevelser gennem de transaktioner og netværk, som forbinder oplevende brugere, kulturformidlere, forskning, erhvervsliv, myndigheder, genstande og omgivelser



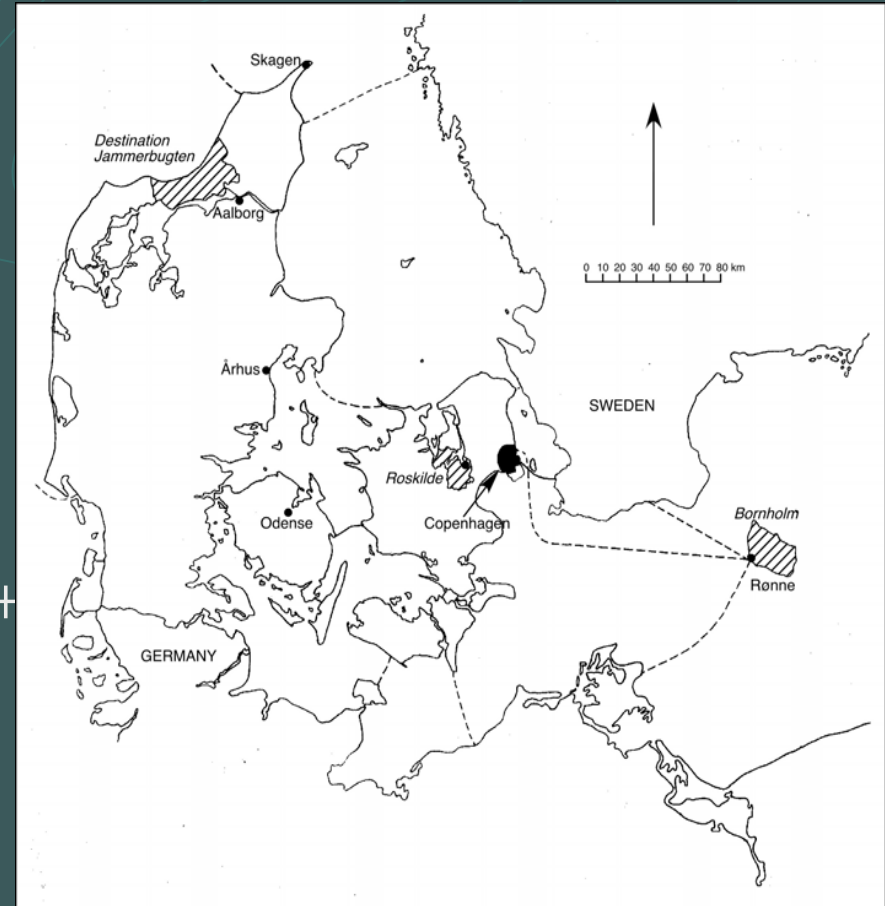
# Kulturarv og oplevelsesøkonomi 3

Problemformulering:

- Hvordan virker kulturøkonomiens netværk?
- Eller: Hvordan udvikler den kulturhistoriske formidling sig over tid som dynamiske netværk og transaktioner, der involverer forskere, formidlere, erhvervsliv og offentlige myndigheder?

# Baggrund 1: En undersøgelse af netværkstyper i turisterhvervene

- vertikale netværk ?
- horisontale netværk ?
- additive netværk til markedsføring +
- 'informelle' netværk +
- politiske forbindelser ++
- netværk turisterhverv og turister+  
(Bærenholdt, Haldrup, Larsen & Urry 2004: *Performing Tourist Places*, p. 19-20; Bærenholdt, forthcoming: 'Hvad er turistdestinationer', in Sørensen (red.): *Grundbog i Turisme*





## Baggrund 2: Forestillingen om erhvervs- klynger har vist sig problematisk

- Forskning i regional udvikling og økonomisk geografi, og den deraf afledte innovationspolitik, har bygget på ide om at nærhed forbundet med sam-lokalisering af virksomheder i 'clusters' befordrer viden-spill-over m.v. – dette har vist sig at både empirisk og teoretisk problematisk.

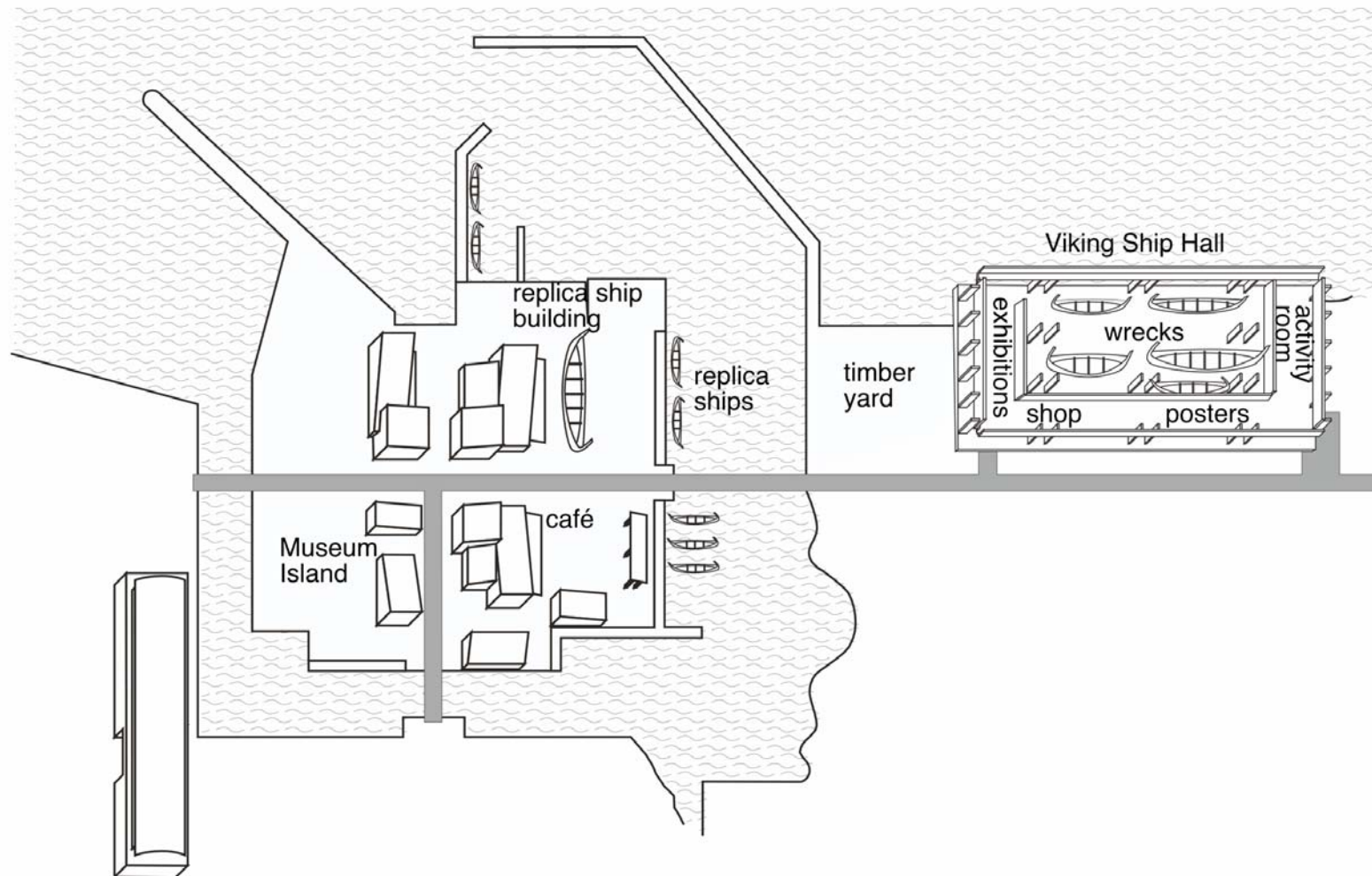
Malmberg, A. & Maskell, P. (2002) The elusive concept of localization economies: towards a knowledge-based theory of spatial clustering, *Environment and Planning A*, vol. 34, pp. 429-449.



# Vikingskibsmuseet



# Vikingskibsmuseet i Roskilde





# Empiriske fund omkring Vikingskibsmuseet

- ved et (politisk) tilfælde lokaliseret i Roskilde
- vikingskibene var og er fortsat (som rekonstruktioner demonstrativt) mobile
- i høj grad (både de originale og rekonstruerede) objekter og teknologier, som holder museet sammen.
- netværk i forbindelse med kommunale myndigheder, men også tidsbegrænsede projekter og kontakter med udenlandske fagkolleger, har været afgørende for udviklingen af nye projekter så som museumsøen (Bærenholdt et al 2004: *Performing Tourist Places* pp. 24-25)

# et komplekst billede af netværk



- kommunale og statslige myndigheder og politikere
- forskere / forskningsinstitutioner (i ind- og udland)
- frivillige organisationer
- erhvervsliv (leverandører, støtte og salgsfunktioner)
- massemedier (lokalt, regionalt, nationale og internationale)
- forskellige typer af gæster (turister, skoler, berømtheder)
- udstillingerne og skibene i sig selv



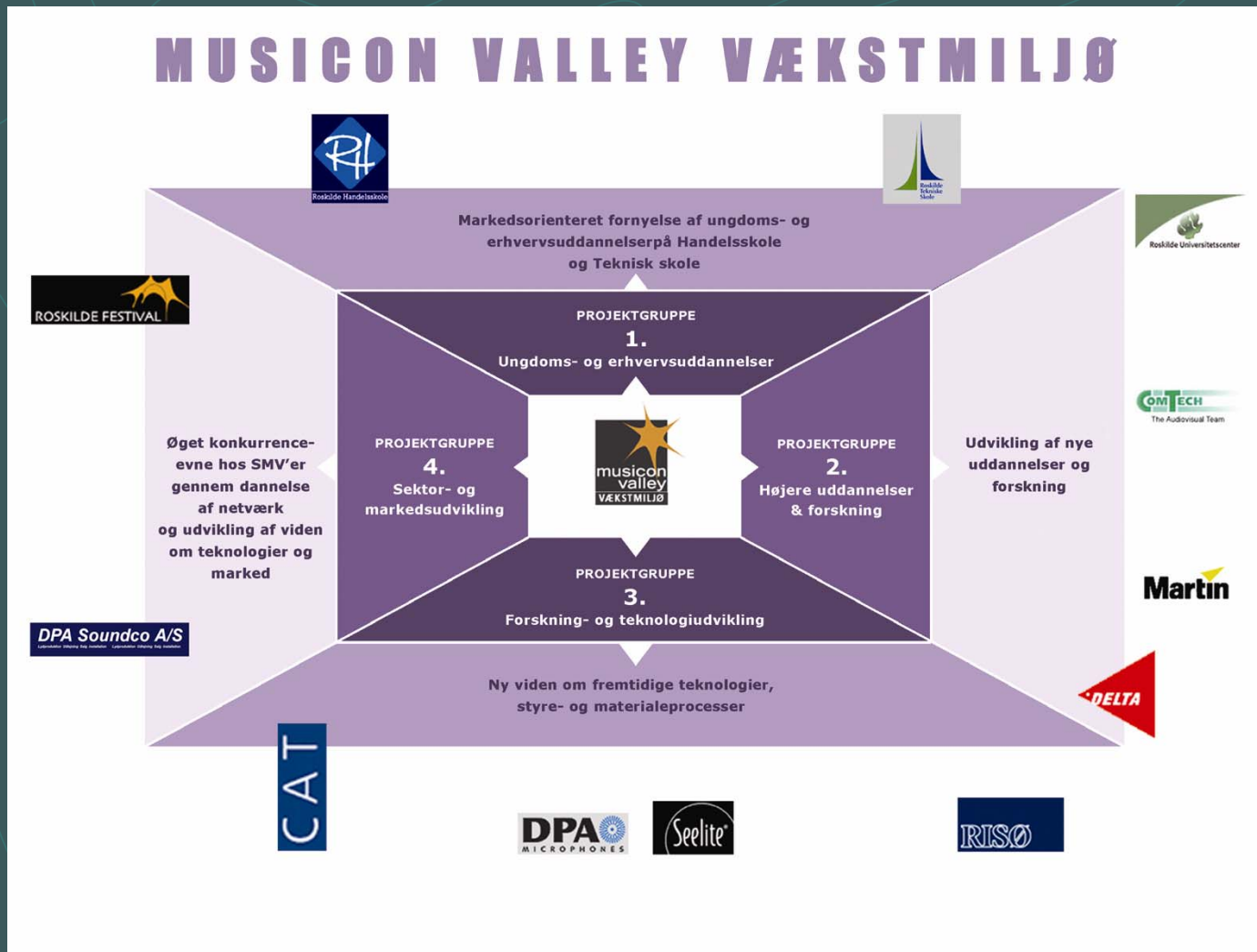
# Roskilde Festival med spinn-off: Musicon Valley, og RockCity planer



# Empiriske fund omkring Musicon Valley

- Udsprunget af lokale udviklingsseminarer (Roskilde 1000 år i 1998) – få nyt brand ud fra Festival, RUC og Risø, 'modsat kulturarven'
- Et offentligt samt lokalt støttet 'cluster' projekt
- Succes med netværk og kontaktskabning
- Vanskeligheder med at etablere lokaliseret erhvervsmiljø – tendenser til projekt diffusion
- Mangler endnu 'fælles neutral grund' – stabilisering i form af bygning / Rockmuseum - projekteres nu

# Et multi-partner samarbejdsprojekt – med forud udefinerede roller...







# Projekt OTOPIA, Roskilde Festival 05

- RUC (performance design, 2 lærere og flere studerende)
  - Musicon Valley Vækstmiljø / Roskilde Festival (en brobyggende/dobbeltrølle koordinator)
  - Roskilde Tekniske Skole (inkl. studerende)
  - Lysvirksomheden Seelite
- Samt løsere Risø og Roskilde Handelsskole

# OTOPIA erfaringer – typiske for projektorganisering

- For kort tid
- Utilfredshed med produkt (prototype / mugg upp bedre)
- Konflikter i samarbejdet mellem forskellige slags parter – men de ekspliceres
- Store organisationer (RUC og Festivalen) træge



# Kulturøkonomiske netværk – tese 1

- de dynamiske læreprocesser i kulturindustrien udspiller sig på mødesteder og i 'light institutions' for temporære relationer og 'communities of practices', frem for relationer af vedvarende nærhed.
- Grabher, G. 2001. 'Ecologies of creativity: the Village, the Group, and the heterarchic organization of the British advertising industry', *Environment and Planning A*, 33 (2): 351-374.
- Grabher, G. 2004. 'Learning in Projects, Remembering in Networks', *European Urban and Regional Studies*, 11 (2): 103-123.
- Wenger, A. 1998. *Communities of Practice. Learning, Meaning and Identity*, Cambridge: Cambridge University Press.



## Kulturøkonomiske netværk tese 2

- kreative industrier drives fremad af svage bånd og løse netværk, fremfor af stærke identitetsbindende netværk
- Florida, R. 2002. *The Rise of the Creative Class: And how it's transforming work, leisure and everyday life*, New York: Basic Books.
- Florida, R. and Tignali, I. 2004. *Europe in the Creative age*, London: Demos



## Kulturøkonomiske netværk tese 3

- de dynamiske netværk bæres mindre af traditionelle organisatoriske enheder end at de temporære fællesskaber, som udspilles i forbindelse med opførelsen og gennemførelsen af en særlig aktivitet, forestilling eller projekt
- Grabher, G. 2004. 'Learning in Projects, Remembering in Networks', *European Urban and Regional Studies*, 11 (2): 103-123.
- Pine, B. J. and Gilmore, J. H. 1999. *The Experience Economy: Work is theatre and Every Business a Stage*, Boston: Harvard University Press.



## Kulturøkonomiske netværk tese 4

- de netværk som bæres gennem materielle netværk, artefakter og teknologier, stabiliserer muligheden for økonomisk handling 'på afstand' (Dicken et al 2001) og med hjælp af 'rejsende objekter' (Lury 1997).

- Dicken, P., Kelly, P.F., Olds, K. and Yeung, H.W-C. 2001. 'Chains and Networks, Territory and Scale: Towards a Relational Framework for Analysing the Global Economy', *Global Networks*, 1 (2): 89-112
- Lury, C. 1997. 'The Objects of Travel', *Touring Cultures*, eds Rojek, C. and Urry, J., London: Routledge.

# Kulturøkonomiens dilemma

- Kulturformidlings front-stage personale (guides, vagter, frivillige, deltids) ofte marginal i organisationen – sikrer derfor ikke erfaring fra hvordan kulturarven virker som oplevelse
- Kulturformidlingens faglige stolthed producerer en særlig afstand til kommercialisering – og giver måske netop derfor rum for den fantasi, som gør en bedre oplevelsesøkonomisk forretning

# Nye forskningsspørgsmål



- (Hvordan) transformeres kulturformidlingen af interaktionen med brugerne?
- (Hvordan) sætter transaktionerne mellem gæst og museum/event sig spor i de lokale/regionale netværk?