

Arkæologisk Forum

Nr.39
2018



	Redaktionens leder	1
	Stakkels Jim...	
Artikel		
	Andres Siegfried Dobat, Torben Trier Christiansen, Mogens Bo Henriksen, Peter Jensen, Stine Vestergaard Laursen, Mads Dengsø Jessen, Rikke Ruhe, Freddy Arntsen & Mads Kähler Holst	3
	DIME – Digitale Metaldetektorfund Den Danske Registreringsportal for Detektorfund	
Artikel		
	Frida Amalie Bruno Weitling*	13
	Berørt af det uberørte Refleksioner over et samtidsarkæologisk eksperiment	
Conference		
	Marc Adam Fenchel & Laura McAtackney	19
	Contemporary Archaeology Review of Contemporary & Historical Archaeology in Theory conference	
Artikel		
	Sarah Sander Laugesen*	24
	Arkæologiske Podcasts Hvordan kan arkæologien bruge de nye digitale formidlingsformer?	
Spejlinger		
	Redaktionen	31
	Arkæologisk Forum – Spejlinger	
	Jesper Hansen*	33
	Arkæologi og naturvidenskab – fremmede, bekendte, flirtende, ægtefæller, skilt....eller lidt af det hele	
	Jeanette Varberg*	38
	Står arkæologien i skyggen af naturvidenskaben?	
Anmeldelse		
	Ole Thirup Kastholm	41
	Trods skriveborde og eksperimenter – spørgsmålet om jernalderens udspændte både er stadig ubesvaret	

*Fagfællebedømt artikel

Arkæologiske Podcasts

Hvordan kan arkæologien bruge de nye digitale formidlingsformer?

Med den store vækst i digitalt indhold og formidling både i og udenfor museerne er det påtrængende, at spørge: Hvad kan de digitale formidlingsformer gøre for formidlingen af arkæologien? Hvordan kan vi udnytte de muligheder for historiefortælling, som disse nye kanaler åbner for? Her præsenteres Museum Vestsjællands erfaringer og foreløbige resultater med podcast og små arkæologiske film. Ved at låne fra fiktionen og dokumentarens verden samt at producere med øje for både form og troværdighed, åbner der sig nye muligheder for at komme brugerne i møde – både unge som gamle. Men der er faldgruber, da det at producere til den digitale verden er en anderledes opgave for mange museer.

Den første indrømmelse skal gøres med det samme. Jeg er ikke arkæolog. Jeg er historiker med tidligere ansættelser på DR's historie- og kultureddaktioner i bagagen. I dag er jeg podcastproducent og kommunikationsmedarbejder hos Museum Vestsjælland. Her producerer jeg Museum Vestsjællands Podcast og dertil små videoer, som formidler den lokalhistorie – fra oldtid til nutid, fra Sjællands Odde til Ringsted – som vi varetager.

På denne måde adskiller jeg mig ikke fra mange andre, som sidder i formidlingsroller rundt om på de danske museer, da det kun sjældent er arkæologerne, som varetager de opgaver. Hvorfor det er sådan, skal jeg ikke gisne om, men faktum er, at det ofte er tilfældet. Det betyder, at formidlingen af arkæologien via digitale kanaler ofte er et samarbejde imellem dem med formidling som hovedkompetence og dem med de arkæologiske kompetencer. Det har fordele og ulemper. Derfor vil jeg starte med at opfordre flere arkæologer til at påtage sig – og få tildelt – flere formidlerroller.

Det er dette indlægs mål at videregive nogle af de erfaringer, som jeg har fra Museum Vestsjællands digitale formidlingsindsatser ved først at præsentere fem tværgående pointer efterfulgt af min praktiske erfaring via cases. På denne måde håber jeg at kunne bidrage til brobygningen mellem kommunikations- og formidlingsafdelingen og de arkæologiske afdelinger.

Grundlæggende digitale formidlingstanker

Der findes desværre ikke nogen faste regler for god digital formidling. Som historieprofessor Ulrik Langen

skriver, er det det op til historikeren (eller arkæologen) at eksperimentere med formidlingsformerne, da kildekritikken eller fundene ikke fastlægger en fortælleform. Målet er, også for mig, at få en tættere forbindelse med og forståelse af fortidens mennesker (Langen 2016: 442-444). Ved at afprøve forskellige greb og former i arbejdet med den populære formidling af de historier vi fra Museum Vestsjælland fortæller i det digitale univers, er jeg kommet frem til fem overordnede pointer og greb, jeg ser, har effekt:

1. Podcastlyttere elsker at nørde

Hvor stor sværhedsgrad en populærformidling kan bære, er der mange debatter om. Efter arbejdet med at producere foreløbigt 26 podcastudsendelser af forskellig sværhedsgrad, længde og tyngde af indhold, tør jeg klart sige følgende: Podcastlyttere elsker at nørde. Når hele det store internet med alle versioner af kattevideoer og meget andet er til din disposition, og du alligevel vælger at finde dig en film eller en podcast om forhistorien, så har du valgt at bruge din tid på at nørde. Derfor skal vi ikke være bange for at formidle tung, faglig og/eller specialiseret viden.

Alt fagligt eller svært tilgængeligt indhold kan formidles – hvis det formidles entusiastisk. Vi ser igen og igen, at de tunge, faglige og lange udsendelser har gode lytter-tal. F.eks. har udsendelsen om Guldaldermaleren J. Th. Lundbyes forhold til det kalundborgske landskab: *At male det kære Danmark – Lundbyes Guldalder* hurtigt placeret sig som en af de mest afspillede episoder. Det samme oplever både Langelands Museum og Svendborg Museum (Bønnelykke og Jensen 2018: 18).

Samtidigt skal det dog siges, at også podcastlytterne søger underholdningen. Udsendelsen med titlen: *De frække juletraditioner!* klarede sig således langt bedre end den om juleforberedelser.

2. Personbårne historier – Identifikation

Mit hovedformål i både podcast og i de små film er at engagere brugeren. At få dem til at investere sig i fortællingen, så de føler med den – og husker den. Den gode historie har i de digitale sammenhænge vist sig oftest at være den personbårne fortælling. Jeg kan høre, når jeg taler med lytterne til podcastene, at det er de mennesker, som personificerer historien, de forbinder sig med, som de husker og som de genfortæller.

I podcast om nyere tid er de personbårne historier simple at finde. I podcasten *Madammen og Fjordfiskerne* fortalte jeg således historien om fiskermiljøet i Holbæk Fjord ud fra Marie Olsen, som endte med at styre fiskehandelen imellem fjorden og resten af verden i 1800-tallet.

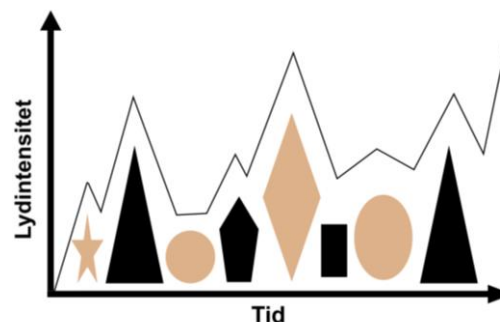
I podcasten *Under Kalken – Kalkmaleriernes skjulte historier* er den person, vi hører om, Morten Maler, som underskrev sine kalkmalerier i Gerlev Kirke. Overfor sættes et moderne menneske, som handler på samme måde eller i sammenhæng med fortidens. Det moderne handlende menneske er her billedkunstneren Maja Lisa Engelhardt, som fortæller om at skabe kunst til kirker, som er udsmykkede med kalkmalerier. Vi får således som lyttere en oplevelse af den kunstneriske proces fra den moderne tid, som vi kan sætte i sammenhæng med den, som middelalderens kalkmalere også havde.

I arbejdet med de arkæologiske historier er personoplysninger på fortidens mennesker ofte sparsomme. Derfor arbejder jeg her med moderne menneskers forhold til og oplevelser med fortiden. Det er f.eks. en finder, arkæologen fra udgravningen eller en person, som gentager nogle af de handlinger, som fortidens personer har gjort, som vi ser reenacterne gøre det, som jeg trækker frem, så de bliver dem, som lytterne kan identificere sig med.

3. Dramaturgiske fortællegreb

Det kan være svært med en ballast fra de akademiske studier at vende sig fra en kronologisk tilgang til historiefortællingen. Men i den digitale verden er de første sekunder dyrebare. Lytteren eller seeren skal fanges ind med det samme. Valgmulighederne blandt

podcast og streamingtjenester er store, og fanges lytteren ikke ind, så vælger de noget andet at bruge deres sparsomme fritid på. Derfor er det en fordel at låne fra fiktionens verden og fortælle historien med dramaturgiske virkemidler. Det kan gøres ved at lade udsendelsen følge en spændingskurve. Samtidigt lader jeg forskellige former for lyde være med til at tegne den dramatiske linje og give vekselvirkninger i fortællingen.



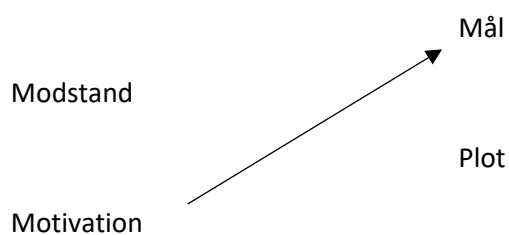
Figur 1. Radio - spændings- og lydcurvekurve

Et greb, som ofte benyttes f.eks. af Tom Buk Swienty, er at starte fortællingen *in medias res*. Vi starter med den person, som bærer historien midt i et brud eller i stilheden før stormen. Her skaber han billeder for læserens indre blik, som får os til at "blive hængende" i fortællingen. Disse greb er det en fordel, at vi lader os inspirere af. Derfor starter podcastudsendelserne oftest med en bid af fortællingen, som betegner enten personerne eller den fortælling, som vi nu begiver os ud i.

Ved at sætte fokus på spændingspunkter, konflikter, personforhold mv. i fortællingen, giver vi lytteren noget at engagerer sig i. Og ved at veksle imellem forskellige slags lyd, stemmer og indhold giver vi lytteren et indhold, som fastholder dem.

Arbejdet med dramaturgien starter allerede i researchfasen. Her har jeg god erfaring med at gøre brug af dramatisk research (figur 2). Her undersøger man sin faktuelle historie med et fokus på de greb, en fiktiv fortælling bruger: Personernes motivationer, mål og modstand imod at opnå disse mål. I konflikten imellem disse opstår plottet.

Disse elementer må fremgå klart i fortællingen for at engagere lytteren. Jeg vil som lytter vide, hvad det er hovedkarakteren vil for, at jeg kan heppe på, at hun



Figur 2. Dramatisk research.

opnår sit mål. Om det er Marie Olsen eller James Bond, så skal det fremstå klart, hvad der stiles efter (Thomsen 2018).

4. Aktiv brug af følelser

Den australske journalistikprofessor, *Oral History* (mundtlig historie) ekspert og radioproducent Siobhán McHugh lægger vægt på, at i forholdet til formidlingen er det følelser, som bærer fortællingen. Til forskel fra en artikel, hvor indholdet er det vigtigste, har det velkomponerede stykke radio mulighed for at komme længere med de følelser og stemninger, som lydmediet kan formidle. Det talte ord har helt andre måder at formidle følelser og konnotationer på end det skrevne, da stemmeføring, intonation og generel tone formidler langt mere end de faktiske ord som siges:

An affecting testimony will also arouse strong feelings in the listener, which will, in turn, influence how the listener processes the story and evaluates its meaning (cognition). Put simply, the affective power of sound and voice, combined with the intimacy of the listening process, means we can be moved by listening to oral history; this, in turn, affects how we absorb and retain its content, as well as how we judge that content. Moreover, when an informant narrates an experience in an affecting way (i.e., with palpable emotion), listeners will register the emotion through the prism of their own lived experiences; we can infer that this personalization will confer added impact.

(McHugh 2012: 195)

Hvordan disse følelser og stemninger aflæses af den enkelte lytter, kan man som producent ikke på forhånd vide uden at kende deres specifikke vidensunivers, men at vi kan aflæse de medvirkendes følelser i deres ord, hjælper os uvægerligt tættere på dem.

5. Aktualitet

Findes der en mærkedag, et nyt fund eller et på anden måde aktualiseringsgørende aspekt ved den historie man formidler, er det en fordel i forhold til at sprede budskabet – og dermed indholdet. Det betyder desværre ofte for de større mediers populærhistoriske formidling, at den udelukkende bliver i anledningen af årsdage.

På museerne behøver vi ikke at være bundet af de samme aktualitetskrav. Dog kan en historie gøres aktuel i de bredere medier ved at se efter aktuelle datoer. Da Museum Vestsjællands første podcastudsendelse udkom, handlede den bl.a. om Hovsa missilet. Da det var 35 år siden, at missilet nedlagde sommerhuse i Lumsås, lykkedes det os at få denne historie med på både TV2 News og på dr.dk med flere artikler.

I aktualitetskravet ligger der den ulempe, at det kan si historier fra, som ellers er både relevante og nødvendige for vores nutid. Men da de ikke har en specifik dato eller et signifikant jubilæum at knytte sig til, kan de forblive ufortalte. Jeg håber, at museerne kan styre uden om denne faldgrube.

Museum Vestsjællands Podcast

– målgruppe og genre

De fem greb, som er gennemgået ovenfor, stikker i forskellige retninger med både plads til at nørde, interesse i personbårne historier, dramaturgiske fortællegreb, fokus på følelser og mediernes aktualitetshungren. I produktionen af Museum Vestsjællands Podcast skal disse balanceres med det faglige arbejde, så produktet bliver et, vi som museum kan stå inde for. Herunder vil følge flere cases, hvor de genre- og praktiske arkæologiske fortællingsovervejelser i forbindelse med tidligere udsendelser fremlægges.

For at forstå hvorfor udsendelserne er bygget op, som de er, er det nødvendigt først at se på, hvem målgruppen er. Første og fremmest er lyttertallene generelt stigende for podcasts. 7% af danskerne lyttede ugentligt i 2016 mod 14% i 2017. Podcasts primære lytterskare består af de 25-31-årige, hvor 33% har lyttet til en podcast inden for den seneste uge. Men også de 15-24-årige og de 32-45-årige lytter talstærkt med (Niegel 2018)¹. Hermed rammer podcasts målgrupper, som er andre end museernes primære. De ældre målgrupper er mindre aktive lyttere generelt, men udgør

en større del af Museum Vestsjællands lytterskare. Det kan skyldes emnerne eller, at vi fra museets side har gjort en aktiv indsats for at få de ældre lyttere med. Heriblandt små kurser i teknikken for dem som gerne vil, men ikke kan.

Da lytterne primært er unge, er det relevant at se på, hvad de efterspørger. I journalisterne Silke Fensmark og Astrid Skovs speciale gennemgår de avisernes podcasts mål- og lyttergrupper. Disse flugter museernes. De ser tre kriterier som den gode podcast skal opfylde: Den skal være medrivende med høj lyd kvalitet, formidle troværdig (for lytteren) ny viden og ikke mindst være hyggeligt eller godt selskab (Fensmark og Skov 2017: 77). Den høje lyd kvalitet fås ved det rette udstyr og tid nok i klippeprocessen. Troværdigheden er vi som museum heldige at have efter en lang historie og ved at have eksperter på mange felter ansat. Underholdningsværdien fremelsker vi ved at arbejde med personbårne historier, dramaturgiske greb og en aktiv brug af følelser.

Der er mange måder at lave podcasts på. I Museum Vestsjælland har vi valgt at lave monterede radiofeatures. Podcastlytterne foretrækker medrivende podcasts, og de fremhæver de meget populære: *Politiken x Third Ear* og *Serial* (Fensmark 2017: 77-78). Disse udsendelser kan defineres som monterede radiofeatures, og det er denne populære genre, vi formidler igennem.

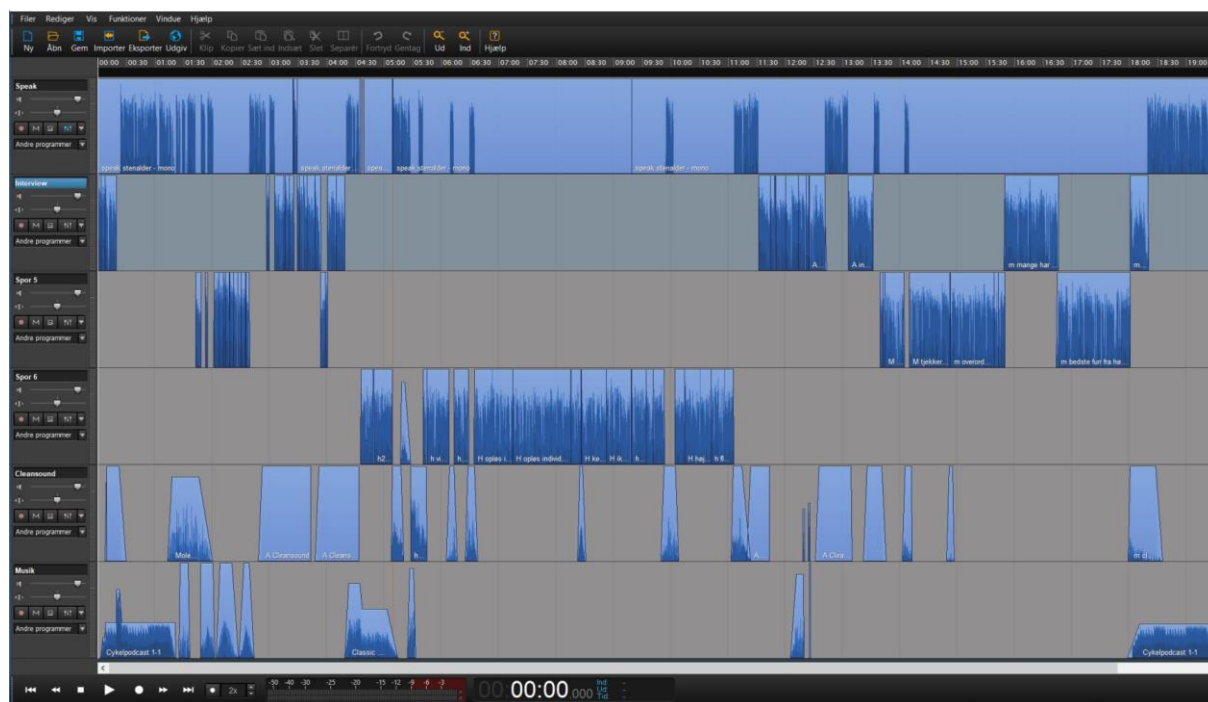
Journalisten Thorkild Ellerbæk definerer featuren som en narrativ dokumentarisk udsendelse, som tager udgangspunkt i en menneskelig fortælling eller vinkel (Ellerbæk 2003: 93). Et stykke monteret radio er en helhedsoplevelse, hvor mange forskellige elementer udgør et hele, som tilsammen skaber en emotionel oplevelse for lytteren.

McHugh ser montagen som en sammensmeltning af kunst og journalistik. Der er en mulighed for kunstnerisk at fremmale den formidlede fortælling via lyd, tale og musik. På denne måde bliver den sammenklippede historie samlet til ét strømlinet fortællende narrativ, som giver et præcist billede af emnet, og samtidigt er en behagelig lytteoplevelse. Udsendelsen skal dermed både formå at være en god og præcis historiefortælling samt en æstetisk lytteoplevelse (McHugh 2012: 198).

En monteret radiofeature har derfor tre trin: En fagligt vurderet og dramatisk research, interviews samt optagelser af reallyd og en længere klippeproces. Som McHugh forklarer, er netop klippeprocessen den vigtigste ingrediens i en succesfuld montage:

Radioproduction requires careful crafting. It needs the editor's skill at honing and filleting a long interview and then sequencing it so that it unfolds as a compelling narrative.

(McHugh 2012: 200)



Figur 3. Stenalderens helte projekt – oversigt over klippearbejdet.

Klipperen er derfor fortælleren af radiohistorien, ligesom forfatteren er fortælleren af den narrative historiedokumentation.

For at levere en god lyd kvalitet har vi investeret i et godt optage- og redigeringsudstyr. Optagelser med en telefon er ikke nok, men i dag er besluttet radiooptageudstyr og klippeprogrammer billige (Vi har valgt en Zoom H6 optager og klippeprogrammet Hindenburg). På den måde har jeg mulighed for at lave studie- og reportage-optagelser med det samme udstyr. Alle interviews og optagelser af lydoptagelser tager jeg således fra hinanden og bygger dem derefter sammen efter dramaturgiens retningslinjer.

Stenalderens Helte – En podcast case

I samarbejde med Sorø Kommune har Museum Vestsjælland produceret en serie af udsendelser, som fungerer sammen med en app med cykelruter. Disse udsendelser fik det fælles navn *Grundlæggerne*, da de alle beskæftigede sig med grundlæggere – både fysisk og med tankegodt for egnen. En af disse ruter har stenalderen som emne med podcasten: *Grundlæggerne: Stenalderens Helte*. Her formidler vi både jæger- og bondestenalder.

Muldvarp og amatørarkæolog

Hvor gerne jeg end ville, er det ikke muligt for mig at finde hele menneskeskildringer af hverken jæger- eller bondestenalderens mennesker. I stedet lader jeg de personer, som har et forhold til stenalderens mennesker, træde frem. Amatørarkæolog Alan Tomlinson starter udsendelsen med at sige:

Når man går ud på marken og samler sådan et flintredskab op, så er der sådan et lille øjeblik, hvor jeg ligesom føler en kontakt over de der 10.000 år, ikke? For 10.000 år siden var der sidst et menneske, der havde det her redskab i hånden, og her kommer jeg så 10.000 år efter og samler det her redskab op.

(Stenalderens Helte, tidskode 00:00-00:20)

I hans stemme hører vi tydeligt, hvor bevæget en oplevelse det er for ham at føle kontakten til fortiden. Med det håber vi at komme tættere på at identificere os for det første med en fascination af fortiden – og for det andet med selve den tid, han er fascineret af. For at underbygge dette starter han uden musik. Hans stemme



Figur 4. Interviewsituationen hos Alan Tomlinson.

står helt borte som et ekko fra fortiden, men undervejs, som han bevæges, starter en håbeful musik, som underbygger dette.

Derfra går historien videre til at tage udgangspunkt i en sjov detalje: Muldvarpeskuddenes leverancer af fund. For mange arkæologer er det sikkert en gammel travet af en historie, men da jeg selv hørte om det fra en af mine kolleger ude på parkeringspladsen en eftermiddag på vej hjem, blev jeg straks fascineret. Tænkt at have en muldvarp i sin have, som leverer flint fra fortiden. Denne fascination viste sig, da jeg talte med venner og bekendte at være generel. Derfor blev historien om arkæologen ved Museum Vestsjælland, Michael Vennersdorfs have med tilhørende muldvarpe et bærende element i fortællingen. Her er vi igen inde i en del af historien, som har en stærk identifikationsfaktor, for hvem har ikke set et muldvarpeskud eller to i sin egen have.

Dramaturgisk gik fortællingen om muldvarpen igen i podcasten, da vi foretog interviewet direkte ovenpå skuddet. Derfor kunne udsendelsen starte med en præsentation af, at muldvarpe havde Indiana Jones' evner, og den kunne slutte med at afsløre, at der også denne dag var bid. Hør udsendelsen ved at følge linket *Stenalderens Helte*

Tidsebjerg: En arkæologisk udgravning – en video case

At producere videomateriale, som honorerer de samme krav som en podcast for høj kvalitet, tager langt mere tid og kræver en stor indsats fra alle kanter. Derfor har vi på to områder forsøgt at komme de krav i møde på måder, som holder sig inden for museets økonomiske rammer. Ved at lave stand-up film til den mobile spilapp *Tidsejeren* og ved et forsøg med en arkæologisk film af allerede eksisterende materiale.

Som på mange andre store udgravninger gav udgravningen af middelalderbebyggelsen ved Tidsebjerg i udkanten af Slagelse en hel del materiale: Dronevideoer af udgravningen på forskellige tidspunkter i forløbet, film og billeder fra jorden med detaljer fra udgravningen samt genstandsbilleder og kort og de fundne anlæg. Det materiale klippede vi sammen til filmen *Tidsebjerg: En arkæologisk udgravning*.

Det blev til en ca. 8 min lang uhøjtidelig film komponeret af det allerede eksisterende materiale og et lydspor med et interview af udgravningslederen Jesper Bork. Lydsporet fungerede her som et kommentarspor, hvor

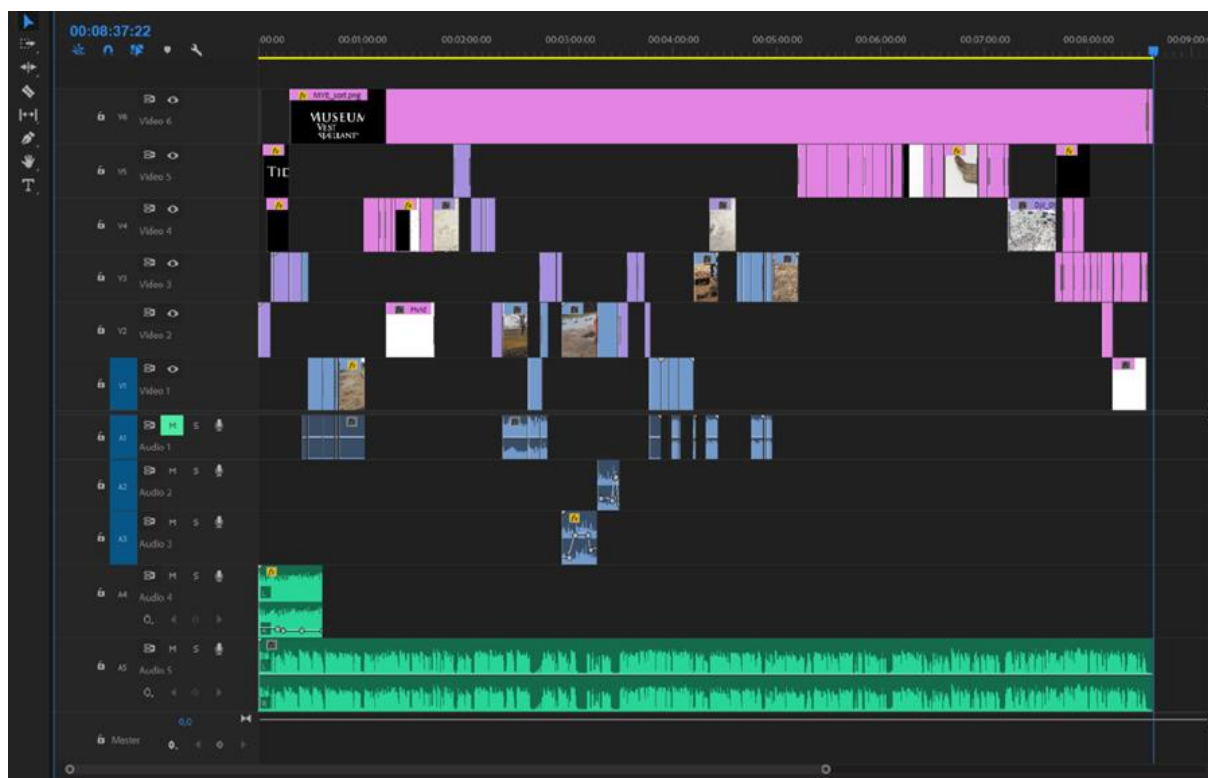
udgravningens forløb, fund og fremtid for området. På denne måde fik vi en podcast med billeder. En film til en podcasts pris. Se filmen ved at følge linket *Tidsebjerg – en arkæologisk udgravning*.

Modtagelse

Museum Vestsjællands Podcasts er blevet godt modtaget. Selvom langt de fleste beskytter deres lyttartal fra nogen form for offentliggørelse, så vil jeg her vove det ene øje og meddele, at vi ugentligt har ca. 200 lyttere. For et så forholdsvist nyetableret brand som Museum Vestsjælland og Museum Vestsjællands Podcast vil jeg mene, at det er rigtig gode besøgstal, som giver håb for fremtiden, specielt da tallene er eksponentielt stigende, eftersom hver ny udsendelse giver nye lyt til de i forvejen udgivne.

Videoen med Tidsebjerg blev delt fint på de sociale medier, men klarede sig langt bedre på Facebook end på YouTube.

Fra lyttere og seere har jeg modtaget gode mundtlige og skriftlige tilbagemeldinger på både podcast og film.



Figur 4. Tidsebjerg projektet

Håbet er, at ved at anvende de formidlingskanaler, som de "unge" bruger, så er der mulighed for at nå nye brugerflader, og forhåbentligt knytte nye brugere sammen med de lokale museer. Vi giver her en gratis oplevelse, som vi håber vil trække brugerne ud i landskabet for at opleve både museer – og landskabet imellem dem. Om det håb opfyldes må tiden vise.

Gode råd til digitale produktioner

Jeg vil til slut tillade mig at opremse nogle gode råd til podcast- og videoproduktion:

Husk at lytte til optagelsen, imens den foregår.

Stop rumklang og find et sted med tekstil og bøger – eller gå udenfor i læ.

Køb en god mikrofon

– eller tag en strømpe på din smartphone. Det stopper hårde P-lyde og vind – til en vis grad.

Klip

Audacity er et godt gratis lydklippeprogram at komme i gang med. Hindenburg koster lidt, men er intuitivt.

Udgivelse

Podbean, libsyn, stitcher m fl. Det er gratis at udgive få episoder. Nemt at lave RSS-feed, som gør, at ud-sendelsen spredes på nettet i diverse podcast apps. Jeg fravælger personligt soundcloud som primær host.

Tænk dramaturgisk

Ikke kronologisk. Find personerne, som kan drive historien.

På stedet

Film eller optag på stedet, find smartphonen frem midt i udgravningen. Skab det råmateriale, som enten kan bearbejdes af formidlerne eller af dig selv. Når du kommer hjem, er det for sent.

Skab samarbejder

I Museum Vestsjælland samarbejder vi med mange om podcastproduktionen, f.eks. Sorø Kommune og Trelleborg-fonden. Gør det samme: Hyr en filmmager eller pod-caster.

Note

1. De nyeste tal for podcastlyttere kan man bl.a. finde i DR medieforskningens årlige rapport: Medieudviklingen 2017

Link

Museum Vestsjællands Podcasts
www.vestmuseum.dk/podcast

Grundlæggerne: Stenalderens Helte
<http://bit.ly/StenalderHelte>

Tidselbjerg – en arkæologisk udgravning
<http://bit.ly/Tidselbjerg>

Medieudviklingen 2017
[file:///C:/Users/SSL/Downloads/2017_dr_medieudvikling_9ea41c2f%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/SSL/Downloads/2017_dr_medieudvikling_9ea41c2f%20(3).pdf)

Litteratur

Bønnelykke, Cecilie og Nils Valensdorf Jensen 2018
Podcast: Museum on demand?
Danske Museer nr. 2, maj 2018, Årgang 31

Ellerbæk, Thorkild 2003
Radiobogen.
Forlaget Ajour og DR Multimedie, Randers.

Fensmark, Silke og Astrid Skov 2017
Podcast er avisernes nye stemme - en kvalitativ undersøgelse af de danske dagblades brug af podcast
Speciale, Center for Journalistik, Syddansk Universitet

Langen, Ulrik 2016
Forsvar for kaptajn Allonge Bruun. En replik til Mikkel Leth Jespersen.
Historisk Tidsskrift, bind 116 (20. række bind 1) hæfte 2,
Den danske historiske forening, København.

McHugh, Siobhán 2012
The Affective Power of Sound: Oral History on Radio.
Oral History Review, Vol. 39, No. 2, s. 187-206.

Thomsen, Christina Ramsø og Inge Bang Termansen 2018
Dramaturgi. Historier der virker!
Radiodays 2018
<https://radiodays.dk/dramaturgi-historier-der-virker/>

Niegel, Peter 2018
Konferencen Radiodays 2018
<https://radiodays.dk/>

Arkæologisk Forum er et fagligt tidsskrift der søger at sætte det arkæologiske fag ind i en større sammenhæng – både videnskabeligt og samfundsmæssigt. Her kan både arkæologisk faglige og fagpolitiske emner behandles og debatteres.

Skriv til Arkæologisk Forum:

Arkæologisk Forum modtager gerne bidrag. Kontakt redaktionen, og få råd og vink om indhold, læsere, formaliteter, deadlines m.v.

Fagfællebedømmelse:

Generelt bliver tekster i Arkæologisk Forum fagfællebedømt. Fagfællebedømte artikler er markeret med en stjerne (*) ved forfatternavnet.

Kontakt:

redaktion@archaeology.dk
www.archaeology.dk

© Forfatterne og Arkæologisk Forum.

Artikler, indlæg og billeder må ikke mangfoldiggøres i nogen form uden skriftlig tilladelse fra redaktionen.

Redaktion:

Mette Palm (ansv. redaktør)
Jette Rostock
Anna Beck
Ole Thirup Kastholm
Signe Lützu Pedersen
Susanne Klausholm Dolleris

Udgiver:

Foreningen af Fagarkæologer – FaF

Forsidebillede:

"Er straks tilbage" – Holmegaards Glasværk.
© Anna S. Beck, Museum Sydøstdanmark.

Tryk og oplag:

Museum Vestsjælland trykker 250 stk.

Arkæologisk Forum udkommer:

maj og november

Abonnement og løssalg private:

175,- kr. årligt (2 numre)
87,50 kr. pr. nummer

ISSN 1399-5545



Foreningen af
Fagarkæologer
faf@archaeology.dk
www.archaeology.dk

Nr. 39
2018
Arkæologisk Forum