

Mot publikum – arkivene og PR-virksomheten **XX Nordiske Arkivdager, 07.08.2003 Island**

Informasjon i arkivene

Tine Berg Floater, Riksarkivet, Norge

Informasjonsarbeid i arkivene er gjerne et arbeid tillagt den medarbeideren som fatter spesiell interesse for emnet og som ellers har den nærmeste kontakten med publikum. Noen store satsinger på informasjonsmateriell eller andre typer informasjonsframstøt blir det sjelden økonomi til. De fleste større institusjoner har naturlig nok satset en del på hjemmesider på internett, og ved særlige arrangementer forsøker vi alle å kapre mediernes interesse. Enkelte institusjoner har nå tatt steget lenger og satset på at informasjonsfaget og en uttalt politikk skal gi folk den kunnskap om arkiver de trenger og i tillegg skape blest om arkivinstitusjonene og dokumentene som oppbevares der.

I det følgende vil jeg konsentrere meg om informasjon som kommunikasjon og tilegnelse av opplysninger heller enn formidling og læring.

Intern og ekstern informasjon

Det er forskjell på den informasjonen som skal ut til folk generelt og den informasjonen som skal distribueres innad i institusjonen eller blant arkivkolleger. Vi bør alltid tenke over følgende:

- Hva vi skal informere om. Hensikten med å gå ut med den aktuelle informasjonen bør konkretiseres i tillegg til at de konkrete punktene informasjonen inneholder, må gjennomgås og spesifiseres.
- Til hvem vi skal si det. Målgruppen vi søker å informere gir gjerne informasjonen en egen form og distribusjonsmåte.
- Hvilke virkemidler vi vil bruke. Informasjonen gis karakter av hvordan den mottas. Og informasjonsarbeidet er annerledes i forhold til om vi benytter for eksempel skriftlig materiell, internett eller media.
- Hvilke ressurser vi har til rådighet. All informasjon og arbeidet med den preges blant annet av hvilke personalressurser man har, hvilke fysiske forhold man jobber under og hvor mange penger man har til rådighet.

Jeg vil videre si mer om den eksterne informasjonen.

Forhold i Norden

I de nordiske landene har vi stort sett et felles utgangspunkt for vår informasjon til publikum. Vi har for eksempel lover og retningslinjer å forholde oss til, vi har hjemmesider og vi har åpne lesesaler. For å nevne de store institusjonene som illustrasjon, ble det i Sverige tidlig på 90-tallet ansatt en informasjonssjef i Riksarkivet og laget en informasjonsstrategi. Strategien

gikk fram til 1993, men har ikke siden blitt fulgt opp. I Statens Arkiver i Danmark fikk man i 1999 en informasjonsstrategi og man har nå også ansatt en egen web-redaktør for å styrke den siden av informasjonsarbeidet. I Riksarkivet i Norge er det ansatt en informasjonsrådgiver og det er utarbeidet en Informasjonsstrategi for Arkivverket 2003-2005.

Informasjonsstrategi i Arkivverket

Informasjonsstrategien er en del av Arkivverkets strategiplan 2001-2005. Den er et verktøy for alle avdelingene i Arkivverket og resultat av en bevisst politikk fra Riksarkivarens side. En nedfelt informasjonsstrategi skaper oppmerksomhet omkring temaet og denne bevisstgjøringen kvalitetssikrer også det arbeidet som allerede gjøres. En egen strategi fører også til at man må innhente kunnskap om informasjon som fag, utarbeide formidlingsmetoder som fungerer for arkiv og det legges økonomisk grunnlag for arbeidet.

Som en del av utarbeidelsen av strategiplanen ble det foretatt en landsomfattende spørreundersøkelse. Resultatet var i det store og hele at Riksarkivet og statsarkivene hadde et godt rykte, men få visste hva vi egentlig gjorde.

Hva er en informasjonsstrategi?

Informasjonsstrategien utmeisler først og fremst institusjonens satsing på informasjon og informasjonsrettede tiltak, og legger føringer for dette arbeidet.

I enkeltsaker kan en informasjonsstrategi benyttes som verktøy til å skape oppmerksomhet rundt det emnet man vil informere om. Konkret vil informasjonsstrategien være tredelt: informasjonsplan, framdriftsplan og evaluering.

Informasjonsplanen tilkjennegir målene, hensikten, målgruppen og lignende sentrale punkter. Hvilket budskap ønsker vi å nå frem med? Og hvilke kanaler ønsker vi å benytte i å nå informasjonsmålene? Eksempler på kanaler kan være aviser, radio og fjernsyn, internett, plakater, oppslag og pressemeldinger, i tillegg til direkte kontakt med enkeltmennesker i særlige posisjoner. Dette dokumentet er også viktig strategisk for siden å være utgangspunkt for evalueringen. Framdriftsplanen viser konkret til de enkelttiltak som skal gjøres for å nå målet. Her spesifiseres den kanalen som benyttes til det enkelte tiltak, hvem som har ansvaret for at jobben gjøres og hvilken tidsfrist som er satt. I tillegg bør framdriftsplanen ha rom for kommentarer som kan komme til nytte ved evalueringen. Det er viktig at alle punktene på framdriftsplanen planlegges detaljert. Og som alltid må det poengteres at det foretas en skikkelig evaluering av arrangementet med bakgrunn i informasjonsplanen og framdriftsplanen.

Informasjon til publikum – et praktisk eksempel

Riksarkivbygningen i Oslo som huser Riksarkivet (RA) og Statsarkivet i Oslo (SAO) var høsten 2002 åsted for arrangementet Arkivenes dag. Dette var andre gang RA og SAO deltok. Temaet vi valgte var "Innvandring gjennom tidene" og hensikten var å sette fokus på arkiver og å gjøre Riksarkivbygningen og arkivmaterialet tilgjengelig for publikum. Målgruppen for arrangementet var den alminnelig interesserte bruker – og kanskje noen innvandrere. Virkemidlene vi benyttet var foredrag, utstillinger, omvisninger m.m.

I utgangspunktet hadde vi lite penger å rutte med og liten erfaring med slike arrangementer. Men vi hadde en entusiastisk arbeidsgruppe og en dyktig informasjonsrådgiver. Vi ønsket oss

flinke og humørfylte foredragsholdere som talte for fulle lesesaler, interesserte besøkende på omvisning i magasinene og i konserveringsavdelingen, ”hands-on”-opplevelser for barn og voksne der de fikk arbeide som arkivarer og direktesending fra arkivene på nasjonal radio eller fjernsyn.

Da status ble oppgjort kunne vi skilte med ca. 400 fornøyde besøkende, stor mediaomtale i radio og aviser, positiv respons innad i institusjonen og ikke minst en faglig kvalitetsheving blant personalet. Det er ingen tvil om at denne suksessen i stor grad skyldtes en god informasjonsstrategi. Og i Riksarkivbygningen vil vi ved årets Arkivenes dag-arrangement videreføre og videreutvikle denne måten å arbeide med informasjon på.

Årsaken til at vi fikk så stor respons hos journalister, kan være at vi i utgangspunktet forsøkte å legge av oss arkivfrakken. Vi valgte nøye hvilken kanal vi gjorde fremstøt mot og vi tenkte eksklusivt på denne når vi planla hvilken historie vi ville selge akkurat dit. Forberedelser er alltid av det gode i slike situasjoner, og vi fant at nedskrevne faktaopplysninger ble tatt vel imot. Vi foreslo også illustrasjoner og vinklinger mot relaterte dokumenter og emner. Men først og fremst var vi entusiastiske i forhold til arbeidet vårt og de dokumentene vi viste frem. Det var ikke måte på hvor mye arkivfaglig og historisk informasjon de var interesserte i, bare vi først fikk napp.

Arkivene i informasjonsverdenen

Generelt ser jeg at det i enhver arkivinstitusjon som søker å forbedre sin utadrettede virksomhet nok må svelge noen kameler for å ta del i vårt mediafokusede samfunn. I arkivene kan vi ikke alltid være kjappe og nyhetsorienterte. Men for å tilgjengeliggjøre den informasjon vi sitter inne med på beste måte, kan det være en tanke å se på informasjonsrelatert arbeid som et eget fag. I alle tilfelle kan en gjennomgang av forholdene rundt informasjonsarbeid i institusjonen føre til bedre resultater uten at ressursene som brukes forandres i stor grad. Fokusering på resultatorientert arbeid og konkretiserte arbeidsoppgaver gir raskt svar i forhold til media. Det er også lurt å rette blikket mot hvem som faktisk informerer og dermed er involvert i de ulike prosjektene. Hvilke ambisjoner finnes, og hvor i det administrative systemet det tas beslutninger om informasjonsrettet virksomhet. Det er ingen tvil om at i arkivinstitusjonene kan gevinsten være stor med velrettet innsats.