

DIANA DAMOUNI  
SOFIE POULSEN



# OPLEVELSESBYEN

PERFORMATIVITET I BYRUM

SPECIALE

10.SEMESTER

OPLEVELSESDSIGN

VEJLEDER: BODIL KIRSTINE JENSEN

---

**Diana Damouni**

---

**Sofie Poulsen**

Oplevelsesbyen  
Performativitet i Byrum

Experience City  
Performativity in Public Spaces

Antal anslag | 274.841  
Antal sider | 114,5

Aalborg Universitet  
Oplevelsesdesign | Speciale  
10. Semester | Maj 2012  
Vejleder | Bodil Kirstine Jensen

**TITELBLAD**



# ABSTRACT

Cities all over the world are changing their identity from being based on industrial production to being based on creating knowledge and experience, and Aalborg is no exception. This thesis investigates how public spaces have developed to fulfill the demands of the consumers and to attract people. We carry out a research on how the city of Aalborg has created public spaces, which stories they tell and how they accommodate the wide variety of people who live in the city. Furthermore, this thesis investigates trends in Aalborg and all over the world, concerning both public spaces but also digital experiences. The intentions are to create an engaging and relevant digital experience in Aalborg. Therefore this thesis investigates the following questions:

*How are the public spaces being used as a media? How are relevant and engaging (digital) experiences being created in public spaces?*

We focus on how Aalborg uses public spaces as a media to communicate the transformation of the city and what impact it has on the consumers. Therefore this thesis has three main foci: The first perspective is the physical environment and investigates how this has an impact on what the public space communicates. The second perspective is the sociological parameters and investigates which factors the users find important in public spaces in order to research the third perspective about the experiences in public spaces. The interaction between the three perspectives provides a basis for understanding the interrelations between physical and sociological factors. Furthermore a focus on the importance of how the public space and the user perform creates an understanding of the social aspect.

The project concentrates on specific case areas in Aalborg: the central and east waterfront of Aalborg and Nordkraft. These areas are an important part of the

identity of the city and its transformation. The waterfront has throughout many years been Aalborg's most distinctive feature, due to transportation of goods. Today it has been transformed to multi-functional public spaces where the users are being attracted to the experiences and recreational factors. In order to understand the physical design of public spaces and the impact on the users, we draw on theories from different sources from sociological, cultural and architectural fields. Based on theoretical discussion, we emphasize the importance of the three perspectives interaction and how they have an impact on the identity and experience of the public space. A continuous theme in the transformation of Aalborg is the interaction between the city's old and new identity which is being communicated through its public spaces. At the waterfront old artifacts such as mooring rings have been preserved in order to communicate the harbor's story.

In Nordkraft artifacts tell the story about how it once where a power plant.

The thesis collects empirical data through a method called Oplevelsesmatricerne that seeks to investigate the user's first impressions of the public space. Furthermore data is collected through observations and interviews. Through the empirical analysis we found that the possibility of being social plays a role in the user's interpretations. Furthermore the multi-functionality of the public space is of great importance. A trend the thesis investigates is the matter of user involvement in experiences. The knowledge and experience gathered in the theoretical discussion and analysis of the thesis have resulted in a concept of an experience-design by the waterfront in Aalborg called Silent iPod Battle Box where user involvement and performance is in focus.



# INDHOLD

12  
21  
23  
47  
79  
125  
148  
150  
154  
157

**INDLEDNING** Oplevelse 13 | Oplevelsesøkonomien 15 |  
Oplevelsesdesign 16 | Oplevelsesbyen 19

**PROBLEMFELT**

**METODE** Videnskabsteoretisk perspektiv 26 | Empiriindsamling 31 |  
Oplevelsesmatricerne 36 | Det kvalitative interview 41 |  
Fotos som metode 44

**TEORI** Det offentlige byrum 49 | Performativitet i byrum 57 |  
Oplevelsesrummet 67

**ANALYSE** Den Centrale Havnefront 82 | Nordkraft 97 | Platform4 104 |  
Brooklyn Night Bazaar 111 | Mini Getaway Stockholm 116 |  
Homeless Hotspot 120

**KONCEPT** Idéudvikling 127 | Idéen 132 |  
Silent iPod Battle Box 134 | Koncept 138

**KONKLUSION**

**REFLEKSION**

**ANSVARSLISTE**

**LITTERATURLISTE** Billedliste 161 |  
Bilagsliste 165



# INDLEDNING

Vi var i praktik i New York, hvor vi boede i Brooklyn – og det er også her vi starter. I krydset til vores subway-station på Nassau Avenue, lå caféen Local, der hurtigt blev vores lokale sted at hænge ud om søndagen, hvor vi fik brunch, nød solen og betragtede livet omkring os. Udover trafikflowet med yellowcabs, mennesker, der forsvandt ned i subwayen og de mange hundelufftere, opholdte rigtig mange mennesker sig her ligesom os. Men hvad var det, der gjorde netop dette kryds i Brooklyn til noget særligt? Og hvorfor valgte vi ikke at sætte os 300 meter længere henne ved det hippe Williamsburg-kvarter?

Det var ikke kun os, der fandt at dette sted havde en vis tiltrækningskraft, for de omkringliggende caféer var fyldt til bristepunktet med unge hipsters, og ved de små kiosker mødtes de ældre polske damer og fik

en lille sludder. I parken, på den anden side af krydset, summede der ligeledes af liv fra motionister, børnefamilier og alkoholikere. Men hvor kom denne tiltrækningskraft fra, og hvad var det, som skabte den gode atmosfære?

Det er primært nogle af de tanker, der ligger til grund for dette speciale. Vi diskuterede, hvorfor vi syntes, at dette byrum var så attraktivt. Vi tror, at det, der gør dette byrum så vellykket er relationen mellem elementer, og hvordan de virker som helhed, og ikke det enkelte element alene – med andre ord, hvordan rummet *performer*. Beliggenheden, det trafikalske flow, parken, mangfoldigheden og det mangefold af aktiviteter, som uds spillede sig i byrummet mikset sammen i en virkning, vil vi kalde et *performativt byrum*, da det trækker mange forskellige kræfter sammen. Der



Nassau Av., Foto: Chamberlain



Park ved Nassau Av., Foto: Chamberlain

er således tale om sammenhænge, forbindelser, muligheder og udvekslinger, og ikke kun om byrummets funktionelle egenskaber, dets design eller gruppen af mennesker i det.

Vores fascination af de oplevelser, vi hver især har haft i sådanne performative byrum er således drivkraften bag dette speciale. Når man opholder sig i visse byrum, har vi oplevet en intuitiv følelse af at miljøet er mere urbant end i andre byrum. Vi har en umiddelbar idé om, at dette er grundet mangfoldighed, og dette er et aspekt, som vi blandt andre vil arbejde med i specalet. Vi vil arbejde med, hvordan en række byrum i Aalborg appellerer til befolkningen og tiltrækker ikke alene mennesker, men også aktiviteter. Hertil vil vi også undersøge, hvordan man i udlandet anvender byrummet som scene, samt hvilken betydning, det har for bylivet.

## Oplevelse

I kraft af vores virke som oplevelsesdesignere, ønsker vi først og fremmest at definere *en oplevelse*, for at kunne sætte ord på det, der sker, når vi sidder på Café Local og føler, at vi sidder og oplever.

En oplevelse defineres ofte som noget, der fremtræder i vores bevidsthed. Oversætter vi det til det engelske begreb *experience*, er det mere komplekst end det tilsvarende danske ord *oplevelse*, da *experience* indeholder mange analoge danske begreber som at opleve, at opdage, at erfare, at øve, at gennemleve med videre.

Endvidere vil man efter en *experience* være øvet, erfarer, kompetent og prøvet (Marling et al., 2009, s. 13). Vi lægger os derfor op ad det engelske ords definition, da vi finder dette mere dækkende for de mange perspektiver, som er i det at opleve.

Sociologen Gerhard Schulze<sup>1</sup> skelner ligeledes mellem erfaring og oplevelse – når vi prøver noget for første gang, er det en oplevelse, som skaber erfaring – gentages denne oplevelse, er det stadig en oplevelse, men oplevelsesdimensionen formindskes, da det er tidligere erfaret. Endvidere sker denne formindskning gradvist jo flere gange oplevelsen hænder, og på den måde bliver det til en erfaring.

En vifte af teoretikere har defineret en oplevelse, og gennemgående er, at der forekommer et *brud*: At mennesket oplever noget, det ikke har oplevet før, og som giver individet lysten til at genfortælle oplevelsen. Dette afspejles også i det, at oplevelsesdimensionen formindskes, jo flere gange oplevelsen hænder. Vi reflekterer og meningsgiver ikke oplevelsen i samme grad, når den gentages.

Oplevelser er noget, der indtræffer konstant. Det, at opleve, er også en del af det, at leve. Det er en konstant strøm af indtryk, der opstår i interaktionen med omverdenen, og på den måde fremstår som det mere eller mindre flydende indtryk af hverdagen – det er ikke noget, som træder ud af det ordinære (Dewey, 1934,

<sup>1</sup> Den tyske sociolog Gerhard Schulzes skelner i værket *Die Erlebnis Gesellschaft* fra 1992 mellem *erfaring* (Erfahrung) og *oplevelse* (Erlebnis).



s. 35). Vi oplever konstant, og derfor kræver vores definition af en oplevelse et brud – det er noget, der er anderledes, og hvor vi ikke trækker på vores erfaring. John Hird og Peter Kvistgaard, der har forsket i oplevelsesrum, beskriver ligeledes at en oplevelse kræver et brud, da vi mennesker oplever konstant (Hird & Kvistgaard, 2010, s. 42).

Den amerikanske psykolog og filosof John Dewey (1859-1952) koncentrerer sig i sit værk *Art as Experience* om en oplevelse i samspil med æstetik. Han fokuserer især på at forklare, hvorfor og hvordan kunst kan forekomme som en oplevelse. Vi mener, at rammen for en oplevelse i det performative byrum også indeholder en æstetisk dimension, hvorfor vi har inddraget Deweys definition af en oplevelse. Han forklarer, hvordan æstetikken har indflydelse på oplevelsen, og dette perspektiv finder vi relevant. Dog mener vi ikke, at æstetikken er altafgørende for modtagerens oplevelse, da der er flere faktorer, der spiller ind.

Dewey beskriver i værket, at *experience* er noget, der indtræffer konstant. Mennesket opnår hver dag i interaktion med omverden en konstant strøm af indtryk (Dewey, 1934, s. 35). Der, hvor han mener, at der sker en oplevelse – *an experience*, som han definerer det – er netop når noget træder ud af hverdagen, noget, der markerer sig som en afgrænset enhed med både en begyndelse og en afslutning.

*“A piece of work is finished in a way that is satisfactory; a problem receives its solution; a game is played through; a situation, whether*

*that of eating a meal, playing a game of chess, carrying on a conversation, writing a book, or taking part in a political campaign, is so rounded out that its close is a consummation and not a cessation. Such an experience is a whole and carries with it its own individualizing quality and self-sufficiency. It is an experience.”*

(Dewey, 1934, s. 35)

En oplevelse forstærkes ofte efter dens afslutning, når den videregives til andre, reflekteres eller sættes i relation til tidligere oplevelser hos individet. På samme måde mener Dewey, at oplevelser er defineret af situationer, vi refererer til som *a real experience*; det vil sige, tidligere situationer, vi husker og beskriver som en oplevelse (Dewey, 1934, s. 36).

Disse situationer kan være svære at gengive handlingsmæssigt og sanseligt, hvis modtageren skal få indtryk af den oplevelsesmæssige samme intense karakter. Der tyes ofte til de æstetiske overvejelser og sammenhænge mellem oplevelse og æstetik ved videreførelse, hvorfor den æstetiske karakter skal være i stand til at sætte den oplevende i en følelse af velbehag.

*“[...] the experience itself has a satisfying emotional quality because it possesses internal integration and fulfillment reached ordered and organized movement. This artistic structure may be immediately felt. In so far, it is esthetic.”*

(Dewey, 1934, s. 38)

De æstetiske oplevelser sætter aktørerne fri fra en normal konsekvensbelastende handlingsvirkelighed ved at give mulighed for en sansemæssig indlevelse. Æstetik er af en afgangende dimension, da der kan opstå noget livagtigt via formen af oplevelsen. Det er ikke håndgribeligt og til tider svært at gengive, da det er noget, der skabes gennem individets egen sansemæssige indlevelse. Æstetik tager ofte udgangspunkt i den producerende eller arrangerende instans, der skaber rammerne for oplevelsen (Stigel, 2007, s. 126).

## Oplevelsesøkonomien

I vores samfund i dag, hvor vores basale behov er dækket, længes vi efter noget nyt og unikt – og noget, der kan rykke os. Noget, som kan bidrage til vores identitet, og noget, der udfordrer os. I den sammenhæng er *oplevelser* blevet et buzz-ord i virksomheder og deres marketing. Der er konsekvent opstået et marked for oplevelser – og dertil en *oplevelsesøkonomi*. Det nye marked kan anskues på flere måder – enten som en samfundstendens, hvor oplevelser træder ind i flere og flere brancher, og bliver et afgørende aspekt til at afsætte en vare eller serviceydelse. Det kan også anskues mere snævert som en oplevelsesindustri af brancher, der har oplevelser som primære produkter, eksempelvis indenfor turistbranchen.

Schulze taler om oplevelsessamfundet som en systematisering, hvor vores orientering mod oplevelser er fremtrædende. Om dette tilføjer Hird og Kvistgaard, at det er en form for oplevelsesrationalitet i oplevelses-

økonomien. De har ud fra hovedværkerne i litteraturen om oplevelsesøkonomi defineret to gennemgående tilgange til forståelsen af, hvad oplevelser og oplevelsesøkonomi er – eller kan være. De skelner mellem den humanistiske tilgang og den økonomisk-rationelle tilgang (Hird & Kvistgaard, 2010, s. 42). Den sidstnævnte fokuserer på marketing og økonomi, og handler om lukkede, kontrollerede og kontrollerbare rum såsom virksomheder, forlystelsesparker, hoteller og så videre. Det er rum, hvor der er en direkte afsender, og hvor denne også fremstår i det lukkede rum. I disse rum er design et kodeord – eksempelvis kan indretningen af rummet være en vigtig faktor i modtagerens oplevelse. Den anden tilgang, nemlig den humanistiske tilgang, fokuserer på at modtageren skaber sin egen oplevelse. Her designes oplevelser ikke, men faciliteres derimod (Hird & Kvistgaard, 2010, s. 43). Oplevelserne er i denne optik centrale for individets selvindsættelse og identitet, og disse oplevelser sker oftest i åbne, ukontrollerbare rum. Offentlige byrum er netop ukontrollerbare rum, hvor arkitekter, byplanlæggere og kunstnere faciliterer oplevelser, men hvor brugerne af rummet skaber egne oplevelser. Da vi sad og spiste vores brunch på Café Local med den summende aktivitet omkring os, opstod der i samspillet mellem alle elementerne og menneskene en oplevelse – en individuel oplevelse. Men hvordan skabes en oplevelse? Vi vil i specialet undersøge tendenser indenfor feltet, hvor vi vil søge at få en forståelse for skabelsen af en oplevelse. Da en oplevelse forstås subjektivt, mener vi, at individet skal føle ejerskab af oplevelsen – den skal have en status af unikhed og originalitet. Vi kan facili-

tere en oplevelse, der indeholder elementer af disse, men samtidig viser hensyn til individets subjektivitet. En oplevelse, der er faciliteret og styret af en producent i så høj grad, at der i oplevelsen ikke er plads eller mulighed for individets egen meningsdannelse, virker i vores øjne *falsk*; som noget, der er *påduftet* individet. Det er en vigtig faktor, at modtageren involveres, er engageret og at der er plads til mangfoldighed.

Hird og Kvistgaard skelner skarpt mellem de to tilgange, hvilket vi ikke mener er nødvendigt, da de på flere måder overlapper hinanden. Vi mener eksempelvis ikke, at den økonomisk-rationelle tilgang kan stå alene, da der selv i kontrollerbare rum, hvor afsenderen har designet elementerne, skal være mulighed for, at modtageren kan skabe sin egen oplevelse af rummet. Der skal være et gensidigt samspil. Endvidere mener vi ikke, at design kun er et kodeord i de lukkede rum, men i lige så høj grad også i de ukontrollerbare rum, da der netop i disse rum skal være mulighed for involvering, autenticitet og et medskabende aspekt – en humanistisk tilgang. Et design kan bestemt være humanistisk i den forstand, at det kan være en form for oplæg, som det involverede menneske 'designer' videre på, eksempelvis i relation til performative byrum. Vi finder derfor Hird og Kvistgaards definition af ukontrollerbare rum mest nærliggende for vores forståelse og videre arbejde med byrum. Vi mener, at en oplevelse defineres af individet selv i den pågældende aktivitet, der sker i de ukontrollerbare rum. Det afhænger ikke kun af producentens facilitering af oplevelsen, men også hvorvidt oplevelsen opfattes autentisk af modtageren.

Vi vil derfor arbejde med betydningen af autenticitet i byrum som oplevelse, og involveringen af brugeren.

## Oplevelsesdesign

Når vi præsenterer os selv som oplevelsesdesignere overfor andre, der ikke har kendskab til feltet, kan vores forklaring på, hvad det er vi laver, ofte blive en noget 'nørklet smøre'. Dette skyldes, at vores studium bevæger sig indenfor et bredt spektrum af forskellige felter, og det er svært kortfattet at forklare, hvad det er, vi arbejder med.

*"Experience Design is still somewhat in its infancy. Simultaneously, by having no history (since it is a discipline so newly defined), and the longest history (since it is the culmination of many, ancient disciplines), experience design has become newly recognized and named. However, it is really the combination of many previous disciplines; but never before have these disciplines been so interrelated, nor have the possibilities for integrating them into whole solutions been so great."*

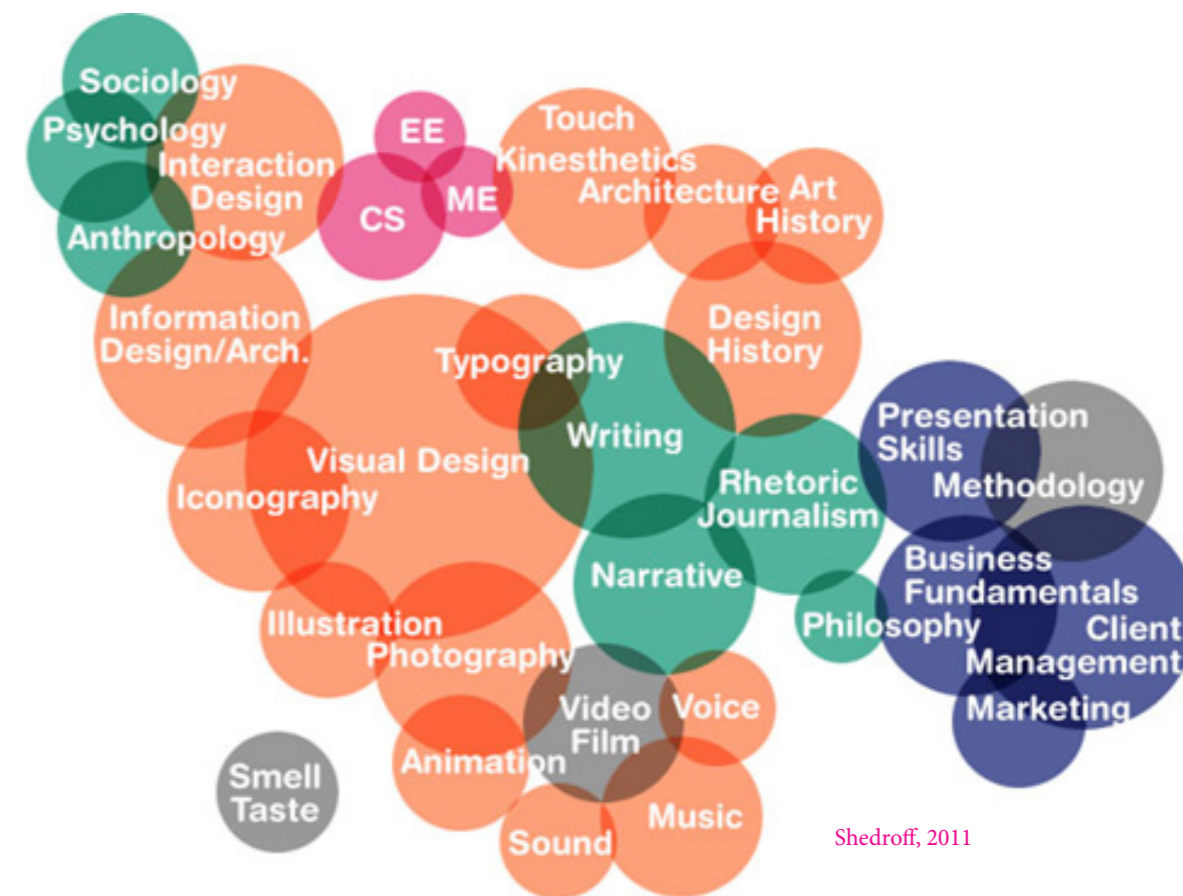
(Shedroff, 2011)

Nathan Shedroff<sup>2</sup> redegør i citatet for, hvilke facetter, der er i termen *oplevelsesdesign*. Det, der gør sig gæl-

<sup>2</sup> Nathan Shedroff kalder sig selv for en af pionererne inden for Oplevelsesdesign. Han er blandt andet medstifter af *Vivid Studios*, som er en virksomhed indenfor interaktive medier (Shedroff, 2009)

dende for feltet er, at det er tværfagligt og forgrener sig i flere discipliner. Noget vi selv har erfaret igennem vores uddannelsesforløb, hvor vi i større eller mindre omfang har arbejdet med en lang række felter. Vi vil i specialet derfor inddrage teoretiske perspektiver fra discipliner som kultur, design, sociologi og arkitektur. Med dette ønsker vi således, at skabe en teoretisk ramme med et tværfagligt afsæt, der samlet danner en oplevelsesorienteret optik.

Modellen nedenfor giver et overblik over den flerhed af discipliner oplevelsesdesign beskæftiger sig med, og visualiserer, hvilket grundlag, vi arbejder ud fra. Shedroff giver ikke nogen nærmere beskrivelse af modellen, vi ser dog modellen som en proces, der bevæger sig fra venstre mod højre. Vi opfatter dog ikke processen som linjær, men som felter man veksler frem og tilbage mellem for at kunne skabe en holistisk oplevelse. Alt efter hvilken slags oplevelse, der er tale om, er der discipliner, som kommer mere i spil end andre og på



Shedroff, 2011

forskellig vis. Modellen giver dog et godt overblik over de komponenter, der er til stede inden for vores felt.

Dimensionen Smell/Taste er ikke inkorporeret i den samlede model, da den kun i nogle tilfælde indgår i oplevelsesdesign. Teknologien er endnu ikke udviklet til, at vi kan inddrage Smell/Taste i eksempelvis design af hjemmesider. Denne sanselige påvirkning er dog vigtig for oplevelsens modtagelse, hvorfor Smell/Taste stadig indgår i modellen. Brandingeksperten Martin Lindstrøm har blandt andre i sin bog *Brand Sense* (2008) behandlet emnet omkring duftmarketing, og hvordan vi som forbrugere ubevidst bliver udsat for dufte i produkter, der ikke alene påvirker vores sanser, men også lagres i hjernen og påvirker vores næste køb. Et kendt eksempel er supermarkeder, der sprøjter dufte ud, med det formål at få vækket forbrugernes købelyst.

Som oplevelsesdesignere skal vi kunne vurdere behov og foretage analyser og evalueringer, med henblik på at tilrettelægge og realisere digitale oplevelsesprodukter – ikke kun nye oplevelsesprodukter, men også berige eksisterende. Brugerens muligheder skal fremmes, så relevante og interessante oplevelser kan opnås. Endvidere skal disse oplevelser være sanselige erfaringer, der lagres i hjernen og på den måde have en erkendelsesskabende effekt. Derfor er æstetik og kreativitet centrale dimensioner i vores uddannelse, hvilket også mange af modellens felter opererer med.

Vi ønsker i det omfang det er muligt og har relevans, at inddrage de forskellige discipliner i vores arbejde med performative byrum. I modellen fremgår ikke eksplicit en kommunikationsdimension, men vi mener dog at denne er repræsenteret implicit i flere af disciplinerne. Vi har begge

en bachelorgrad i Kommunikation ved Aalborg Universitet, og finder at mange af de videnskaber, vi har arbejdet med i den forbindelse, danner et vigtigt grundlag for, hvordan vi tænker oplevelsesdesign.

Vi har i et af vores foregående projekter arbejdet med at etablere en festival ved havnefronten i Aalborg, og beskæftigede os blandt andet med, hvordan man integrerer et event som en del af et eksisterende byrum. I den forbindelse har vi arbejdet med, hvorledes man bibeholder den mangfoldighed, der i forvejen findes og således giver plads til mange forskellige slags byliv. Hertil arbejdede vi med, hvordan vi gennem en marketingsdimension kunne skabe en oplevelse ved modtagerne. Denne praksis med værditilførelse har vi som oplevelsesdesignere også arbejdet med i en anden kontekst – nemlig DR Koncerthuset. I denne opgave foretog vi analyser og research omkring selve huset og dets historie, og på egen hånd oplevede flere af de udbudte oplevelser, med henblik på at finde svagheder og styrker i huset.

Under vores praktikforløb i New York, hvor vi arbejdede hos en non-profit organisation udviklede vi en applikation til smartphones. I denne udviklingsproces var der et anderledes samspil mellem disciplinerne end i vores tidligere projekter, der havde events og oplevelsesrum som omdrejningspunkt.

Vi har, som oplevelsesdesignere uddannet fra AAU, naturligvis oplevelsestænkning som forståelsesramme i al vores arbejde, men også en teoretisk og analytisk skarp tildragelse. Vi er med i hele forløbet – fra research til afvikling. Vi er specifikt i dette projekt interesseret i at skabe minde-

værdige, meningsfulde og transformerende oplevelser med et digitalt aspekt i byrum, hvor vi imødekommer modtagerne på deres egen 'hjemmebane' og faciliterer muligheden for en attraktion.

## Oplevelsesbyen

Opblomstringen af den kreative by, oplevelsesøkonomien og videnssamfundet har skabt nye præmisser for byudvikling. Oplevelsesbyen er noget de fleste kommuner arbejder med i deres byudvikling, for at styrke byen af økonomiske årsager såsom turisme og tilflytning. Der er fokus på at skabe oplevelsesrige og kreative miljøer gennem gallerier, caféer, musik og andre kreative udfoldelser. Følgende citat fra Aalborg Kommune i forbindelse med fornyelsen af Aalborg Havnefront illustrerer, hvorledes der er sket en kulturel podning af byrum, både med hensyn til aktiviteter og arkitektur, og Aalborg bliver her italesat som oplevelsesby.

*"Aalborg er ikke længere en industriby, men en videns- og oplevelsesby. Omdannelsen af den centrale havnefront er et meget håndgribeligt symbol på denne proces. Hvor det tidligere handlede om at transportere varer, handler det nu om at skabe attraktive byrum og steder til oplevelser, udfoldelse og ophold"*

(Aalborg Kommune, 2011)

Ved byrum er der sket et fokusskifte fra funktionerne til oplevelserne, og man tænker ud over det programmerede bydesign. Atmosfære, ophold for det sociale liv samt æstetiske kvaliteter såsom lys og lyd kan være lige så væsentlige som de traditionelle bygningsarkitektoniske kvaliteter. Det betyder, at når byrum i dag skal planlægges og revitaliseres indgår arkitekter, ingeniører, kunstnere og flere. Vi synes, at vi i vores virke som oplevelsesdesignere, har kompetencer, der kan bidrage hertil.

Ligesom på andre markeder konkurrerer byer med nye idéer og produkter gennem bydele og identiteter. En af de hyppigst anvendte konkurrencestrategier er at tilføje yderligere værdi eller identitet til det eksisterende produkt (Nielsen, n.d., s. 61). Dette bliver eksempelvis gjort ved at indsætte digitale installationer i de offentlige byrum.

Der er eksempelvis brugt mange ressourcer på lys ved havnefronten i Aalborg, med det formål at skabe et trygt miljø og bryde den ellers liminale karakter, havnefronten har haft. Et mere brugerinvolverende eksempel på brug af lys er installationen *John Lewis Harmony*, der kombinerede lyd og lys lavet af John Lewis stormagasin i London i efteråret 2010. Huset fungerede således, at man gennem en stander valgte et musiknummer, eller komponerede sit eget musiknummer, hvorefter huset reagerede ved at lyse op i musikkens rytme ved hjælp af lamper fra stormagasinet sortiment. På den måde skabte de både brugerinvolvement, værditilførelse og reklame for egne produkter.



På Islands Brygge indsatte man en interaktiv bænk i februar 2011, der har til formål at invitere til leg og oplevelser. Bænken reagerer på at mennesker sætter sig på den ved hjælp af infrarødt lys og en computer. Den reagerer på forbipasserende ved at skifte farve og mønstre jo tættere de forbipasserende kommer på den. Man kan hertil male på bænken flader med sine bare hænder, eller være aktiv med et virtuelt løbebånd. Sætter man sig på bænken, bevæger små nysgerrige partikler sig hen mod én, og når de rammer, eksploderer de i et lyshav (Peitersen, 2011).



Interaktiv bænk, Foto: Fris

Eksemplerne her er blot få af mange på, hvordan digitale oplevelser anvendes til at tilføre byrum værdi og involvering af brugerne i de offentlige rum. Vi ønsker i specialet at undersøge, hvilke strømninger og tendenser, der vinder indpas i de offentlige byrum både i Danmark og i udlandet. Vi finder dette relevant med hensyn til at lade os inspirere til, hvilke tiltag vi kan overføre til Aalborg, men også for at undersøge, hvad og hvordan vi kan motivere en mangfoldig gruppe af brugere.

# PROBLEMFELT

Vi ønsker at finde ud af, hvorfor nogle urbane byrum har en stor tiltrækningskraft på en bred gruppe af mennesker. Hvad er medvirkende til at skabe den gode atmosfære, og hvorfor vælger folk at benytte lige disse områder? Vi ønsker således at undersøge nedenstående punkter og hvilke sammenhænge, der er mellem dem:

- den fysiske udformning og de æstetiske kvaliteter i byrummet
- de sociale livsformer, der anvender rummet
- de oplevelser og erfaringer, der finder sted

Vi ønsker med vores speciale at finde ud af, hvorledes, der skabes et mangfoldigt rum – men også, hvad mangfoldigheden betyder for rummet. Specialet har til formål at afdække, hvordan man kan implementere oplevelsesdesign i rekreative byrum og identificere nye performative trends og tendenser indenfor urbane byrum. Vi vil således undersøge, hvordan og hvorledes det performative byrum bliver anvendt som medie – med fokus på både aktører og virkemidler.

Temaerne vi vil behandle i specialet, skal belyse, hvordan byrummene påvirker bylivet, brugernes anvendelse af byrummene og de tilgængelige oplevelses-

tilbud. Vi vil undersøge, hvordan nogle byrum skaber mødesteder, hvor social og kulturel udveksling ikke blot er mulig, men også rent faktisk finder sted. Med specialet søger vi at redegøre overgange og tilblivelser af byrum, for at påpege funktioner, materialer, arkitektur, oplevelser og det byliv, der foregår, for at finde ud af, hvordan mangfoldigheden skabes og hvordan den har betydning for byrummet. Vi vil undersøge, hvordan det vi normalt forstår som et formålsbestemt rum også kan indeholde et mangefold af performativitet og anvendelse.

Vi ønsker at finde ud af, hvordan digitale oplevelser kan bidrage til urbane miljøer, og om digitale aktiviteter påvirker det urbane miljøes identitet. Vi vil undersøge, hvordan der i byrum skabes engagerende oplevelser igennem digital implementering, og hvilken betydning det har for byrummet som medie.

Som følge af vores undren, har vi udarbejdet følgende problemformulering:

*Hvordan bliver byrummet anvendt som medie?  
Hvordan skabes relevante og engagerende (digitale) oplevelser i byrummet?*



Vi har valgt Aalborg som det primære undersøgelsesobjekt, da vi mener, at byen statuerer et godt eksempel på en by, der er under transformation til at blive en *oplevelsesby*. Vi mener at Aalborg stadig er under transformation, da mange projekter, der skal bidrage til oplevelsesbyen endnu er under udførelse, herunder dele af havnefronten. Byfornyelsen, der er sket gennem det sidste årti i Aalborg, finder vi typisk for mange europæiske storbyer, hvor der er skabt et nyt fokus på de offentlige rum og bylivet. I takt med byernes transformation vil vi undersøge, hvordan Aalborg har bibeholdt fortællingerne og traditionerne, og hvorledes dette har indflydelse på den fysiske udformning og det urbane miljø.

Vi vil undersøge, hvordan Aalborg iscenesætter sociale begivenheder og urbane tilblivelser samt hvilke motiver aktørerne har for at anvende byrummene – og endvidere hvordan der skabes relevante og engagerende oplevelser og kulturtilbud i de offentlige byrum. Vi ønsker at belyse de æstetiske kvaliteter, der findes i byrummet og disses sammenhænge med det sociale liv. Dette har til formål at afdække, hvordan Aalborg Kommune bruger de offentlige rum som medie til at kommunikere overgangssituationen til et videns- og oplevelsessamfund.

Vi har hertil fundet det relevant at supplere med cases, for at undersøge, hvordan digitale oplevelser bliver inddraget i udviklingen af det urbane rum, og hvordan de påvirker rummets identitet. Vi finder, at digital oplevelsesdesign er periodisk fraværende i Aalborgs

byrum, og vi ønsker derfor med inddragelse af disse cases, at belyse udviklingen inden for dette felt, med henblik på at kunne implementere digitale oplevelser i Aalborg.

Den viden vi i vores speciale indsamler, både metodisk, teoretisk og analytisk, skal ligge til grund for vores videre konceptudvikling, og denne skal således være afsæt for, at ændre vores problemformulering til:

*Hvordan anvender vi byrummet som medie? Og hvordan skaber vi relevante og engagerende digitale oplevelser i byrummet?*

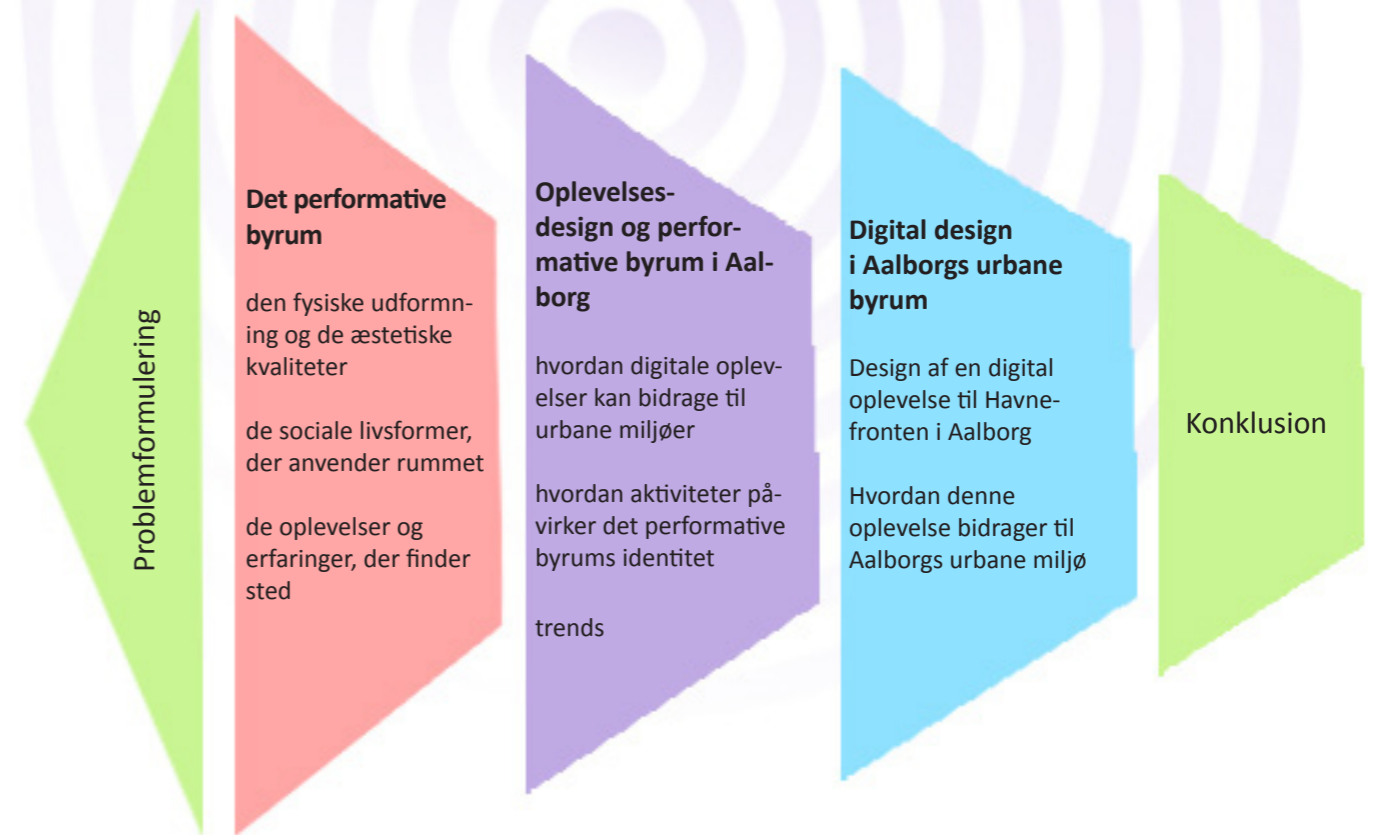


## Specialets opbygning

Vi vil i følgende afsnit redegøre for specialets opbygning, der er opdelt i henholdsvis tre grundsten: teori, analyse og koncept. Disse tre grundsten fungerer som en vekselvirkning, da de danner ramme for hinanden. Specialets primære undersøgelsesobjekt er performative byrum, hvorfor vi har udvalgt vores teori for bedst muligt at kunne besvare vores problemformulering, samt få den bedst mulige forståelse af emnet. Teorien danner ligeledes konteksten for vores empiri, og anvendes som 'rygrad' i analysen, der skal belyse digital design og performative byrum i Aalborg. Den overord-

nede teoretiske diskussion af byliv, udvides således med en empirisk analyse af forskellige grupper af menneskers byliv i Aalborg.

Teoriapparatet og analysen skal ligge til grund for vores konceptudvikling, der vil indeholde retningslinier fra de foregående grundsten. Konceptet kan anskues som resultatet af vekselvirkningen mellem teoriapparatet som rygrad og analysen som grundlag. Specialet vil udmunde i en konklusion, der anskuer projektet som helhed. Nedenfor er de tre grundsten illustreret:





## Videnskabsteoretisk perspektiv

Vi vil i følgende afsnit redegøre for vores videnskabsteoretiske perspektiv i specialet, der danner rammen for vores for forståelse og tilgang til specialet. Vi tager udgangspunkt i to forskellige hovedretninger. Metodisk arbejder vi ud fra en hovedsageligt fænomenologisk tilgang, vi dog supplerer med en hermeneutisk tilgang. Vi mener, at denne tilgang er givende i dette speciale og i vores arbejde, da den fænomenologiske vinkel lader os tilstræbe at fralægge os vores for forståelse midlertidigt. På den måde kan vi gå så objektivt til emnet som muligt. Endvidere danner den hermeneutiske tilgang en ramme for opbygningen af specialet, samt vores behandling og skabelse af viden. Den fænomenologiske tilgang knytter vi på den måde til vores empiindsamling og dens bearbejdelse, hvor hermeneutikken knyttes til vores efterfølgende vidensproduktion af denne.

Vores fokuspunkt for specialet er performative byrum og for at belyse dette felt, der tager udgangspunkt i blandt andet kultur, vil vi tillægge os en yderligere vinkel – nemlig en socialkonstruktivistisk vinkel. Denne danner rammen for vores tilgang til feltet, da den lader os betragte de performative byrum og menneskernes handlinger i disse i forhold til kulturen og konteksten. Vi vil i det følgende behandle fænomenbegrebet nærmere, og efterfølgende vende tilbage til socialkonstruktivismen.

## Fænomenologi

Fænomenologi er en af de mest dominerende filosofiske retninger, og mange har bidraget med teorier til denne videnskab. Edmund Husserl (1859-1938) betragtes ofte som dens grundlægger, og mange har baseret og trukket deres indsigter fra ham. Blandt andre kan nævnes Maurice Merleau-Ponty, der i sit hovedværk *Phénoménologie de la perception* (1945) forsøger at besvare, hvad fænomenologi er. Han udlægger i værket, at der ikke er givet et entydigt svar på fænomenologiens egentlige beståen (Collin & Køppe, 2007, s. 123). Der er mange retninger, der peger på vidt forskellige svar. Vi har dog valgt at inddrage både Husserl og Merleau-Pontys indsigter, da vi mener, at disse afspejler fænomenologien som vi forstår den, og som vi vil anvende den i dette speciale.

Fænomenologi er en form for transcendentalfilosofi, der søger at reflektere over erfaringens mulighedsbetingelser. Det vil sige, at den tager stilling til de naturlige antagelser, mennesket gør sig, og især de antagelser om eksistensen af en bevidsthedsuafhængig virkelighed (Collin & Køppe, 2007, s. 123). Det handler om den erkendelse, der sker før erfaringen – det førstehåndsindtryk og det umiddelbare, mennesket perciperer. Reflektionen tager sit afsæt i menneskets allerede bestående verdensforhold. Mennesket perciperer og reflekterer objekter i forhold til sin kontekst og forståelse, og fænomenologiens hovedopgave består i at artikulere betydningen af denne direkte og umiddelbare kontakt til verden (Collin & Køppe, 2007,

s. 123). Endvidere har fænomenologien til opgave at beskrive menneskets livsverden, samtidig med at den yder retfærdighed over for rummet, tiden og den verden, de oplevede fænomener finder sted i.

I denne retning af fænomenologien er subjektivitet en grundsten i teorien. Den fænomenologiske refleksion afslører ikke en skjult inderlighed, men mere et subjektivistisk perspektiv i form af et åbent verdensforhold, og med den tyske filosof Martin Heideggers ord, er der tale om en *væren-i-verden*. Det handler ikke om genstande eller relationer, mennesket har, men den meningshorisont, mennesket bestandigt sammenligner i forhold til – den forståelseshorisont, som danner basis for den fornuft, der råder over det umiddelbare møde med verden (Collin & Køppe, 2007, s. 125). Med denne indsig, ville verden være et produkt af menneskets egen konstitution og konstruktion, og den ville besidde den mening, mennesket selv tillagde den. Merleau-Ponty udtrykker dog, at menneskets jeg ikke kun er for sig selv, men også for andre. Det har påvirkning på, hvordan andre mennesker opfatter jeget og dets inkarnation i naturen og historien. Vi tænker måske anderledes i forhold til vores egen forståelse, hvis vi er blevet påvirket af eksempelvis Husserls forståelse. Subjektiviteten er naturligvis kropsligt indlejret – men i en social kontekst. Verden kan ikke adskilles fra subjektiviteten og ej heller intersubjektiviteten, hvorfor Merleau-Ponty argumenterer, at fænomenologiens opgave består i at tænke verden, intersubjektiviteten og subjektet i deres rette sammenhæng (Merleau-Ponty in Collin & Køppe, 2007, s. 125).

*“I can therefore see an object in so far as objects form a system or a world, and in so far as each one treats the others round it as spectators of its hidden aspects and as guarantee of the performance of those aspects.”*

(Merleau-Ponty, 2003, s. 79)

I citatet formulerer Merleau-Ponty, hvorledes han anskuer et objekt. Han tager udgangspunkt i en lampe på sit bord, og forklarer hvorledes han perciperer dette objekt i forhold til de skjulte attributter, lampen også viser sine omgivelser. Bagsiden af lampen vises til pejsen, bunden vises til bordet og så videre. Han forsøger at forklare, hvordan objektet anskues som et objekt, så vidt det indgår i et system, og så vidt objektet anskuer sine omgivelser som sine observatører, der skal garantere performativiteten af objektet. På samme måde som mennesker tænker, forstår og perciperer verden og sine omgivelser. Dette aspekt afleder den socialkonstruktivistiske tilgang, vi vil tilføre specialet; at verden er socialt konstrueret på den måde, at vi som mennesker påvirkes af hinanden og vores omgivelser, hvorfor vi på den måde kan skabe ny viden og forståelse.

## Fænomenbegrebet

Som tidligere nævnt, tager fænomenologi stilling til de naturlige antagelser, mennesket gør sig, og det umiddelbare, mennesket perciperer. Der er tale om de fænomener, der optræder for mennesket. Et fænomenbegreb er i daglig tale anvendt i modstillingen

fænomen versus væsen, eller fænomen versus fysisk virkelighed. Dette indebærer, at fænomenet er som det umiddelbart viser sig, på en sådan måde den *tilsyneladende* er. Det vil sige, at fænomenet er sådan, som mennesket med egne øjne ser genstanden, og hvordan den fremtræder – ikke sådan som genstanden er i sig selv. Heidegger definerede et fænomen som en forståelse af genstandens egen fremtrædelsesmåde; det, der viser sig ved sig selv, det, der åbenbarer sig og manifesterer sig (Collin & Køppe, 2007, s. 127). Fænomenologien kan derfor anskues som en filosofisk analyse, der ikke alene betragter genstandes forskellige fremtrædelsesformer, men også reflektivt undersøger de forståelsesstrukturer, der ligger til grund for fremtrædelsesformerne. Dette ses også i det tidligere citat af Merleau-Ponty, hvor han beskriver hvorledes et objekt perciperes som et objekt, så vidt det indgår i et system – de forståelsesstrukturer, der indgår i systemet. Vi forstår, at vores egne forståelsesstrukturer kan have indvirkning på vores perception af byrum som objekt, hvorfor vi i vores empiri vil tilstræbe os at fralægge vores forforståelse i forhold til analysedelen.

## Socialkonstruktivisme

*“What enables us to centre our existence is also what prevents us from centring it completely, and the anonymity of our body is inseparably both freedom and servitude. Thus, to sum up, the ambiguity of being-in-the-world*

*is translated by that of the body, and this is understood through that of time.”*

(Merleau-Ponty, 2003, s. 98)

Merleau-Ponty beskriver i citatet, hvorledes det, der muliggør mennesket at centrere sin eksistens, også er det, der forhindrer os fra at centrere den fuldstændige eksistens. Det vil sige, at når vi erkender vores eksistens, forhindres vi også i at erkende det andet. På den måde er der en tvetydighed ved *væren-i-verden*, da denne er erfaret gennem kroppen, men forstås gennem tiden. Som hermeneutikken fremlægger, perciperer og forstår vi som mennesker gennem tiden. Vi tillægger ny mening efterhånden som ny erfaring og gentagelser sker. Vi forstår, at der er en løbende dynamik mellem mennesket og verden – det er et løbende samspil, hvor menneskets forståelseshorisont er en dynamisk størrelse, der ændres og udvides i takt med erfaringsgrundlaget. Dette aspekt vil vi også tage stilling til i specialet, efterhånden som ny viden og forståelse vil opstå for os.

Merleau-Ponty påpeger i samme ånd, hvordan den måde, vi anskuer fænomener på, altid vil være præget af vores individuelle oplevelse af verden (Merleau-Ponty, 2003, s. 105-106). Det er umuligt ikke at anskue et fænomen subjektivt. Fænomenologien søger at fralægge sig denne subjektivitet så vidt som muligt, og tilstræber at anskue fænomener objektivt, velvidende at det kun kan tilstræbes, men aldrig opnås (Collin & Køppe, 2007, s. 131).

Vi anskuer fænomener på baggrund af vores egen oplevelse af verden – det er et førstepersonsperspektiv. Socialkonstruktivismen fremlægger et perspektiv på, hvordan dette verdenssyn præges og formes. Den dækker over, at et givent fænomen, der betegnes som *naturligt* eller uafhængigt eksisterende, i virkeligheden er menneskeskabt. Det har aftryk af sin menneskelige afstamning, forstået på den måde, at det eksisterer på baggrund af menneskets forståelsesstrukturer (Collin, 2003, s. 248). Opfattelsen af tid er eksempelvis ifølge socialkonstruktivismen en social konstruktion, og ikke naturligt og universelt givet, i og med, at tiden perciperes og fortolkes af mennesket i samspil med andre mennesker.

*“Herein lies the opening chapter of this drama called social construction: what we take to be the world importantly depends on how we approach it, and how we approach it, depends on the social relationships of which we are a part.”*

(Gergen, 2009, s. 2)

Som den amerikanske psykolog og professor Kenneth Gergen, der anses som en af de førende personer indenfor denne videnskab, fremlægger i citatet, at vores viden om verden ikke er en umiddelbar objektiv sandhed af verden. Vores viden af verden afhænger af, hvordan vi tilgår den, og endvidere afhænger denne tilgang af hvilke sociale forhold, vi er en del af. Han forklarer yderligere, hvordan konstruktioner sker alle ste-

der, hvor der er kommunikation mellem mennesker. I alle situationer, hvor der er kommunikation, opstår der også forskellige forhold, værdier og virkeligheder (Gergen, 2009, s. 50).

Vi er grundlæggende kulturelle og historiske væsner, hvorfor måden, hvorpå vi forstår verden også er historisk og kulturelt bestemt (Collin, 2003, s. 250). Dette ses også i Gergens værk *An Invitation to Social Construction*, hvor han netop fremlægger, at vi forstår verden ud fra vores tilgang til den, men også ud fra de sociale forhold, vi er en del af (Gergen, 2009, s. 50). Vores viden bliver skabt og opretholdt i sociale processer; det er gennem interaktion mellem mennesker, at vi fremstiller vores viden, opbygger fælles sandheder, men også kæmper om, hvad der er sandt og falsk. På den måde er alle interaktioner interessante for den socialkonstruktivistiske tilgang (Jørgensen og Philips, 1999, s. 13-14).

Værket *Den samfundsskabte virkelighed* af Peter L. Berger og Thomas Luckmann betragtes som en forløber til socialkonstruktivismen. Berger og Luckmann beskriver blandt andet heri, hvordan hverdagens virkelighed deles med andre, og fremhæver især ansigt-til-ansigt situationer, hvor aktørerne træder frem for hinanden i et levende nærvær. I lighed med Gergen, er det i mødet mellem mennesker, vi finder mening og sandhed.

*“I ansigt-til-ansigt situationen er den anden derimod umiddelbart til stede. Det er derfor hele tiden muligt for mig at få umiddelbar*

*indsigt i "hvad han er". Det er derimod ikke så umiddelbart indlysende "hvad jeg er".*

(Berger & Luckmann, 1992, [1966], s. 44)

I citatet beskrives, hvordan vi i ansigt-til-ansigt mødet finder viden om den anden, men tvinges til at kigge indad for at finde mening og viden om os selv. På den måde opstår der i mødet mellem mennesker en søgen efter ny viden og identitet, og der dannes sociale processer i hverdagen. Det er disse sociale processer, der danner individernes forståelse for hverdagens virkelighed.

*"Imidlertid bekræftes hverdagens virkelighed til stadighed i individets interaktion med andre. På samme måde som virkeligheden oprindeligt blev internaliseret under en social proces, således vedligeholdes den i bevidstheden gennem de sociale processer [...] De afspejler også den grundlæggende kendsgerning, at subjektiv virkelighed må stå i et socialt defineret forhold til en objektiv virkelighed."*

(Berger & Luckmann, 1992, [1966], s. 173)

Det er den menneskelige handlen og interaktion, der er betydningskabende, og det er heri vi finder mening og sandhed. Hvis et individ fremlægger et fænomen en betydning, har dette fænomen denne betydning

– men kun for denne person. Det kan have en anden betydning for en anden person, hvorfor vi i disse udvekslinger af information i mødet kan finde ny viden og sandheder, der fortæller om individernes identiteter, og samtidig kan have påvirkning på ens egen identitet.

Gennem de artefakter og sociale aktører, der forefindes i de kulturer, vi lever i, præges vores verdensopfattelse. Vi påvirkes konstant gennem den undervisning, vi modtager, bøger, film og andre kulturelle artefakter, vi udsættes for, de sociale relationer, vi indgår i og så videre. Socialkonstruktivismen argumenterer på den måde for, at vores identitet og verdenssyn ikke er medfødt, men derimod skabt og dynamisk skabes i alle aspekter af relationer, vi indgår i, samt den kultur, vi udsættes for eller deltager i. Vi forstår socialkonstruktivismen som en præmis for vores forståelse og fortolkning i forhold til de sociale relationers opståen i et byrum og hvad de betyder, både for byrummet som medie, men også for aktørerne i det.

# EMPIRIINDSAMLING

For at besvare vores problemfelt, vil vi foretage en undersøgelse, hvor vi udsender nogle mindre grupper af respondenter ud i Aalborgs byrum, og herefter foretage interviews baseret på de resultater, de indsamler. Ved at foretage denne undersøgelse, søger vi at producere ny viden omkring de fænomener, oplevelser og byrum, der forefindes i Aalborg, hvordan disse bliver anvendt, samt at få inddraget nye perspektiver.

Vi har valgt at anvende *Oplevelsesmatricer* som metode til at foretage en undersøgelse af Aalborgs byrum. Denne metode tager udgangspunkt i modtagerens opfattelse af oplevelsesrummet, og består af en række matricer, hvor respondenterne ud fra disse skal vurdere byrummene. Metoden skal give anledning til at respondenterne gennemgår en række faser, hvori de skal reflektere over byrummets indhold på en anden måde end hvad de gør, når de besøger byrummet i deres dagligdag.

Tilgangen til processen af oplevelsesmatricerne, som Hird og Kvistgaard beskriver, foregår ved at der først foretages et møde med deltagerne, hvor oplevelsesmatricernes indhold præsenteres og beskrives. Dernæst udsendes deltagerne i nogle forudbestemte oplevelsesrum, hvor de undersøger rummene ud fra matricerne. Herefter skal hver deltager indlevere sine fortolkninger på skrift og forklare sine resultater, hvorefter facilitatorne indsamler disse til analyse og udarbejdelse af mønstre i besvarelserne (Hird & Kvistgaard, 2010, s. 82). Efter nogen tid præsenterer facilitatorne resultaterne for deltagerne med henblik på at skabe dialog og diskussion, for at forsikre at resultaterne stemmer overens med deltagerens forståelse (Ibid.).

Vi har dog valgt at foretage nogle ændringer i denne proces, for at tilpasse den vores fokus. Den ene ting, vi har valgt at ændre er ikke at forudbestemme, hvilke offentlige rum deltagerne skal besøge, men lade det



være op til dem selv, idet det skal give anledning til at få deltagerne til at besøge rum, de i forvejen har en tilknytning til. Endvidere skal dette også være medvirkende til, at vi fralægger os vores forforståelse, og ydermere forholde os objektive til Aalborgs byrum. Vi har også valgt at udsende deltagerne i hold af to personer, dels fordi vi ønsker at tillægge en social dimension til matricerne. Som socialkonstruktivismen også foreskriver, opstår der viden i mødet mellem mennesker. Vi mener, at det at opleve byrum med en social relation har betydning for bedømmelsen af oplevelsen, grundet at der undervejs vil være mulighed for dialog og meningsudveksling.

Ved indsamling af resultaterne, vil vi foretage samtaler, hvori vi skaber dialog med deltagerne og gennemgår resultaterne. Vi har valgt at deltagerne, udover at gennemgå matricerne i byrummene, også skal tage fotografier undervejs. Dette har vi valgt, så vi som facilitatorer kan visualisere de oplevelser, de har gennemgået, og hvad der har fanget deres interesser, både positivt og negativt. Fotografierne fungerer således som et virkemiddel, deltagerne kan anvende til at viderefotælle deres oplevelser. Dette skal give indsigt i de forhold, der har haft betydning for deltagerens oplevelse, om det er æstetikken, kulturen, stemningen eller det sociale miljø.

Hver af oplevelsesmatricerne og deres resultater skal analyseres. Analysen behøves dog ikke foretages liniært, men derimod i en rækkefølge, der giver mening for både resultaterne og for os som analyseforetagere.

*”Målet med analysearbejdet er at identificere og præsentere overordnede mønstre i deltagerens subjektive beskrivelser og opfattelser af et givent oplevelsesrum. Data, det vil sige deltagerens input, skal selvfølgelig tages alvorligt. Det er deltagerens data, som skal fortolkes, bearbejdes og videreformidles. Der skal således gå en klar linie fra de udfyldte Oplevelsesmatricer til de synteser og værdisæt, som udarbejdes.”*

(Hird og Kvistgaard, 2010, s. 115)

Som i citatet, skal vi i analysefasen fastholde deltagerens data og forsøge at udelade vores egne forforståelser. Vi skal forholde os objektive, så bearbejdelsen reflekterer deltagerens data. Vi vil forholde os til de synteser og værdisæt, vi finder i deltagerens data i analysefasen.

I processen med Oplevelsesmatricerne vil vi foretage korte møder med hver respondentgruppe inden de bliver udsendt på opgave. I dette møde vil vi gennemgå Oplevelsesmatricernes indhold med respondenterne, og forklare, at de selv må udvælge de byrum, de vil have som undersøgelsesobjekt. Endvidere vil vi forklare dem, at de skal tage billeder af det, de umiddelbart finder spændende.

## Respondenter

Vi vil anvende respondenter, der har forskellige baggrunde, både med hensyn til alder, uddannelse og interesser. Fælles for vores respondenter er, at de alle bor i Aalborg, med undtagelse af én respondent, der bor i København og vil behandle Havnebadet ved Islands Brygge, København. På den måde har deltagerne i forvejen en relation og kendskab til forskellige byrum i Aalborg. Som nævnt, lod vi respondenterne selv udvælge de byrum, de ønskede at undersøge. Dette valgte vi for at lade deltagerne præsentere de byrum, de holder af og føler sig knyttet til. Dette skal også belyse, hvordan vores respondenter bruger byen og hvorfor,

og endvidere give os grundlag for de byrum, vi skal behandle i vores videre analyse.

Vi har ligeledes valgt, at udsende flere af vores respondenter i grupper af to, idet vi finder den sociale dimension vigtig for oplevelsen. De offentlige rum bruges ofte i en social kontekst, hvorfor vi på den måde søger at skabe en vant situation og ikke en iscenesat situation, der påvirker resultaterne. Grupperne vi har sammensat skal således afspejle forskellige relationer, og hvordan de oplever byen.

## Gruppe 1

**Relation:** Veninder og klassekammerater

**Jeanette:** 18 år og går i 3.G på gymnasiet Katedralskolen i Aalborg. Hun bor i Gug sammen med sin familie, og kommer til Aalborg Midtby med bus. I det daglige befinder Jeanette sig meget i Aalborg. Ud over skolen, er det også her hun tilbringer tid sammen med sine venner. Dette sker hovedsageligt på Aalborg Havnefront eller i Kildeparken, hvis der er godt vejr, og ellers er det på shoppingtur i Bispensgade og Algade. Hun tilbringer også tid på caféer, der anvendes ivrigt til sociale møder. Endvidere går Jeanette i byen i Jomfru Ane Gade sammen med sine venner og klassekammerater.

**Majken:** 19 år og går i 3.G på gymnasiet Katedralskolen i Aalborg i samme klasse som Jeanette. Majken bor i Arentsminde med sin mor og to mindre søskende, som ligger 30 km fra Aalborg. Majken kan godt lide den landlige idyl, der er i Arentsminde. Majken er ofte i Aalborg, da det er her, de fleste af hendes venner er. Hun går ofte på caféer for at tilbringe tid med sine venner. Især caféen Friends på Vesterbro bliver hyppigt besøgt, da den ligger tæt på skolen og busforbindelser. Når vejret er godt, kan hun godt lide at være ved Aalborg Havnefront, Kildeparken eller Friluftsbadet. Jomfru Ane Gade bliver også besøgt med venner og klassekammerater, og ofte efter en bytur overnatter hun hos veninder.

## Gruppe 2

**Relation:** Mor og datter

**Rebecca:** 22 år og kontorassistent hos virksomheden Royal Corbela, der ligger ved havnefronten. Hun bor i Skipper Clementsgade, og cykler eller går på arbejde, hvor hun ofte bruger havnefronten som transitrum. Hun er opvokset i Aalborg Midtby, og har derfor et indgående kendskab til byen. Hun spiser ofte ude, både i sine frokostpauser og i fritiden sammen med veninderne. Hun fremhæver ikke nogle byrum, som hun bruger mere end andre, men kommer overalt i byen.

**Liss:** 63 år og hjemmegående. Hun bor på Boulevarden i Aalborg Midtby, og det daglige gøremål foregår derfor tæt på bopælen. Hun handler i Vingaardsgade samt benytter sig af gågaden. Ud over disse steder opholder hun sig minimalt i de offentlige byrum i Aalborg, og til trods for, at hun har boet ved Boulevarden i cirka 10 år, oplevede hun en dag ikke at kunne finde hjem fra Kennedy Plads, som ligger ca. 200 meter fra bopælen. Hun spiser ofte med sin mand på restauranterne Restaurant Fellini og Stygge Krumpen, som ligger i Vesterå. Hendes mand ejer virksomheden, deres datter Rebecca arbejder for, og det hænder derfor at hun ligger vejen forbi havnefronten.

## Gruppe 3

**Relation:** Venner og gamle studiekammerater fra Aalborg Universitet

**Kristian:** 33 år og markedsanalytiker hos Telenor. Han bor alene på Vesterbro i Aalborg. Han har en hund, som han dagligt lufter, og dette foregår for det meste i Vestbyen og langs havnefronten. Han kalder sig selv for en del af møblementet på caféen Ib Rene, Cairo i Reberbansgade, hvor han næsten dagligt kommer for at få en kop kaffe. Han holder meget af miljøet omkring Reberbansgade, og har tidligere boet her. Han kender mange af de mennesker, som har deres daglige gang her, og betegner det som sit andet hjem.

**Thomas:** 35 år og kommunikationsmedarbejder ved Nordjyllands Trafikselskab ved Kennedy Arkaden. Han bor i en ejerlejlighed på Kastetvej, og går eller cykler til arbejde. Han bor med sin kæreste og deres fælles barn på 3 år. Thomas er glad for at bo i Vestbyen, og sætter pris på den korte afstand til byens grønne områder og fjorden, hvor han tit tager sin datter med. Når vejret er godt, er det især på Lystbådehavnen han opholder sig, hvor også flere af kammeraterne har både. Han kan lide at komme her for at få en øl og en pariserbøf, og få nogle røverhistorier fra de gamle mænd, der holder til her.

## Gruppe 4

**Relation:** Kusiner og gode veninder

**Helene:** 26 år og studerer historie på Aalborg Universitet. Helene har boet 6 år i Aalborg, og bor alene i en lejlighed i Ryesgade. Helene cykler ofte til og fra universitetet, og i sjældne tilfælde tager hun bussen. Hun går ofte ture langs havnefronten, da hun finder vandet idyllisk. Ellers opholder hun sig i de forskellige parker i sommerhalvåret, hvor hun hygger med vennerne. Helene kan godt lide Studentarhuset og dets aktiviteter, hvorfor hun også opholder sig omkring Gammeltorv. Helene boede før på en bondegård i Arden, som ligger ca. 30 km syd for Aalborg. Hun kan godt lide den landlige stemning der er derude, men vil ikke flytte tilbage. Hun er vild med bylivet og de mange aktiviteter, der er i Aalborg, og at hun er tæt på sine venner.

**Maria:** 28 år og gift. Hun bor i en ejerlejlighed i Vestergade i Nørresundby med sin mand, og arbejder som speditør ved LBN Medical i Gug. Hun har kørekort, og deles med sin mand om deres ene bil. Hun har boet i Nørresundby i fire år, og før dette boede hun i København med sin mand. De besluttede dog at flytte til Nordjylland, hvor Maria oprindeligt er fra. Her bor også hendes familie. Maria kan godt lide at opholde sig ved havnefronten, når der er godt vejr. Hun opholder sig på Nørresundby-siden, når hun er alene, og på Aalborg-siden, når hun er sammen med venner.

## Respondent A

**Camilla:** 22 år og studerer sociologi på Københavns Universitet. Hun bor alene i en ejerlejlighed på Frederiksberg, hvor hun har boet i ca. 2 år. Før boede hun med sine forældre og sin storebror i Helsingør. Hendes forældre har en bar, hvor Camilla nogle gange hjælper til. Hun ejer ikke et tv, da hun ikke ønsker, at det skal binde hende til hjemmet, og bruger derfor meget tid ude. Hun elsker at rejse, og har blandt andet boet i New York, Californien, New Zealand samt i en kibbutz i Israel.

## Respondent B

**Flemming:** 50 år og tømrer. Født og opvokset uden for Aalborg i byen Frejlev, men har i det meste af sit voksne liv været bosat i Vestbyen i en lejlighed i Willemoesgade. Han kommer primært rundt i byen på sin cykel. Flemming har været med til at lægge træbrædderne nede ved den nye Centrale Havnefront. Han finder umiddelbart ikke den nye havnefront som attraktiv, da den er kold og klinisk, men synes bedre om området omkring Fjordmarken. Han har to udeboende børn, og er single, for som han siger det – *gift er noget man tager for ikke at blive det*. I sin fritid fisker han både ved Limfjorden og i Østerådalen, og han elsker at være ude i naturen.

## Oplevelsesmatricerne

Vi vil, som tidligere nævnt, gøre brug af værktøjet oplevelsesmatricerne, der anvendes til analyse af åbne og ukontrollerbare oplevelsesrum. Brugen af denne metode giver vores respondenter mulighed for at systematisere de subjektive oplevelser og indtryk, de modtager i oplevelsesrummet. Det er et værktøj, der assisterer respondenterne med en formidling af de værdisæt, de oplever rummet indeholder. De forskellige faktorer, der opleves i rummet kan vi analysere ved brug af metoden (Hird & Kvistgaard, 2010, s. 75-78). Metoden har baggrund i Husserls fænomenologi, og behandler hvordan et bestemt fænomen optræder i en persons oplevelse, og den umiddelbare reaktion på dette. Denne optik drager vi paralleller til, da oplevelsesmatricerne i en undersøgelse af et oplevelsesrum handler om den umiddelbare reaktion, og det er denne vi søger at undersøge samt definere.

Oplevelsesmatricerne som metode har til formål at udforske, beskrive, opdage og forstå et oplevelsesrum. Metoden består af fem matricer, hvor den femte matrice er af to dimensioner, der kan tilpasses det givne oplevelsesrum. Matricerne er af forskellige kategorier og indhold, som søger at gennemgå elementer et givent oplevelsesrum kan indeholde, samt systematisere de subjektive oplevelser og indtryk, der skabes i et oplevelsesrum. Ved at tage stilling til indholdet af matricerne, vil respondenterne på egen krop opleve oplevelsesrummets påvirkning – og det er netop denne sansning, vi finder vigtig i forståelsen af oplevelses-

rummet (Hird & Kvistgaard, 2010, s. 86). Endvidere vil dette give os indsigt i, hvilke elementer, der netop gør rummet til *en oplevelse*.

### Matrice 1 – Oplevelsesrummets karakteristika

Den første matrice tager stilling til oplevelsesrummets fysiske karakteristika. Respondenterne skal forholde sig til hvad det givne oplevelsesrum består af. De skal beskrive, hvad de især lægger mærke til, oplevelsesrummets fysiske rammer og væsentligste særkender. Endvidere skal de beskrive henholdsvis menneskeskabte og naturskabte særkender, og ligeledes kommercielle og ikke-kommercielle særkender. Ved denne matrice har respondenterne mulighed for at nedskrive løse og faste tanker om indholdet, samt de værdier de oplever i oplevelsesrummets indtryk (Hird & Kvistgaard, 2010, s. 87).

### Matrice 2 – Oplevelsestyper i oplevelsesrummet

Ved matrice nummer to skal respondenterne forholde sig til forskellige oplevelsestyper, der kan findes i oplevelsesrummet. De forskellige typer er:

- Æstetiske oplevelser
- Underholdningsoplevelser
- Actionoplevelser
- Læringsoplevelser
- Nydelsesoplevelser

Respondenterne har igen mulighed for at nedskrive deres tanker om beskrivelserne af typerne, og endvidere skal de bedømme typerne på en skala fra 1-5 (Hird & Kvistgaard, 2010, s. 88). På den måde kan vi illustrere resultaterne, og samtidig få et billede af, hvilke styrker der findes i oplevelsesrummet.

### Matrice 3 – Sanserne i oplevelsesrummet

Da oplevelser i høj grad handler om pirring af og via sanserne, skal der i denne matrice tages stilling til om hvilke sanser der vækkes, samt hvorfor og hvordan. Respondenterne kan beskrive hvorvidt smags-, lugte-, føle-, høre- og synssansen bliver stimulerede, og endvidere også beskrive den samlede fornemmelse, nemlig den 6. sans, som metoden forklarer som *mavefornemmelsen*. Tanker og beskrivelser nedskrives, og endvidere skal respondenterne bedømme sansernes individuelle stimulering og pirring på en skala fra 1-5 (Hird & Kvistgaard, 2010, s. 91).

Vi finder især denne matrice vigtig, da en oplevelses positive resultat afhænger af hvilke sanser, der bliver påvirkede, samt hvordan. Endvidere mener vi, at denne matrice vil give os indsigt og inspiration til vores senere arbejde med at skabe vores egen oplevelse.

### Matrice 4 – Fortællingerne i oplevelsesrummet

Denne matrice handler om den fortælling, der er i oplevelsesrummet. Forfatterne Hird og Kvistgaard skriver, at det moderne menneske i høj grad efterspørger

Matricer	Udgave 1	Udgave 2
Matrice 1	Karakteristika	Karakteristika
Matrice 2	Oplevelsestyper	Oplevelsestyper
Matrice 3	Sanser	Sanser
Matrice 4	Fortællinger	Fortællinger
Matrice 5	Musik	Oplevelsesøkonomisk potentiale

(Model inspireret af Hird og Kvistgaard)

D  
R  
E  
S  
—  
D  
E  
N

fortællinger – og hjælper man ikke mennesket på vej med fortællingen, skaber det sin egen (Hird & Kvistgaard, 2010, s. 91-92). Vi anskuer dette som både værende positivt og negativt. Vi mener, at det er en mangel fra den producerende instans, hvis oplevelsesrummet ikke skaber rammerne for en historie, men samtidig får mennesket frirum til at skabe sin egen historie i oplevelsen. Der skal dog være rammer, der *skubber* mennesket på rette vej i fortællingen i oplevelsen.

*”Fortællinger skaber følelsesmæssige bånd mellem mennesker, produkter og oplevelsesrum.”*

(Hird & Kvistgaard, 2010, s. 92)

Som i ovenstående citat, kan der via fortællinger skabes et bånd mellem afsender og modtager. I det moderne samfund, hvor vores forbrug styres af følelser, og ikke fornuft, kan fortællingerne bidrage til at skabe differentiering og udvikling. Deltagerne i oplevelsesmatriceprocessen skal forholde sig til fortællingerne i oplevelsesrummet på tre niveauer; det første er de faktiske fortællinger i rummet. Det kan eksempelvis være skilte eller tavler, der konkret kommunikerer en fortælling. Andet niveau er de fortællinger, deltagerne selv opfatter i oplevelsesrummet – den indirekte fortælling. Det sidste niveau er de ønskede fortællinger; hvad deltagerne ønsker at få fortalt i oplevelsesrummet (Hird & Kvistgaard, 2010, s. 94). De værdier, respondenterne finder i forhold til fortællingernes tre niveauer, nedskrives.

### Matrice 5a – Musikken i oplevelsesrummet

I forhold til de fem almindelige sanser, spiller lyd en væsentlig rolle. Der er blevet lavet mange undersøgelser omkring lydens påvirkning på mennesket, og mange teoretikere har også behandlet emnet. Eksempelvis har den tidligere nævnte Gerhard Schulze i sit værk *Die ErlebnisGesellschaft* (1992) arbejdet med koblinger mellem musik og smagspræferencer inddelt i forskellige handlingsskemaer. Han argumenterer for, at vi mennesker handler efter forskellige skemaer, der er et resultat af vores opvækst, uddannelse, sociale forhold og de strukturer, der former vores liv (Hird & Kvistgaard, 2010, s. 96). Ligeledes skal respondenterne ved denne matrice nedskrive de værdier, de finder i oplevelsesrummet i forhold til musikken (*lyden*).

### Matrice 5b – Oplevelsesrummets økonomiske potentiale

Denne matrice handler om hvorvidt deltagerne mener at oplevelsesrummet har et økonomisk potentiale – om det er fordelagtigt for eventuelle investorer at investere midler, og om besøgende får en merværdi ud af at opleve rummet. Denne matrice har til formål at afdække om oplevelsesrummet har potentiale for at skabe kundemæssigt relevante oplevelser, samt at oplevelserne også er konkurrencemæssigt differentieret. Forfatterne opstiller følgende spørgsmål, deltagerne skal svare på i denne matrice. Endvidere skal spørgsmålene besvares ved hjælp af en vurdering på en skala fra 1-5.

- Kan oplevelserne udvikles ud fra en kommerciel tankegang?
- Kan hver enkelt oplevelse bidrage til en samlet god oplevelse af oplevelsesrummet?
- Er der mulighed for at tage en høj pris for oplevelserne fremover?
- Kan oplevelserne videreudvikles ved inddragelse af andre brancher, produkter, temaer etc.?
- Kan der komme kunder nok?
- Er oplevelserne langtidsholdbare?

(Hird & Kvistgaard, 2010, s. 97-98)

Denne opdeling af den sidste matrice skyldes, at Hird og Kvistgaard mener, at ikke alle oplevelsesrum indeholder både en musikalsk dimension og en oplevelsesøkonomisk dimension. De lader det være op til arrangørerne af undersøgelsen til at anvende de matricer, de finder relevante i forhold til oplevelsesrummet. Vi mener, at musik kan betyde mange ting – deraf også grunden til, at vi har skrevet lyden i parentes i matricen. Vi tolker musik som alle former for lyd; eksempelvis trafikstøj har også en indflydelse på oplevelsesrummets indtryk. Vi vil derfor inddrage begge matricer, og lade vores respondenter tage stilling til de lyde, de mener er relevante, samt bedømme hvorvidt der er behov for den økonomisk-potentielle matrice. Oplevelsesmatricerne, vi uddelte til respondenterne, er vedlagt som **bilag 0**.

### Kritik af metoden

Metoden vil give en umiddelbar perception af oplevelsesrummet, og vurderingerne vil afspejle en virkelighed nu og her, hvilket også er i fænomenologiens ånd. Vi mener dog, at dette kan anskues som en svaghed ved metoden, i særdeleshed når vi også vil arbejde med udendørs byrum, da de vil give et begrænset billede af oplevelsesrummet. Offentlige rum kan betegnes som midlertidige rum, ud fra den karakteristik af, at de bliver brugt midlertidigt og med forskellige formål, og netop grundet den konstante foranderlighed ved midlertidige rum, er det svært ved brug af oplevelsesmatricerne at give et validt billede af oplevelsesrummets værdisæt.

Vi finder det problematisk, at i den første matrice, oplevelsesrummets karakteristika, skal deltagerne først tage stilling til, hvad der er i rummet og dernæst, hvad der især lægges mærke til. Vi mener, at det havde været hensigtsmæssigt, hvis de to formuleringer var byttet om, således at deltagerne mere instinktivt ville kunne vurdere, hvad der lægges mærke til i rummet. Indenfor fænomenologien foreskrives der også, at det er det første møde – det umiddelbare – med genstanden, der definerer oplevelsen. Er rummet først 'scannet' for indhold, kan dette influere de elementer, deltagerne instinktivt skal lægge mærke til. Vi vil derfor ombytte de to formuleringer.

Metoden er kvalitativ, men indeholder også en kvantitativ del, hvor deltagerne på en skala fra 1-5 skal



vurdere henholdsvis oplevelsestyper, sanser og oplevelsesrummets potentiale. Vi finder dette tvetydigt, da deltagerne vil have forskellige opfattelser af, hvad skalaens nummerering består af. Endvidere er vi i tvivl om, hvordan en sans skal vurderes. I vores optik kan de vurderes på to måder; i hvor høj grad ens sanser bliver stimuleret eller hvor nydelsesfuldt pirringen af sanserne er. Et eksempel er lugtesansen; hvis der ikke forefindes en lugt af noget, hvorledes skal den så bedømmes? Det lugter hverken godt eller dårligt, og det er vel positivt, at der ikke lugter dårligt. Denne tvivl vil vi tage højde for i vores undersøgelse, og forklare vores respondenter, hvorledes det forholder sig i vores optik. Vi vælger at se det som en vurdering af sansepirringens indflydelse på oplevelsen.

Denne utydelighed finder vi i flere af matricerne, eksempelvis ved matrice 2, oplevelsestyper, er det tvetydigt, hvad der menes med læring. Endvidere finder vi det relevant, at der kan adskilles mellem æstetik og nydelse – vi mener, at findes noget æstetisk er det lig med nydelse, da æstetik bringer individet i en form for nydelse. Og mere konkret, hvad dækker nydelse så over? Vi mener, at den gode oplevelse afhænger af nydelse.

Hird & Kvistgaard skriver dog, at tallene på skalaerne i sig selv ikke er interessante. De skal derimod danne grundlag for diskussion, se tendenser og visualisere deltagerne umiddelbare vurderinger (Hird & Kvistgaard, s. 118). Man kan diskutere, hvorvidt den kvantitative del skaber forvirring eller er til gavn for deltagerne

– måske endda begge dele; forvirringen er til gavn for resultaterne. Vi vil forsøge at forberede os på bedst mulig vis på disse forvirringer, ved at have svar klar på de elementer, vi selv har diskuteret i dette afsnit.

Samlet set finder vi dog oplevelsesmatricerne som værende et velegnet redskab til en systematisering af de indtryk og oplevelser, deltagerne får i et oplevelsesrum. Som deltager kommer man bredt omkring i rummet, og ved brug af et differentieret hold af deltagere, mener vi, at det er muligt at skabe et grundigt billede af oplevelsesrummet, der kan bruges som udgangspunkt for det fremtidige udviklingsarbejde med det pågældende oplevelsesrum.

## Den nye matrice

Et andet forhold, vi mener, at matricerne ikke forholder sig til, er det menneskelige liv, der udspiller sig i oplevelsesrummet. Det kan være en tungtvejende oplevelse, når man opholder sig i et byrum, at betragte menneskerne og de aktiviteter, der udspiller sig; dette kan være både æstetisk, lærerigt og underholdende. Vi mener, og som også afspejles i specialets teoriapparat, at livet i offentlige byrum har en stor betydning for oplevelsen, hvorfor vi mener, at matricerne også skal tage højde for dette aspekt. Vi vil derfor selv udvikle en ny matrice, der skal afspejle dette aspekt. Som vi tidligere i kapitlet nævnte, mener vi, at sociale relationer har indflydelse på en oplevelses bedømmelse. En oplevelse er påvirket af den sociale kontekst – er

oplevelsesrummet dårligt, kan oplevelsen stadig være god, hvis man har nydt sit selskab. Og vice versa, hvis oplevelsesrummet er godt, kan oplevelsen være dårlig, eksempelvis hvis en irriterende mand har forstyrret ens oplevelse. Vores nye matrice kalder vi for:

### Matrice 6 – den sociale dimension:

- Møder du her grupper af mennesker, som du ellers ikke vil møde?
- Er menneskerne i byrummet med til at påvirke din oplevelse? Hvis ja, hvordan?
- Vil du kunne finde på at benytte dig af oplevelsesrummet alene? Begrund svar

Det første spørgsmål her tager udgangspunkt i den mangfoldighed, som er i byrummet, og som vi senere vil arbejde med i afsnittet – *Det offentlige domæne* (s. 55). De to andre spørgsmål skal give anledning til at respondenterne reflekterer over andre menneskers tilstedeværelse i rummet – kendte som ukendte.

## Det kvalitative interview

Vi valgte at supplere empiriindsamlingen ved at foretage kvalitative interviews. I dette afsnit vil vi gennemgå det kvalitative interviews metode og indhold ved at tage udgangspunkt i den norske professor i pædagogisk psykologi, Steinar Kvale (1938-2008), der netop anses som en autoritet indenfor dette felt. Ved at foretage interviews, søger vi at producere ny viden

omkring de fænomer, oplevelser og byrum, der findes i Aalborg, hvordan de bliver anvendt, samt få udvidet vores egen viden ved at anse nye perspektiver.

Kvale opstiller flere kvalitative kriterier, der kan anses som retningslinier til et succesfuldt interview. Kriterierne hensigt er ikke alene at give os den ønskede information, men de tager også hensyn til de stadier, der efterfølger interviewet. Det første kriterium omhandler omfanget af spontane, rige, specifikke og relevante svar fra interviewerens (Kvale, 1996, s. 145). Der skal være en balance i interviewerens indblanding i forhold til respondenternes flow. Der må hverken være for mange eller for få svar, samtidig med, at svarene ikke skal lede respondenterne i en bestemt retning – det er vigtigt, at respondenterne ikke føler sig hæmmede, men frie til at afgive egen mening og subjektivitet. Dette kommer også til udtryk i andre kriterier, der handler om at jo kortere interviewerens spørgsmål er, og jo længere respondenternes svar er, jo bedre. På denne måde skabes der rum til den søgte viden fra respondenterne. Intervieweren skal dog sørge for at opsamle og afklare respondenternes svar, så den søgte viden bliver klar (Kvale, 1996, s. 145).

Vi har valgt at anvende respondenter, der har forskellige baggrunde, med hensyn til både alder, køn, uddannelse og interesser. Vi vil producere et råmateriale, der giver os et nuanceret billede af Aalborgs byrum og anvendelse, og endvidere brugsmønstre i forhold til de forskellige aldersgrupper. Et byrum skal indeholde et

mangefold af aktiviteter, hvis det skal motivere en bred gruppe, hvorfor vi mener, at ved at inddrage respondenter fra flere aldersgrupper, kan vi få et billede af de forskellige motivationer og kvaliteter, der er vigtige for brugerens benyttelse af rummene.

Interviewets proces er bestående af flere stadier, der beskriver processen før, mens og efter afholdelsen af interviewet (Kvale, 1996, s. 87). Som forberedelse til interviewet, har vi undersøgt information om Aalborgs byrum, samt forberedt tre grundspørgsmål, interviewet tager udgangspunkt i. Vi har formuleret *kun* tre spørgsmål, da disse har til formål at søge den ønskede information, men også sikre at interviewet ikke bliver styret af os som interviewere, men giver respondenterne rum til deres mening og holdninger. Vi ser det kvalitative interview som socialkonstruktivistisk, da det formidler viden, der opstår i mødet mellem interviewer og respondenter. Vi som interviewere vil stille spørgsmål ind til det sagte, og få respondenter til at reflektere over sine svar med det formål at søge ræsonnement og en dybdegående viden. Interviewene har endvidere til formål at afdække den viden, Oplevelsesmatricerne som metode ikke inddrager.

Spørgsmålene vi tog udgangspunkt i i vores interviews søgte viden omkring hvilke byrum, der blev benyttet, hvilke motiver, der var for benyttelsen, samt hvilke oplevelsestilbud, respondenterne følte sig draget af. Endvidere formulerede vi underspørgsmål som inspiration til videre forklaring. De er formuleret således:

- **Karakteriser dit brug af byrum i Aalborg.**
- Hvor opholder du dig?
- I hvilken grad opholder du dig der?
- Med hvem?
- 
- **Hvilke byrum/oplevelser i byrum vil du fremhæve?**
- I Aalborg?
- Andre steder?
- 
- **Hvilke oplevelsestilbud i byrum har du engageret dig i?**
- Hvorfor og hvad gjorde det 'fedt'?

Vi er bevidste om, at resultaterne af vores interviews og den efterfølgende tolkning muligvis havde været anderledes, hvis de var foretaget af andre. Vores egne forforståelser og erfaring kan have indvirkning på vores perception af resultaterne, hvorfor vi har søgt at fralægge os vores forforståelse i forhold til analysedelen. Vi er dog bevidste om, at verden er socialt konstrueret, og vi som mennesker påvirkes af hinanden, og i denne forbindelse af resultaterne, hvorfor vi mener, at selvom vi ikke kan forholde os rent objektivt i fortolkningen af resultaterne, vil vi stadig skabe ny viden og forståelse.

## Respondenterne

**Liselotte:** 44 år og stewardesse på et vindmølleskib. Hun bor alene i en lejlighed i Samsøgade i den østlige del af det centrale Aalborg. Hun har et udeboende barn. Hun har været bosat i Aalborg i de sidste 25 år, men er oprindeligt fra Færøerne. Hun er ufaglært og har arbejdet indenfor skibsfart de sidste syv år, hvor hun har sejlet rundt i Europa. Hun synes ikke særlig godt om Øgadekvarteret, og betegner det som nogle triste boligblokke, og derfor opholder hun sig mest i midtbyen. Hun har ikke kørekort og bruger kun de offentlige transportmidler, hvis det er strengt nødvendigt. Når hun bevæger sig rundt i byen, er det derfor primært til fods eller på cykel.

Hun har i alle de år, hun har boet i Aalborg kommet meget på Fedtebrødet på Østerbro, der er en gammel beværtning i Aalborg. Fedtebrødet er måske mest kendt for at være et sted med nem adgang til hash, og Liselotte synes godt om at komme her grundet livemusikken og den 'hippieagtige' stemning. Hun betegner stedet som en mini-udgave af Christiania.

**Asbjørn:** 26 år og bor på Vesterå i Aalborg med sin kæreste. Han har boet i Aalborg siden han flyttede hjemmefra som 19 årig. Før dette boede med sine forældre i Sørup. Han boede først på Sønderbro med sin ekskæreste, men flyttede sidenhen i en lejlighed på Vesterå. Asbjørn har en gymnasial uddannelse fra Katedralskolen i Aalborg, og er endvidere uddannet som butiksekspedient. Asbjørn er meget glad for musik, og især heavy metal – han har selv spillet i band siden han var 12 år.

Asbjørn tilbringer meget af sin fritid i Aalborg. Han spiller ofte basket enten nede på Aalborg Havnefront, i Kildeparken eller på Nørresundby-siden. Han har øvelokale i Nordkraft, hvor han også tilbringer mange timer i selskab med sit band. Asbjørn deltager i flere kulturelle tilbud i Aalborg, og især Chill i Parken, hvor han nyder at være social med sine venner og kæreste. Især i sommerhalvåret er der mange spontane aktiviteter, Asbjørn deltager i: 'hænger' ud nede ved havnen eller i parkerne, sidder på pubs og får en øl med venner, griller i Østre Anlæg eller Kildeparken og spiller bold med vennerne. Han shopper også i Aalborg, især på Boulevarden, hvor tøjbutikken Choker, som sælger streetwear, ligger.



**René:** 30 år og bor sammen med sin kat i en lejlighed i Nørregade tæt ved Nordkraft. Hun er selvstændig yoga-instruktør, hvor hun blandt andet kommer ud til private virksomheder i hele Jylland. Hun har en bachelor i Kommunikation fra Aalborg Universitet. René er født og opvokset i Vestbyen, hvor familien stadig bor. Hun er en aktiv løber, og hun løber primært i Østre Anlæg og på havnefronten – helst sent om aftenen. Hun er især begejstret for det udendørs træningsareal, der er anlagt i Østre Anlæg.

Hun holder meget af at handle i de små udenlandske butikker i Danmarksgade, og besøger fast det ugentlige grøntmarked her. Hun elsker kunst og besøger derfor ofte Kunsten og Galleri Wolfsen. Hun forsøger også at holde sig opdateret omkring hvilke kulturelle begivenheder, der er i byen. Ligeledes benytter hun sig i høj grad af byens cafémiljø, og i sommerhalvåret får hun ofte en øl med vennerne på havnefronten.

**Pernille:** 16 år gammel og går i 1.G på gymnasiet Katedralskolen i Aalborg. Hun har en kæreste på 18 år, der bor i Aalborg. Hun bor selv i Svenstrup med sin far og storebror. Hun tager dagligt bussen til og fra skole, og i sin fritid shopper hun og hygger med sine venner og kæreste i Aalborg. Hun kan godt lide at være på havnefronten, hvor der er forskellige aktiviteter. Hun går til håndbold i Svenstrup. Hun er ofte til gymnasiefester og derefter i byen i Jomfru Ane Gade. Pernille kan godt lide at være i København og Århus, da der er nye mennesker. Hun føler, at der er mange bekendte i Aalborg, og at det derfor godt kan være trivielt nogle gange. Derfor vil hun gerne flytte til København, når hun er færdig med gymnasiet.

## Fotos som metode

Vi kender alle frasen ”*et billede siger mere end tusind ord*”, og derfor har vi også valgt at inddrage fotografering som empiri, da vi finder, at den sproglige empiri ikke altid er tilstrækkelig. Dette mener vi, da fotografering giver os mulighed for at indfange *her-og-nu-oplevelser*, og for at give et billede på oplevelser, der er svære at italesætte rationelt. Fotografierne skal således være med til at understøtte de sanselige oplevelser, som er i de byrum, vi analyserer.

Det, at bruge fotografering empirisk, er noget, vi er blevet inspireret af Gitte Marling og hendes metode *Urban Songlines*. Metoden har som helhed til formål at skabe viden om, hvordan borgere bruger byen og hvorfor (Marling, 2003). Vi har valgt at bruge den del af metoden, der handler om fotografering, da vi finder det som et nyttigt redskab til at besvare vores problemformulering, da fotografierne har til formål at pege på sansevirkninger og stemninger, som er i byrummene.

Selvfølgelig kan billederne ikke indfange alle de stemningsskabende egenskaber som eksempelvis lugt, lyd og vejrforhold, men de kan vise de stemninger, der relaterer sig til det visuelle som lys og den fysiske udformning af rummet.

Når vi udsender vores respondenter, vil vi give dem et kamera med og bede dem om at tage fotos af det, de finder interessant på deres udflugt. Efter deres udflugt, vil vi bede dem kort beskrive, hvad de finder interessant ved netop de motiver, de har fotograferet. Det er her vigtigt at få respondenterne til at holde fast i, hvad billederne fortæller om deres forhold til byens arkitektur, rum og byliv. Den visuelle dokumentation skal også hjælpe os med at få en klarere fornemmelse af, hvad deltagerne har ment med deres notater, hvilket enkelte gange kan forekomme uklart. Således kan billederne i vores analyse skabe en klar referenceramme for en bestemt oplevelse. Billederne er vedlagt som bilag.

Vi vil hertil også inddrage fotografier, vi selv har taget i forskellige byrum i både Aalborg og New York. Vi spørger i vores problemfelt, hvorfor nogle rum har en stor tiltrækningskraft, og vores billeder skal hjælpe os til at besvare dette, ved at kigge på, hvad der har tiltrukket vores kameralinse. Ved at sammenstille vores billeder med vores respondents, mener vi, at vi kan opdage de elementer i byrummet, som har en tiltrækningskraft – altså hvorfor tiltrækkes vores kameralinse mere af nogle elementer end andre?



(René Magritte, 1928)

Maleriet ovenfor, der oversat til dansk hedder *Dette er ikke en pibe*, understreger forskellen mellem et billede og virkeligheden ved en gengivelse af en pibe; det er ikke en pibe, men et billede af en pibe. Ligeledes skal vi se vores fotografier som værende en konstruktion af virkeligheden, og således ikke virkeligheden. Både vores respondenter og os selv som fotografer konstruerer virkeligheden ved at pege på de ting i byrummet, vi finder interessante. Fotografierne bliver derfor til ud fra et subjektivt synspunkt; vi retter kameralinsen mod de egenskaber, vi finder værdiskabende for rummet. Vi skal således være opmærksomme på, at billederne ikke er sandheden, men en gengivelse af vores oplevelse af byrummene i situationen.





## Det offentlige byrum

Vi ser, at i vores samfundssituation, hvor mere og mere af dagligdagen bliver brugt i den private sfære – i private huse, ved private computer, i private biler, på private arbejdspladser og i kontrollerede og private indkøbscentre, er der tydelige tegn på, at byen og byens rum har fået en ny betydning som offentligt rum og som mødested. Mange af de funktioner, der for kun 50 år siden gav anledning til bymæssige møder mellem mennesker, er nu flyttet ind i boligen – den fælles vandpost er blevet til vandhane og legepladser er blevet til børneværelser (Bedre Byrum, 2002).

Det offentlige rum er et sted vi deler med fremmede, og derved et sted for fredelig sameksistens på trods af politiske, religiøse og andre overbevisninger. Det offentlige rum er et udtryk for vores offentlige liv, bykultur og hverdagsdiskurser (Marling et al., 2009, s. 70). Michael Walzer<sup>1</sup> deler byrummet op i begrebsparrene *single-minded* og *open-minded spaces*:

Single-minded spaces er udviklet således, at der kun er én hensigt med stedet, altså af en monofunktionel karakter, og bliver ligeledes benyttet af brugere, der kun har en entydig hensigt med benyttelsen af stedet, eksempelvis at handle ind eller se en film. Et single-minded space bruger vi som oftest når vi travlt, og ikke under os selv opholdet. Sådanne byrum kan være indkøbscentre, offentlige kontorer samt biografteater og museer (Marling et al., 2009, s. 70).

<sup>1</sup> Politisk filosof og redaktør ved The New Republic. Født 1935

Open-minded spaces er designet således, at der er forskellige anvendelsesmuligheder. Det er her ikke kun de planlagte anvendelsesmuligheder, der er væsentlige, men også de uforudsete funktioner og anvendelser. Disse byrum benyttes af forskellige borgere til forskellige formål, herunder lysten til at betragte livet og de aktiviteter, der udspiller sig (Ibid.). Eksempler på dette kan være torve, gågader og caféer, hvor man kan opholde sig og tilbringe en dag.

Walzer mener, at der i det moderne samfund bliver færre open-minded spaces, mens single-minded spaces er i vækst. Han mener, at det skyldes den øgede mobilitet i samfundet – vi bevæger os hurtigt fra sted til sted, og tillader ikke os selv at dvæle i de open-minded spaces (Marling et al., 2009, s. 71).

De mange spredte og private rum gør de offentlige byrum til en væsentlig attraktion grundet det direkte møde mellem mennesker, muligheden for at bruge sine sanser og muligheden for at interagere direkte med omgivelserne (Gehl & Gemzøe, 2001, s. 20). Hertil kan vi også nævne en attraktionsfaktor i det store rum med højt til 'loftet' og den friske luft. Derfor har urbant design fået meget opmærksomhed i de sidste år – aldrig før er der blevet brugt så mange penge på nye urbane byrum, herunder havnefronter, friluftsbade, gågader og byparker (Marling, 2007, s. 115).

Vi ønsker at finde ud af, hvordan vi som oplevelsesdesignere kan udvikle single-minded spaces til open-minded spaces, hvor kulturelle udvekslinger sker. Som tidligere nævnt, har vi oplevet en intuitiv følelse af at



miljøet er mere urbant i visse byrum end i andre – dette kan skyldes mangfoldighed og et mangefold af elementer. Derfor vil vi undersøge nærmere, hvad der karakteriserer et sådan byrum, ved at inddrage den menneskelige adfærd, de forskellige karakterer af byrum, samt performativiteten i byrum. Dette vil vi undersøge ved at inddrage vores respondentgrupper, og få dem til at reflektere over disse aspekter, ligesom vi selv vil, med baggrund i følgende teoriafsnit, undersøge byrum og tendenser for, hvordan byrummet bliver anvendt som medie.

## Ikke-steder

Den franske antropolog Marc Augé, gjorde i sit værk fra 1995 *Non-places: Introduction to an anthropology of supermodernity* tanker om det, han kalder supermoderniteten, som betegner vores tidsalder kendetegnet ved et overflod af hændelser, rum og individualiserede referencer. Augé skelner mellem places og non-places, hvor non-places er et sted uden relationer, uden tilknytning til historien og et sted, der ikke beskæftiger sig med identitet – altså upersonlige steder. Disse steder mener Augé indtager en stadig stigende del af vores verden, og kommer til udtryk ved vejnet, shoppingcentre, lufthavne og andre transitsteder (Augé, 1995, s. 78).

Non-places minder således på flere måder om Walzers definition af single-minded spaces, som er monofunktionelle steder. Non-places står i kontrast til det 'sociale rum' og er kendetegnet ved ikke at facilitere interak-

tion eller kommunikation, og ved at være et sted uden historik og symbolsk betydning. Dette medfører konsekvenser for vores oplevelse af sted, tid og identitet. Augé beskriver paradokset i, at man er alene, selvom man er blandt mange mennesker.

*"A person entering the space of non-place is relieved of his usual determinants. He becomes no more than what he does or experiences in the role of passenger or customer. Perhaps he is still weighed down by the previous day's worries, the next day's concerns; but he is distanced from them temporarily by the environment of the moment. Subjected to a gentle form of possession, to which he surrenders himself with more or less talent or conviction, he tastes for a while – like anyone who is possessed – the passive joys of identity-loss, and the more active pleasure of role-playing."*

(Marc Augé, 1995, s. 103)

Endvidere beskriver Augé også, hvordan den anonymitet, som kendetegner et non-place ikke nødvendigvis altid er uønskelig for det enkelte individ, da man igennem anonymitet kan give slip på ansvar, og bliver givet muligheden for at eksperimentere med sin identitet. Hertil er det interessante ved non-places, at der ikke spilles det sociale spil på samme måde, som når man

er på 'hjemmebane' – netop grundet anonymiteten. Man har en frihed til at føle sig, som hvem man vil, uden nogen sætter spørgsmålstejn ved det (Augé, 1995, s. 102-103). Således er man i et non-place i kraft af sin anonymitet ingen samtidig med 'nogen'.

Vi tillægger dog ikke non-places betydning som en stabil kategori af steder, da vi mener at flere af disse monofunktionelle byrum ikke kan standardiseres som upersonlige og meningstømte. Når vi eksempelvis snakker midlertidige byrum, er disse netop ikke tomme for mening, men fungerer som lærreder, aktører kan projektere deres intentioner op på. Vi mener således, at byrum har en indskreven mening og derfor er 'lærreder, der allerede indeholder information'. De lukkede og kontrollerbare rum kan midlertidigt forvandles til åbne og ukontrollerbare rum, ved at tilføre ny mening til det oprindeligt faciliterede rum. Vi vil senere vende tilbage til de midlertidige byrum, men vil først arbejde videre med det offentlige liv i byens rum.

## Byens liv

*Storbyerne og det åndelige liv* af Georg Simmel<sup>2</sup> udkom oprindeligt i 1903, hvori han beskæftigede sig med, hvordan *storbyen* påvirker sjælelivet hos de individer, der bor og arbejder i storbyen, og forklarede, hvordan personligheden kan tilpasses storbyens vilkår (Juul & Frost, 2009, s. 23). Han beskrev endvidere

<sup>2</sup> Georg Simmel (1858-1918) var en tysk filosof og sociolog og regnes som en af den moderne sociologis grundlæggere. Han er kendt for sin tværfaglige tilgang, hvor han blandede sociologi, økonomi, filosofi og kulturanalyse (Juul & Frost, 2009, s. 23).

forskelle på individer i storbyen og det, han kaldte *Lillebyen*. Lillebyen er det, der mest af alt i dag minder os om 'livet ude på landet', hvor individerne har et nært kendskab til hinanden, og omgås hinanden i flere henseender. Det er som et familiesamfund, hvor der udveksles tjenester i stedet for penge, og hvor der er tætte, menneskelige relationer. Lillebyen har dog sine svage sider; den indbyggede konservatisme, i samspil med det personlige kendskab til ens naboer, lægger ifølge Simmel en dæmper på individets udfoldelsesmuligheder (Simmel, 2010, [1903], s. 11-12). Der er dog noget helt andet på spil i storbyen; her er de tætte relationer erstattet af korte og flygtige møder. Simmel beskriver, at intet menneske er i stand til at forholde sig følelsesmæssigt til de mange og konstante impulser, de bliver udsat for i storbyen.

*"Instead of reacting emotionally, the metropolitan type reacts primarily in a rational manner, thus creating a mental predominance through the intensification of consciousness, which in turn is caused by it. Thus the reaction of the metropolitan person to those events is moved to a sphere of mental activity which is least sensitive and which is furthest removed from the depths of the personality."*

(Simmel, 2010, [1903], s. 12)

Det metropolske menneske reagerer ikke emotionelt som i lillebyen, men derimod på en rationel måde, hvor den mentale aktivitet er upersonlig og ikke følelsesladet. Dette sker som modspil til de mange og voldsomme sanseindtryk, der møder storbymenneskerne i hverdagslivet. Han beskriver, at storbymenneskerne bliver nødt til at skabe et filter som følge af al den overstimulering, sanserne bliver udsat for (Palen, 2008, s. 151).

*“There is perhaps no psychic phenomenon, which is so unconditionally reserved to the city as the blasé outlook. It is at first the consequence of those rapidly shifting stimulations of the nerves which are thrown together in all their contrasts and from which it seems to us the intensification of metropolitan intellectually seems to be derived.”*

(Simmel, 2010, [1903], s. 14)

Han beskriver, at mennesker i storbyer, eller *urbane miljøer*, bliver *blaserte* over for hinanden. De mange daglige kontakter med ukendte mennesker gør, at storbyboerne ikke alene udvikler et beskyttende skjold af blasertthed, men også en reserveret holdning til hinanden. Denne holdning er ikke almindelig ligeegyldighed, men regulær antipati over for fremmede (Petersen, 2002, s. 153), hvorpå mennesket kan støde den påtrængende verden fra sig igen. Simmel beskriver den

ne antipati som et slags urbant selvforsvar, der er opstået med udgangspunkt i en kollektiv overenskomst. Den sørger for distance og afværgeforanstaltninger mellem fremmede mennesker i storbylivet, foruden hvilke storbymæssige livsformer ikke ville være i stand til at blive opretholdt (Petersen, 2002, s. 153).

Simmel ’bekymrede’ sig om, hvordan det individuelle menneske kan overleve storbyens intense, sociale interaktion og samtidig beholde sin personlighed. Han mente, at storbyen forøger den individuelle fremmedgørelse og mentale isolation (Simmel, 2010, [1903], s. 15), og som resultat af dette søger mennesket at beskytte sig selv ved at være anonym – netop ved at være blasert. På trods af dette tilkendte Simmel storbymentaliteten *“en udviklet refleksiv kraft”* (Petersen, 2002, s. 153), hvor individets mentale liv antager en intellektualistisk karakter. Dette medfører en skærpelse af åndslivet, hvilket Simmel opfattede som et positivt træk ved storbylivet – endvidere anskuede han også den manglende åbenhed over for nye mennesker, ting og begivenheder som positive træk. Dette skyldes at storbymenneskets blasertthed er en nødvendig tilpasning til de ydre livsomstændigheder (Petersen, 2002, s. 153).

## Teatro Mundi

Richard Sennett udleder af Simmels urbane maske og antipati, at mennesker i storbylivet afgiver en selvpræsentation, der kun ses i form af det, Sennett kalder *the mask of rationality* – en maske af rationalitet. Han me-

ner, at i storbylivet er mennesker som kroppe overfor hinanden og ikke som subjekter, og at i mødet med fremmede på gaden ved menneskene, hvordan man skal gå, så man ikke støder ind i hinanden og hvordan blikket skal vendes, så der ikke opstår øjenkontakt (Sennett, 2000, s. 382). Endvidere udleder han, på baggrund af Simmels refleksioner omkring livet i det offentlige rum, en teori, han kalder *teatro mundi*. Med denne teori søger Sennett at fokusere på, hvordan fremmede udtrykker sig selv overfor hinanden, og hvordan de emotionelt kommunikerer med mennesker, de ikke kender. Han sammenligner det med situationen, hvor en skuespiller på en scene skal overbevise publikum om, at han/hun eksempelvis er ved at dø eller ved at myrde en person. I denne kontekst skal skuespilleren være en troværdig taler overfor fremmede mennesker – på samme måde som mennesket skal i sin hverdag overfor ukendte mennesker. Det handler ikke om at kommunikere information, men mere at kommunikere noget, der i den pågældende kontekst får modtageren til at percipere og respondere på det talte (Sennett, 2000, s. 384).

*“This long tradition of thinking about whether the kinds of spaces in which people are noticing others who are different and are reacting to them, which has strangers paying attention to them and so on, is part of what this tradition of teatro mundi has been about.”*

(Sennett, 2000, s. 385)

Erving Goffmann behandler også emnet i sin teori om rollespil i den dramaturgiske metafor omkring menneskets sociale interaktion. Han var specielt optaget af menneskets sociale møder, og hvordan interaktionen mellem mennesker i en umiddelbar fysisk nærhed udspiller sig. Det var ikke individets psykologi og lignende, han fokuserede på, men de *regler*, der styrer de forskellige personers handlinger. Heri er der en lighed, med det Sennett beskriver; at fremmede på gaden ved, hvordan det skal foregå i denne kontekst. Reglerne angiver hvad der er muligt for forskellige personer at gøre i en given kontekst – det kan eksempelvis være i mødet med to fremmede overfor hinanden på en kaffebar. Sennett beskriver, at i denne kontekst kan de to fremmede have forskellige baggrunde, men i og med, at de fysisk befinder sig i samme rum, kan de anvende den teatricske tale overfor hinanden, og på den måde skabe et fælles udgangspunkt for mødet (Sennett, 2000, s. 385). Sennett har lighedstegn med Goffmanns tænkning omkring interaktionen mellem mennesker, og hvordan denne kan være troværdig, bevægende og appellerende.

## Det offentlige rum

Sennett argumenterer i sit værk *The Uses of Disorder*, at de rum, der er mest optaget af rollespil og dette teater af det offentlige liv er mere multifunktionelle end monofunktionelle. I dette værk beskriver han, hvordan storbyen har indflydelse på storbymenneskets identitet, både i ungdommen, men også i det voksne liv. Han



argumenterer, at når mennesket træder ind i det voksne liv, er der brug for rum i byen, hvor der er grobund for sociale møder mellem fremmede.

*“A social forum that encourages the move into adulthood thus first depends on making sure there is no escape from situations of confrontation and conflict. The city can provide a unique meeting ground for these encounters.”*

(Sennett, 1996, s. 139)

Sennett beskriver hvor vigtigt det er, at disse rum ikke er prædeterminerede, funktionelle rum, men derimod rum, hvor der er mulighed for diversitet, konflikter og konfrontationer. På den måde kan menneskene få udforsket deres identitet og, som Sennett kalder det, de *neighborhoods*, de tilhører. Ved dette menes det miljø, de befinder sig bedst i. Når først det organiserede aspekt i byrummet er fjernet, kan den aktuelle brug af rummet blive vigtigere for brugerne (Sennett, 1996, s. 142).

*“My belief is that this disorder is better than dead, predetermined planning, which restricts effective social exploration. It is better for men to be makers of historical change than for the functional design of a pre-experiential plan to be “carried out”.*

(Sennett, 1996, s. 142)

I byrum, og andre offentlige rum, er det vigtigt, at der ikke hersker en orden. Ved dette menes der, at der ikke er nogen form for autoritet, der har planlagt rum-

mets brug. Det er derimod vigtigt, at rummet er multifunktionelt, så der er plads for social udforskning. På den måde kan brugerne påføre identitet i deres brug af rummet, hvilket giver plads til at andre brugere får indsigt i individet. Vi fortolker citatet således, at der i de offentlige rum skal være plads til brugerinvolvement, hvor individerne kan være medskabere af indholdet.

Det offentlige rum kan simpelt defineres som et sted, hvor fremmede mødes. Forskellen på det offentlige og det private rum er mængden af viden, individet eller gruppen har til hinanden. I det private rum, såsom i en familie, er der en stor mængde viden, da individerne har et nært kendskab til hinanden. I det offentlige rum er kendskabet derimod ikke nært. Denne ukomplette viden bidrager til individets anonymitet i det offentlige rum (Sennett, 2008). Sennett beskriver, hvordan det vigtigste element i et offentligt rum er det, der foregår i det. Samlingen af flere fremmede i et rum muliggør aktiviteter, der sjældent, hvis aldrig, sker i det private rum. I det offentlige rum er der ukendt viden, man kan undersøge, og på den måde også udvide sin horisont. Individerne kan diskutere og debattere med andre, der ikke nødvendigvis har samme mening eller interesser. Det er i de offentlige rum, individerne kan slippe forventningerne om at skulle passe ind i et bestemt miljø eller rolle, hvorfor anonymiteten og det upersonlige element i det offentlige rum skaber et miljø, hvor der er mulighed for individuel udvikling (Sennett, 2008).



## Det offentlige domæne

Den hollandske byplanlægger Maarten Hajer og hollandske sociolog Arnold Reijndorp, har i værket fra 2001 *In Search of New Public Domain*, undersøgt, hvad der skal til for at et sted bliver et *offentligt domæne*.

Offentlige domæner er drevet af nysgerrighed til forskellige grupper af mennesker. Hajer & Reijndorp definerer et offentligt domæne som et sted, hvor forudsætningerne for forskellige sociale grupper kan mødes, er til stede, og rent faktisk også gør det:

*“We define “public domain” as those places where an exchange between social groups is possible and also actually occurs”*

(Hajer & Reijndorp, 2001, s. 11)

De differentierer derfor mellem et offentligt domæne og et offentligt rum, der er et rum, hvor der er adgang for offentligheden. Et offentligt domæne er derimod et sted, hvor forskellige sociale grupper har grund til at komme, og på den måde møder andre med en anderledes social eller kulturel baggrund, og hvor der herimellem sker en udveksling af erfaring. Et offentligt domæne behøver ikke være et offentligt rum, det kan også være et privat område eller privatdrevne offentlige rum (Hajer & Reijndorp, 2001, s. 115). Faktisk er et godt eksempel på et offentligt domæne de store kommercielle kædebutikker, som McDonald's, der tiltrækker en meget differentieret gruppe af mennesker (Reijndorp, 2009, video 5).





Det offentlige domæne er et sted for overraskelse og refleksion – vi møder her mennesker, vi ellers ikke vil møde, og man kan derfor tale om at sådanne steder udvider vores mentale horisont. Hajer og Reijndorp understreger, at et møde ikke er det samme som en udveksling af idéer. Der skal en udveksling til, før vi kan udvikle vores egne idéer og synspunkter. For at sådan et sted kan eksistere, skal de forskellige grupper have interesse i at komme samme sted – der skal være funktioner, der tiltrækker dem, eller andet, der kan få dem til at besøge eller passere området (Marling et al., 2009, s. 75).

Reijndorp taler om *parochial realms*, som vi vil oversætte til *snævre byrum*. Dette er byrum, hvor mennesker genkender hinanden som en del af samme gruppe. Eksempler på dette kan være etniske bydele, skateparks eller sportsarealer. Et offentligt domæne

udvikles, når de snævre byrum hænger sammen eller overlapper hinanden (Reijndorp, 2009, video 4). Således kan man skabe et offentligt domæne ved at skabe nogle rammer, der danner sammenhæng eller komprimere de snævre byrum. Et eksempel fra Rotterdam, som Reijndorp fremsætter, er opførelsen af en skatepark midt i et område med kontorbygninger. Her protesterede ejerne af kontorerne, da de frygtede, at boligpriserne i området ville falde. Det viste sig dog at have den modsatte effekt, og området er nu blevet en attraktiv del af byen (Reijndorp, 2009, video 5). Det interessante ved offentlige domæner er ikke rummet i sig selv, men oplevelsen: *“Public domain is the result of the experience of the parochial domain of another group”* (Reijndorp, 2009, video 4).

Distortion, der er en musikfestival, som finder sted på gaderne i indre København, er et eksempel på etab-

lering af et offentligt domæne. Festivalens fokus er klubkultur, elektronisk musik og moderne kunst i det offentlige rum. Det specielle ved Distortion er dens mobile karakter, der hver dag skifter fra et kvarter til et andet. De enkelte events er ofte også mobile som eksempelvis parader, bådfester, busfester og gadeløb. Distortion giver mulighed for at se andre indtage byrummet. Selvom ikke alle kvarterets beboere deltager aktivt i festlighederne, deltager de som publikum til de andres udfoldelser, eksempelvis ved at betragte gade festen fra vinduerne, tage billeder eller endda bruge det som afsæt i temaet *‘ungdommen nu til dags’*. Ved at skabe en sådan scene i byrummet, sker der en udveksling af perspektiver fra forskellige grupper. Fester, der normalvis er forbeholdt klubber, er rykket ud i gaderne, hvor andre grupper, der ellers ikke kommer på sådanne klubber, kan opleve og erfare den anden kultur, og således udvikle egne synspunkter.

## Performativitet i byrummet

I den akademiske verden slog begrebet *performativitet* for alvor igennem i 1970-80'erne inden for humaniora og kultur- og socialvidenskab. Igennem tiden kan man iagttage udviklingen af performativetsbegrebet som en illustration af, hvordan et begreb gradvist knytter et større og større repertoire af betydninger til sig (Szatkowski, n.d., s. 3). Vi vil i dette afsnit undersøge hvilke betydninger, der knytter sig til ordet, for således at skabe et afsæt for vores forståelse af et performativt byrum. Sociologiske studier af performativitet ta-

ger afsæt i teaterkunstens performativetsforståelser. Goffman og Sennett, som vi tidligere har behandlet, anvender beskrivelser af samfundet med forskellige teatermetaforer, og betragter således det sociale og byen som en teatralisk scene for individers performance, hvor italesættelse skal overbevise modtageren. Ligeledes ser vi hvordan kunstnere anvender byrummet som et medie på forskellig vis, hvor de blandt andre søger at skabe et brud mellem scenen og *‘tilskuerpladserne’*, og endvidere gøre publikum til en medvirkende faktor. Vi ser denne brugerinddragelse som metode til at iscenesætte møder mellem forskellige heterogene grupper af mennesker, og således skabe et mangfoldigt domæne i et offentligt rum, der på en eller anden måde i forvejen er iscenesat.

Vi vil tage udgangspunkt i Kristina Samson, der i sin Ph.d.-afhandling *Det performativt æstetiske byrum* behandler emnet performativitet, og supplere med flere værker, vi finder interessante og brugerinvolverende i byrummet. Samson inddeler performativitet i fire felter, med den hensigt, at de kan overføres på aktuelle tendenser i byrummet: *Den retoriske performativitet, den situationistiske performativitet, begivenhedens performance samt den sanselige og kropslige performance*. Vi har ladet os inspirere af denne inddeling, da den overskueliggør begrebet performativitet i forhold til byrum, og i kraft af sin inddeling belyser, hvordan byrum kan anvendes som medie. Vi vil i det følgende inddrage forskellige bevægelser indenfor kunstverden, der bruger byrummet som medie, og undersøge hvilke virkemidler de gør brug af, for at komme vores pro-

blemstilling nærmere om, hvordan man skaber relevante og engagerende oplevelser i byrummet.

## Den retoriske performativitet

En af de første til at anvende performativitet i en videnskabelig sammenhæng var sprogteoretikeren J.L Austin, der beskrev i sit værk *How to Do Things With Words* fra 1955 performative talehandlinger, hvor man ved sproget udfører noget, eksempelvis: "Jeg erklærer jer hermed for ægtefolk" eller "Jeg idømmer dig 2 års fængsel" (Austin, 1997, s. 238). Dog skal det siges, at det ikke er i sig selv at sproget besidder en sådan kraft, men at talehandlinger fungerer i forhold til konkrete situationer. Uden forståelse for situationen ville talehandlingen "Jeg erklærer jer hermed for ægtefolk" ikke virke. En performativ handling igennem sproglig og vi-



stol ved Havnefronten, eget foto

suel retorik i byrummet er at få noget til at ske, eller påpege muligheder og begrænsninger i den eksisterende situation. Dette felt knytter sig til Austin's performative talehandlinger om udsagn, som opfordrer til handling. Disse er både underkastet tid og sted samt en effekt på modtageren – derved er vægten på virkningen i situationen frem for den retoriske betydning (Austin, 1997, s. 242).

Hertil vil vi også inddrage Umberto Eco, der i sit essay *The Poetics of the Open Work*, overordnet skelner mellem klassiske værker og åbne værker. De klassiske værker identificerer han som værende lukket og have et definitivt budskab modsat de åbne værker (Eco, 1989, s. 3). De åbne værker indeholder flere muligheder, og fordrer til et mere aktivt engagement hos modtageren. Det er altså modtageren som fuldender det åbne værk med sin fortolkning. Her ligger det performative i, at modtagerne selv investerer mening og betydning i værket – eller som i denne kontekst byrummet. Set i forhold til byrum kan Eco's tanker om det åbne værk relateres til moderne byrum, hvor der ses en tvetydighed i forhold til aktivitetsmulighederne og åbenhed overfor folket. Flere elementer på havnefronten indeholder en tvetydighed i forhold til anvendelsesmuligheder, eksempelvis 'stolene' på 'legepladsen', der både bliver brugt af børn til at råbe ind i, således at de tilbagekaster lyden, men også som stole af både børn og voksne.

Den retoriske performativitet kan være medvirkende til at pege på mulighederne i relationen mellem oplevelse, byrummet og modtageren. Ligesom den litterære tekst skaber et mulighedsfelt for fortolkning, giver



Debord, 1957

## Den situationistiske performativitet

rummets design og retoriske iscenesættelse en retning, der indeholder muligheder for betydningsdannelse. Således handler dette felt ikke om at designe intentionelt, men om at pege på mulige betydninger for at åbne rummet (Samson, 2010, s. 88). Dette kan også ses i forhold til fjerde matrice i Oplevelsesmatrixerne, som omhandler fortællingerne i byrummet. Her mener vi, at mennesket skal have et frirum til at skabe sin egen historie i oplevelsen, dog med rammer, som skubber mennesket i en bestemt retning for fortællingen (se side 37).

Denne forståelse af performativitet knytter sig til situationismen, der opstod inden for forskellige kunstneriske avantgardebevægelser i 1950-1960'erne. Situationisme betyder 'i øjeblikket' eller 'i situationen' og henviser til den handling, situationisterne mente var påkrævet for at forandre den aktuelle situation i samfundet – således var situationen både mål og middel i transformationen fra et værdisæt til et andet. Situationisterne var drevet af at ændre verden, som de syntes var domineret af det kapitalistiske samfund (Samson, 2010, s. 89).





Den situationistiske performativitet finder vi stadig aktuell i dag, da den kan anvendes som strategi til at forandre det eksisterende – både materielt og ideologisk. Et eksempel på dette er Guy Debords værk *The Naked City* fra 1957, som er et kort – dog ikke et helt almindeligt fungerende kort. Det har til formål at vise byens psykogeografiske lag, hvor hver bydel har en særlig atmosfære. Pilene beskriver de spontane retninger, et subjekt bevæger sig gennem omgivelserne på, og som strider mod de nyttige forbindelser, som normalvis er styrende for adfærden (McDonough, 2002, s. 243). De spontane retningsmønstre er således drevne af subjektets oplevelser, og er en spatial vandring, der er fortaget af lyst og passion (Ibid.). Vi kan således anskue Debords kort som en plan for den *oplevelsesorienteret* by.

Til trods for at situationisterne i sin tid sandsynligvis skabte disse psykogeografiske kort for at fremprovokere nye taktikker for byplanlægning, mener vi, at de stadig kan værdifulde redskaber til at forbedre byboernes oplevelser og bylivet. Et sådan psykogeografisk kort kan være nyttigt for os i forhold til at skabe og forstå personlige fortællinger om det urbane byrum, og vi kan bruge det som et redskab til at visualisere subjekternes syn på Aalborg, når de bevæger sig igennem byen.

Det performative i psykogeografien viser sig ved, hvorledes man gennem det eksisterende byrum kan transformere det gennem dets egne midler. Situationisternes fokus var at lokalisere det utopiske potentiale i menneskets forestillingsevne i forhold til den materielle og fysiske omstændighed. I forhold til byrum kan

situationisternes performative strategier overføres til, hvordan de fysiske rum kan have indvirkning på det levede liv og omvendt – hvordan det levede liv præger og omformer det æstetiske miljø, som det indgår i (Samson, 2010, s. 92). Vi ser ligeledes dette gensidige samspil i vores undren omkring digitale aktiviteter påvirkning af det urbane miljøes identitet; hvordan digitale oplevelser kan have indvirkning på det levede liv og omvendt – og hvordan det omformer det æstetiske miljø.

Ud over psykogeografien ønsker vi at inddrage et andet kunstgreb, der knytter sig til situationismen nemlig *detournement*, hvor kunstnere genanvender kendte billeder til at skabe et nyt kunstværk med et nyt og modsatrettet budskab. Dette kunstgreb ses i dag i stor stil indenfor genren *street-art*, hvor kunstnerne, ved at anvende byrummet som medie, kommenterer på politiske og/eller sociale kontekster. En af nutidens mest markante *street-artists* er engelske Banksy, hvis værker ofte handler om samfundets uretfærdigheder og om at udfordre magtstrukturer. Sidstnævnte ses i flere af hans værker, hvor han kommenterer på de britiske myndigheders overvågning af byrummet. Vi finder et godt eksempel på dette er værket *Ostricnat*, hvor han *detournerer* det kendte 'ikon' af et overvågningskamera, som noget tryghedsskabende til en nysgerrig struds. Med et humoristisk greb gør han således myndighederne til en, på den ene side, snagende instans, og den anden side en instans, der stikker hovedet i jorden, og ikke ser virkeligheden, der udspiller sig. Hertil har værket til formål at fremhæve videokameraet, der er blevet en integreret del af det engelske bybillede,



for at gøre opmærksom på dets tilstedeværelse.

Den situationistiske performative strategi Banksy og flere andre street-artists anvender, er et æstetisk udtryk, der kan være medvirkende til at rykke den magtbalance, som er i det offentlige rum. Den måde at anvende byrummet som medie på, kan, som ordet ligger op til, detournere det eksisterende byrum – både ideologisk og fysisk.

## Begivenhedernes performance

Under begivenhedernes performance anskuer vi en begivenhed som værende, i større eller mindre grad, iscenesat af en afsender. Vi mener begrebet begivenhed dækker over flere betydninger, og mange af de aktiviteter, der udspiller sig i byrummene, bærer karakter af en begivenhed. I denne kontekst anskuer vi dog begivenheder med en afsender, der i et eller andet omfang søger at skabe brugerinvolvering, ved at gøre brugerne til medskabere af værket. Inden for begivenhedernes performance ser vi således forskellige former for happenings som værende omdrejningspunkt. Vi vil under dette afsnit fremhæve en anden avantgardebevægelse – *Fluxus*, med udøvende kunstnere som John Cage, Yoko Ono, La Monte Young samt danskeren Arthur Köpcke, udtrykte sig ved happenings og performance.

Den amerikanske komponist John Cage (1912–1992)

var med sine *tilfældighedsværker* en foregangsmand inden for den begivenhedsorienterede performance. I værkerne arbejdede han med tilfældigheder som de uforudsigelige hændelser, der sker i hverdagssituationer, når æstetiske genrer mødes. Mest kendt er hans komposition *4'33"*, hvor eksempelvis en pianist sætter sig ved et flygel og lægger an til at begynde at spille – men begynder ikke at spille. Kompositionen består nemlig af 4 minutter og 33 sekunders stilhed, og således er publikum i mangel på musik overladt til rummets iboende lyde. Værket bliver på den måde flyttet fra en opførsel af en skabende kunstner til den virkelighed, der omgiver scenen og kunstneren, hvor den enkle pointe er, at hverdagslyde også kan være musik. I værket har den skabende kunstner ingen mulighed for at styre de lyde, som opstår i stykkets varighed. Således skal værket ses som en ramme, der åbner et rum for tilfældets musik og situationsbestemte indtryk (Samson, 2010, s. 95).

Navnet Fluxus kommer fra det latinske ord *flydende*, hvilket i høj grad også var kendetegnende for deres værker. Her opstod værket ikke i konceptet eller dets realisering, men flydende mellem de to (Samson, 2010, s. 97). Således kan man sige, at værkerne havde en *gør-det-selv*-æstetik, idet de opstod i modtagerens handling. Værkerne bestod typisk af nogle simple instruktioner for, hvordan værket kunne realiseres, eksempelvis Yoko Onos værk *PAINTING TO EXIST ONLY WHEN IT'S COPIED OR PHOTOGRAPHED*:

**Let people copy or photograph  
your paintings.**

**Destroy the originals.**

(Ono, 1964)

Eller eksemplet som Samson fremlægger – Nam June Paik's *Composition for Poor man*:

**Summon a taxi, position yourself inside,  
request a long ride, OBSERVE THE METER.**

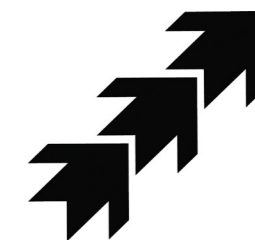
(Paik, 1961)

Ved hver af de to "instruktioner" opstår kunstværket, idet den potentielle performer udfører værket i virkeligheden. Performeren opfører således en kunstnerisk begivenhed samt en social omstændighed hvad enten det er ødelægge malerier ved at kopiere dem eller opdage, hvordan man bliver fattigere og fattigere ved at se taxameteret stige. Fluxus-bevægelsen gør således alle til potentielle kunstnere, ved at overlade scenen til publikum. Den ramme, fluxuskunstneren skaber, kan modtageren selv udfylde med sine egne meninger.

Vi vil hertil inddrage videoen *Say Something Nice*, der har floreret i stor stil på de sociale medieplatforme, og har på nuværende tidspunkt cirka 3 mio. views på

YouTube. Gruppen bag hedder Improv Everywhere og har lavet denne happening, samt flere lignende, som en del af Guggenheim Museums udstilling *stillspotting nyc*. Vi finder, at de trækker på virkemidler i lighed med dem, Fluxus anvendte, ved at give en simpel instruktion, der overlader det til forbigående mennesker at udføre værket.

I videoen bliver en talerstol med en megafon og instruktionen "Say something nice" opsat på Union Square i New York, og ud over de to mænd, der placerer talerstolen, indgår ingen skuespillere (Improv Everywhere, 2011). Vi finder denne installation interessant, idet det er en begivenhed i byrummet, som ophæver forholdet mellem skuespillere og tilskuere, da det er beskueren der bliver opfordret til at indtage scenen for at performe og interagere i byrummet. Man giver altså her beskueren mulighed for at skabe sit eget oplevelsesrum, ved at placere talerstolen som en iscenesat stimuli. Denne form for installation og andre former for happenings er begivenhedsskabende, og performancen kan være virkemiddel til at bryde det prædeterminerede byrums intention. Bruddet, der sker i byrummet og anvendelsen af byrummet som medie er et virkemiddel, vi vil have in mente i vores designudvikling.







Billeder fra *Improv Everywhere*, Fotograf ukendt

## Den sanselige og kropslige performance

Den kropslige og sanselige performativitet orienterer sig mod at etablere virkninger mellem et værks materielle og fysiske form og den oplevelse, kropslig og sanselig, der opstår hos brugerne i mødet. 'Layoutet' af byrummet kan skabe en særlig stemning, perception, følelse og stimulering af kroppen (Samson, 2010, s. 107). Med brug af oplevelsesmatricerne beder vi

vores respondenter at tage stilling til deres sanselige påvirkninger i pågældende byrum. Den kropslige og sanselige performativitet arbejder med atmosfærer, kropslige og sanselige påvirkninger, der opfattes og opleves forskelligt alt efter tid, sted og subjektet selv. Det betyder også, at vi i kraft af vores rolle som oplevelsesdesignere kan igangsætte nogle kropslige og sanselige virkninger, men vi kan aldrig kontrollere dem. Vi vil senere i afsnittet *Det oplevelsesdesignede rum* (se side 70) komme ind på, hvordan byrum arkitektonisk kan



*Creative Strings* i Brooklyn, Fotograf: K. Larsen

søge at påvirke sanser og således involvere brugerne.

Vi vil under dette afsnit fremhæve projektet *Creative Actions* (CA) og deres installation *Collective Strings*, hvis intention er at få brugere til at skulpturere det offentlige rum ved at trække farverige snører rundt i rummet. *Collective Strings* er et eksempel på, hvordan man eksplicit kan henvende sig til kroppen og sanserne ved at bruge byrummet som medie. Installationen har besøgt steder som Cape Town, New York og Roskilde Festival, og 'tovholderen' på projektet Karoline H.

Larsen siger:

*"When you pull strings through space, something happens inside your body. One becomes aware of the body, pulses, and new feelings. New paths and bioresponses will appear. This project involves social feelings of freedom and the use of common spaces"*

(K. Larsen, 2010)

Installationens intention er blandt andre at skabe kropslig og sanselig performativitet, ved at få brugerne til at deltage ved at trække farverige spor rundt i rummet, og på den måde udfordre det eksisterende rum. I denne anskuelse handler installationen mere om byen end den handler om det æstetiske objekt, der bliver skabt. Det bliver således menneskenes handlinger, der bliver interessante, da beskueren aktivt bliver gjort til medskabere af formen såvel som betydningen. Også dem, der ikke deltager aktivt i selve udførelsen af værket, skal også finde nye måder at bevæge sig gennem rummet på, da snørerne giver nogle rumlige udfordringer for bevægelse.

De fire performative æstetikker - den retoriske performativitet, den situationistiske performativitet, begivenhedens performance og den kropslige og sanselige performativitet – anvender forskellige teknikker, men har dog også flere fællestræk. Tilblivelsen og virkningerne sker i høj grad ved brugerinvolvering. Det handler om at få modtageren til at performe og på den måde være medskabende af værket. Yderligere handler det om at anvende det prædeterminerede byrum og skabe en legeplads, hvor der er plads til modtagerens udfoldelser og identitetsudvikling. Vi ser flere af dimensionerne indeholde et provokerende aspekt, der skal få modtageren til at reagere, og på den måde forhåbentligt udvide sin meningshorisont – eksempelvis som Banksys kommentar på brug af overvågningskameraer.

## Oplevelsesrummet

Vi behandlede i foregående afsnit, hvordan performativitet kan anvendes i byrummet, og hvordan man eksempelvis med kunst og happenings kan bruge byrummet som medie. Vi vil i dette kapitel igen trække på performativitet, men i stedet koncentrere os om, hvordan arkitektur og design af byrummet kan præge byrummets identitet. Kapitlet har vi inddelt i tre anskuelser af byrum: *Det brandede byrum, det midlertidige byrum og det oplevelsesdesignede byrum*. Vi vil her undersøge, hvordan design fordrer brugerne til en performativ adfærd, og hvilke betydninger materielle og sociale aktører har for byrummet.

## Det brandede byrum

Vi vil i dette afsnit behandle de performative byrum ud fra et oplevelsesøkonomisk perspektiv, og hvordan byrummet designes som en oplevelse. Dette vil vi gøre med udgangspunkt i blandt andet værkerne *Brandscares* (2007) af Anna Klingmann, og *Fun City* (2007) af Gitte Marling og Martin Zerlang, der begge belyser arkitektur og bydesign ud fra et brandingperspektiv. Oplevelsesbyen, som vi behandlede i indledningen, er noget de fleste kommuner arbejder med i deres byudvikling, for at styrke byen af økonomiske årsager. Dette gøres ved at skabe oplevelsesrige og kreative miljøer gennem gallerier, cafeer, musik og andre kreative udfoldelser. For at positionere 'sin' oplevelsesby bedst muligt, kan man således kigge andre erhverv, der aktivt anvender branding-strategier, over skulderen.

Arkitektur har i sin klassiske forstand omhandlet samspillet mellem bygningers kunstneriske og konstruktionsmæssige udformning, men som Klingmann beskriver, har "[...] *branding and architecture in recent decades developed an intimate relationship – where architecture and urban planning also increasingly borrow from branding.*" (Klingmann, 2007, s. 2). Herved mener Klingmann, at man i en vis grad kan anskue bydesign som en brugsgenstand, der er på linie med smartphones og mærketøj. Bydesign har i oplevelsesøkonomien udviklet sig fra at handle om funktion og program, til at dreje sig om erfaringer og identiteter, der knytter sig til byrummet.

Traditionelt set har arkitekturen til formål at etablere en almen identitet, der er drevet af agendaerne: *performe, appellere og imponere*. Tilføjer vi et marketingsperspektiv, opstår der yderligere to agendaer: *at skille sig ud og at forføre*. Disse kriterier udgør en attraktion, og handler essentielt om at vende opmærksomheden fra objektets identitet, og i stedet over på subjektets oplevelse af samme (Klingmann, 2007, s. 19). Der er altså sket et fokusskifte fra selve byrummets arkitektur, til den oplevelse arkitekturen skaber, ved at pege på mulige identitetsrum byen indeholder.

Vi finder dog en stor forskel i det at brande et produkt eller en virksomhed, og det at brande et byrum. Et produkt eller en privat virksomhed henvender sig til en eller flere specifikke segmenter, og det er således i dem, man tager udgangspunkt. Branding af byrum er derfor mere kompleks, idet vi skal arbejde med en



differentieret gruppe, der indeholder et mangefold af beboere, turister og potentielle investorer. Vi ser derfor branding af et byrum som en balancegang, hvor medieringen skal foregå både ud fra et *'top-down'* og et *'bottom-up'* princip. Hermed mener vi, at initiativer skal komme fra både eksempelvis kommunen og brugerne, der begge skal tilføre byrummet værdi.

Det brandede rum arbejder ofte med genkendelighed og identitet, og i den forbindelse kan man se, hvordan arkitekter eller designere indsætter deres signatur i byrummet. Inden for street-art har diverse kunstnere gået ind og direkte spray'et deres signatur i byrummet, ved det, man kalder *tags*. Denne tendens ser vi dog erstattet af en mere grafisk bevidsthed, hvor signaturen er i værket selv. Vi kan her igen nævne street-artisten Banksy, der i brug af sine sort-hvide stencils og røde graffiti-skrift har en stærk visuel genkendelighed.

I bogen *Fun City* introducerer Andersson og Kiib begrebet *Glocality*, som henviser til den måde hvorpå byer i jagten på at skabe oplevelsesorienterede byrum kigger hinanden over skulderen, og imiterer hinandens strategier og 'fyrtårnsprojekter'. Dette er en tendens, som kan have negative konsekvenser for de enkelte byrum, grundet blandt andet det lokale fravær, som udmunder i noget, der ikke passer til realiteten (Andersson & Kiib, 2007, s. 125). Vi finder Havnebadet på Islands Brygge som et meget vellykket brandet byrum, da det har en klar identitet og genkendelighed. Havnebadet blev indviet i 2002, og grundet dets succes blev det

allerede året efter erstattet med et nyt og større anlæg (Marling et al., 2009, s. 205). Som signatur i rummet står det markante udspringstårn samt det maritiminspirerede livreddertårn. Det var på det givende tidspunkt nytænkende at placere en badeanstalt ved havnen og ikke ved stranden. Konceptet er flere gange blevet kopieret, og kigger man på Aalborgs nye Havnefront er det ikke svært at se, hvor de har hentet inspiration fra. Havnebadet er endnu så nyt, at det kan blive en succesfuld attraktion ved Havnefronten (se side 93).

Vi kan anskue bybranding som selektiv historiefortælling eller forsøg på at skabe en helt ny historie om byen, for på den måde, at tilføre rummet identitet. I forbindelse med Oplevelsesmatricerne spørger vi vores respondenter, hvilke historier rummet forsøger at fortælle, samt hvilke fortællinger, de gerne vil have i byrummet. Vi finder, at historierne byrummet indeholder, er med at tilføre identitet og værdi i et byrum. Vi ser ikke historiefortælling i byrummet som kun værende eksplicit via eksempelvis skilte og slogans, men som noget, der sker gennem arkitekturen, infrastrukturen og andre artefakter, der tilsammen har til formål at fortælle en historie. Andersson og Kiib mener, at en god fortælling skal forbinde fortidens historier med fremtidens. Således skabes der en bro mellem hvad byen tidligere var, og hvad den skal indeholde fremtidig (Andersson & Kiib, 2007, s. 131). Vi kan af dette afsnit udlede, at det er vigtigt at have den lokale forankring i mente når man anvender branding-strategier i byrum.

## Det midlertidige byrum

Vi forstår et midlertidigt byrum på to måder. På den ene måde er det et byrum, hvis primære kvalitet og attraktion er baseret på en tidsafgrænset iscenesættelse. Det kan være julebyen, festivalbyen, sommerbyen og mange andre former. Hertil kan vi betegne de offentlige byrum som midlertidige rum ud fra en karakteristik af, at de bliver brugt midlertidigt og til forskellige formål. Denne definition omhandler således ikke iboende egenskaber i rummet, men det sociale livs anvendelse. Når vi anskuer det på den måde, er det midlertidige rum noget, der gennem menneskers handling og aktivering kan tilføres byrummet.

Der er mange former for midlertidige rum. Eksempelvis er der dem man bevæger sig igennem, eller bruger temporært som gader og pladser. Der er også *permanente midlertidige* rum, der etableres på grund af deres dynamik og kreative brug, som Christiania (Pløger, 2010, s. 57). På samme måde kan byrum have et markant skiftende karakter grundet tiden, eksempelvis afhængigt af døgnet eller årstiden.

Vi behandlede tidligere Eco's teori omkring det åbne værks poetik (se side 58). Dette mener vi, også kan videreføres til dette afsnit om midlertidige byrum, da vi mener, at Ecos forståelse af det åbne værk indeholder begreber som multifunktionalitet og midlertidighed. Således kan vi se *åbne byrum* – i kraft af åbenheden – som multifunktionelle rum. Vi mener herved, at

den flertydighed af aktivitetsmuligheder, der findes i moderne byrum, kan fortolkes på forskellige måder, eksempelvis er pladsen foran Nordkraft om dagen et uformelt mødested for gæster af huset, mens den om aftenen transformeres til skateområde for unge.

Den kreative klasse, som er et begreb skabt af Richard Florida<sup>3</sup>, dækker over såkaldte kreative mennesker, som skaber værdi for byerne. Simplificerer vi Floridas karakteristik af den kreative klasse, så er det en gruppe af mennesker, der på den ene eller anden måde lever af deres kreativitet, både kulturel og kunstnerisk produktion. Det er en klasse, der vil tilføje byer og rum en værdi og nyfortolkning. Den kreative klasse og iværksætterne har længe været fokuserede på at erobre tomme og oversete byrum, og give dem en performativ betydning for bybilledet. Det er i høj grad de kreative erhverv, som opsøger de midlertidige byrum, der kan karakteriseres som rå, frie og (ofte) billige – især i etableringsfasen – og hele tiden bevæger sig hen mod nye midlertidige byrum. Disse steder giver en aura af dynamik, der er en udfordring for kunstneriske og kreative mennesker. Dette er en kapital for stedet og for byen (Pløger, 2010, s. 59).

<sup>3</sup> Richard Florida, amerikansk økonomiprofessor, behandlet begrebet Den kreative klasse i bøgerne: *The Rise of the Creative Class* (2002), *Cities and the Creative Class* (2004) og *The Flight of the Creative Class* (2007).

## Det oplevelsesdesignede byrum

Teorien om *Experiential Marketing*, der er udarbejdet af Bernd Schmitt<sup>4</sup>, tager udgangspunkt i, at oplevelse ikke på forhånd er indlejret i et produkt, men noget, der kan tilføjes. I teorien opereres der med en række *Strategic Experiential Modules*, der indbefatter *sense, feel, think* og *act marketing*. Anna Klingmann har taget disse begreber til sig og opstillet tilsvarende arkitektur-kategorier: *Sense, feel, think* og *act architecture*, hvor den samlede betegnelse for kategorierne er *performativ arkitektur* (Marling et al., 2009, s. 93). Nedenfor ses en kort gennemgang af begreberne, der knytter sig til den performative arkitektur (Marling et al., 2009, s. 93-94):

**Sense architecture** appellerer til brugernes sanser, og har til formål at skabe sanseoplevelser – ikke blot gennem syn, men også ved lydindtryk og taktile oplevelser. De nyere arkitekturprojekter med sensorstyrede facader og interaktive belysningsystemer hører til denne kategori.

**Feel architecture** søger at appellere til vores indre følelser, og søger at frembringe indre stemninger eller spirituelle oplevelser. Dette kan eksempelvis gøres ved bevidst at styre materialeholdningen, lys- og skyggeforhold og akustik.

<sup>4</sup> Bernd Schmitt anses som en af de vigtige bidragsydere til begrebet Oplevelsesøkonomi med sine teorier *Show Business* og *Experiential Marketing* (MeetSCHMITT, 2012).

**Think architecture** appellerer til vores intellekt, hvor der gennem overraskelser og provokationer forsøges at få brugerne til at tænke og reflektere.

**Act architecture** søger at styrke kropslig udfoldelse og interaktion, og denne kategori kan bedømmes på sin evne til at performe - dette kunne eksempelvis være *John Lewis Harmony*-hus, som vi omtalte på s. 19.

Vi vil med denne kategorisering af performativ arkitektur undersøge, hvordan arkitekturen i byrum har fokus på oplevelse, involvering af brugerne og rumlig transformation af steder og situationer. Vi ser begreberne som operationelle redskaber til vores forestående analyse, og som nyttige begreber til at italesætte, hvordan designet i byrummet søger at skabe oplevelse. Vi tager dog de forbehold, at der er tale om analoge slutninger fra et marketingsperspektiv. Således ser vi ikke, at kategoriseringen bør opfattes stringent, men mere flydende – som Schmitt siger om opdeling indenfor marketing, er det sjældent, at man ser modulerne repræsenteret enkeltvis, og man bør ideelt stræbe efter at implementere alle moduler for at skabe den helstøbte oplevelse (Schmitt, 1999, s. 70). Således finder vi også at et modul sjældent vil stå alene med hensyn til denne kategorisering af arkitektur, Klingmann laver.

Fælles for de tre rumanskuelser, *det brandede rum, det midlertidige rum* og *det oplevelsesdesignede rum*, er, at de ser på den direkte effekt af designet og arkitekturen, og dette gøres dermed til en målrettet intention med byrummet. Vi ser byrummene som en mere kompleks størrelse, hvor de materielle og sociale aktører, der er i rummet på et givent tidspunkt, har en betydelig virkning for oplevelsen af byrummet. I forbindelse med *Begivenhedernes performance*, hvor vi blandt andet behandlede John Cages værk *4'33"*, fandt vi, at det performative byrums begivenheder er en måde at igangsætte rummets kræfter til at skabe uforudsigelige hændelser på. Som værket *4'33"* ser vi ligeledes det designede rum som en ramme, der åbner op for oplevelser og indtryk. I vores analyse vil vi således undersøge intentioner og fortolkninger i de valgte cases, men ikke definatorisk adskille dem, da vi ser dem som en gensidig udveksling. I forlængelse af dette, skal vi i vores konceptudvikling arbejde med byrummets mangfoldige kræfter – vi kan ikke bare designe intentionelt, men må tage højde for begivenheder og muligheder, der er i rummet.

# FREMGANGSMÅDE

Vores teoriapparat afspejler en bred palet af tænkere, vi mener tilsammen afdækker byrum som helhed. Vi finder vores valgte teoretiske perspektiver anvendelige i vores praktiske analyse. De skal hertil også ses som en bagvedliggende tilgang til vores cases. Tankerne, vi har behandlet, er fra forskellige tidsperioder og fagparadigmer, men fælles for dem er, at de forholder sig til enten byen, rummet, livsformer, sansninger eller en blanding heraf. Således vil vores teoriapparat fungere som 'rygraden' for vores analyse og vores konceptudvikling. De udvalgte tanker udgør således en kerne, som vi analytisk kan arbejde ud fra, for at besvare vores problemformulering, som lyder:

*Hvordan bliver byrummet anvendt som medie?  
Hvordan skabes relevante og engagerende (digitale) oplevelser i byrummet?*

Vi vil med udgangspunkt i vores cases tilkoble teoriene, og undervejs benytte dem videnskabeligt i vores analyse. Med dette mener vi, at kunne komme vores undren nærmere og belyse flere aspekter for byrum som medie. Vi har inddelt analysen efter cases, hvor vi under hver case vil behandle de tematikker, som gør sig gældende. Aalborg er vores primære undersøgelsesobjekt, mens de øvrige cases fordeler sig geografisk således: Islands Brygge (København), Brooklyn (New York, USA), Stockholm (Sverige) og Austin (Texas, USA).

Byrummene vi hovedsageligt vil fokusere på i Aalborg er: Havnefronten, Nordkraft og Østre Havn. Vi vil i disse cases analysere, hvordan der skabes relevante og engagerende oplevelser og kulturtilbud.

Vi vil analysere, hvorfor nogle urbane byrum har en stor tiltrækningskraft på en bred gruppe af mennesker, de sociale livsformer, der anvender rummet og endvidere de faktorer, der er medvirkende til at skabe den gode atmosfære. På baggrund af dette er vores cases udvalgt fra henholdsvis hvilke byrum, vores respondenter har behandlet samt vores egne observationer og erfaringer om, hvilke byrum der har en stor tiltrækningskraft på en mangfoldig gruppe af mennesker.

Ud over byrum i Aalborg, vil analysen blive suppleret med cases, fra nær og fjern, for at påpege, hvilke urbane tendenser, der ses andre steder. Nogle af de udvalgte cases vil have fokus på, hvordan der i byrummet er implementeret digitale oplevelser. I kraft af vores virke som oplevelsesdesignere, mener vi, at det er vigtigt for os at have kendskab til nye trends og metoder inden for udviklingen af byrum. Vi finder det derfor vigtigt at kigge på, hvordan oplevelsesorienterede byrum udvikles på globalt plan, med henblik på at undersøge, hvilke strategier og metoder, vi finder succesfulde. Dette skal inspirere os i vores egen konceptudviklingsproces og vores bidrag til merværdi i Aalborgs byrum.

## Empiriredegørelse

Vi vil i det følgende afsnit redegøre for, hvordan vi i analysen vil anvende den indsamlede empiri. Vores empiriske undersøgelser har til formål at afdække de brugsmønstre, vores respondenter har af byrum i Aalborg, hvordan de oplever byrummene samt hvilke kvaliteter de vægter højt i byrummene. Vi vil gennemgå vores teoretiske overvejelser for empiriindsamlingen, der har udviklet sig gennem specialets proces. Hertil skal det nævnes, at vi har foretaget en række observationer, der kan karakteriseres som værende hverken kvalitative eller kvantitative, men som en empiriform, der består af et samspil mellem de to empiriformer.

Udgangspunktet for undersøgelsen har været Oplevelsesmatricerne som metode (se side 36). Vi forstod i opstartsfasen Oplevelsesmatricerne som et kvalitativt redskab, men i udførelsen og indsamlingen af besvarelserne, forstår vi nu Oplevelsesmatricerne som et kvantitativt redskab. Dette baseres på, at de forskellige respondenter har svaret kortfattet, og endvidere svaret med ja/nej. Resultaterne giver os mere et overblik af respondenternes vurdering i de forskellige byrum, og ikke fyldestgørende grundlag for anvendelsesmønstre eller kvaliteter i byrummene. De skulle, som tidligere gennemgået, tage stilling til Oplevelsesmatricerne, som behandler de fysiske karakteristika, oplevelsestyper, sansepåvirkning, fortællinger, musik (lyd), det oplevelsesøkonomiske aspekt samt den tilføjede sociale dimension. Vi vil med resultaterne fra denne metode fokusere og arbejde os frem til at kunne opstille rele-

vante og præcise tematikker, der skal skabe grundlag for fortolkning. Vi vil undersøge mønstre i datamængden og foretage en fortolkningsproces, der skal føre os frem til nye forståelser. Undervejs i fortolkningsprocessen omdøber vi tematikkerne, omformulerer, opstiller nye og fjerner andre. Endeligt formulerer vi de tematikker og værdisæt, som et samlet udtryk for byrummet baseret på indholdet af de udfyldte oplevelsesmatricer. Vi vil undervejs udvælge citater, som illustrerer og understøtter de valgte værdisæt. Vi finder citater vigtige, da de er respondenternes egne ord og vendinger som anvendes til beskrivelse af byrum.

Vi bad endvidere respondenterne tage fotografier af de kvaliteter, de fandt i de pågældende byrum, og har i flere tilfælde fundet disse resultater mere givende end selve besvarelserne. Vi ser ved sammenligning af respondenternes og vores egne billeder et forskelligt fokus. Respondenterne har i høj grad taget billeder, som visualiserer rummet som helhed og særlige kendetegn ved byrummet, som Budolfi Kirke eller Fritz Kochs Kiosk. Ser man på vores fotos, har vi i højere grad fotograferet, hvordan forskellige mennesker anvender rummet, og hvilke særlige artefakter, som er i rummet. Vores samling af fotos bærer således præg af vores udgangspunkt for at tage billederne – vores speciale. I forhold til vores egen forståelseshorisont ser vi, hvordan vi ubevidst har været særligt tiltrukket af relationerne i rummet, som bærer grundlag for vores undren i specialet. At deres billeder således vi-



ser en helhed af de pågældende rum, tolker vi som en formidling af deres oplevelser, hvorimod vores egne fotografier formidler de elementer, der har en vis tiltrækningskraft i rummene. Grundet dette aspekt, vil vi i analysen anvende fotografierne forskelligt, men fælles vil vi anvende dem til at formidle nogle oplevelser, der ikke kan italesættes rationelt, og endvidere til at understøtte kvaliteterne i rummene.

Vi valgte at supplere med kvalitative interviews, da vi mener, at disse vil give os dybdegående information

om brugernes benyttelse af byrum i Aalborg, samt motivationer for disse. Vi vil løbende i vores analyse inddrage citater fra vores interviewpersoner og med udgangspunkt i disse fortolke, hvordan de anvender og vurderer byrum. Disse interviews har ligeledes til formål at karakterisere nogle af de tematikker, som pågældende byrum i Aalborg indeholder. Temaerne vores respondenter fremhæver, vil vi således analysere ved at inddrage egne observationer, ekspertudsagn og resultaterne fra Oplevelsesmatricerne.

# BEGREBSAFKLARING

Følgende vil vi afklare nogle af de begreber fra vores teoriapparat, vi vil bruge konkret i analysen. Vi vil ydermere forklare begreber, der kan være flertydige, hvorfor vi finder det nødvendigt at præcisere vores definition af disse.

**Augmented reality** er et område, der beskæftiger sig med kombinationen af den virkelige verden og computer-genereret data (Virtual Reality). Det omhandler computergrafik-genstande i samspil med den virkelige verden – enten i form af virkelige optagelser i realtid eller fysiske områder. Augmented betyder *forstærket*, og som det ligger i ordet, forstærker det den virkelige verden. Det skaber en mulighed for at opleve, hvad der ellers ikke ville være der.

**Autenticitet** er opstået af, at individer i samfundet i dag søger intime og troværdige oplevelser, hvorfor autenticitet er medvirkende til at forstærke den emotionelle tilknytning til oplevelsen. Vi mener, at der i det oplevelsesmæssige potentiale i Aalborgs byrum er tendenser, der er karakteriseret ved autenticitet. Dette kommer blandt andet til udtryk ved genanvendelse og forvandlingen af gamle industribygninger. Vi vil derfor kort redegøre for

vores forståelse af autenticitet som begreb. Vi mener, som også socialkonstruktivismen foreskriver, at virkeligheden skabes i sociale konstruktioner, og ligeledes skabes autenticitet i disse. En gængs forestilling om en objektiv virkelighed er ikke-eksisterende, og det handler derfor om forskellen mellem hvad der er autentisk og hvad der perciperes som autentisk. Autenticitet er en subjektiv størrelse, og opfattelsen af hvad der er autentisk afhænger af individets kontekst, alder, køn og livsverden generelt. Det, der for nogen kan virke autentisk, kan for andre virke falsk (Pine & Gilmore, 2007, s. 13). Endvidere er det ikke nødvendigvis autentisk, hvis det postuleres autentisk. Ved at sige at et fænomen, objekt eller byrum er autentisk, kan den modsatte effekt opstå – at brugeren tvivler på autenticiteten.

*”The moment one tries to be real, tries to be authentic, and the trying is detected, the bubble bursts and inauthenticity spills out”*

(Pine & Gilmore, 2007, s. 43)

Autenticitet er altså grundlæggende at være det, man giver sig ud for, og være tro mod sig selv. Endvidere forstår vi autenticitet i en fænomenologisk forstand, hvor et givent fænomen kan være autentisk i sin oprindelse, men ikke nødvendigvis perciperes som autentisk af modtageren. Vi oplever hver især fænomener, og perciperer også forskelligt (Pine & Gilmore, 2007, s. 2-5).

**Blaserthed** er et begreb, der dækker over det metropolske menneskes reaktioner i forhold til ukendte mennesker. Storbymenneskerne møder mange og voldsomme sanseindtryk i hverdagslivet, hvorfor de kan skabe et filter som følge af al den overstimulering, sanserne bliver udsat for; de kan blive blaserte overfor hinanden. Blasertheden opstår som et beskyttende skjold, hvorpå mennesket kan støde den påtrængende verden fra sig og forblive anonym.

**Bottom-up** er en udviklingsproces, hvor udviklingstiltag sker på de operationelle niveauer – et udviklingsforløb, der sker nede fra og op, til forskel fra top-down, hvor tiltag sker fra ledelsen og ned gennem organisationen.

**Byrum** karakteriserer vi som et offentligt område, der er beregnet til stående, gående eller siddende ophold. Området har en bred tilgængelighed og indeholder aktivitetstyper værende enten nødvendige, frivillige eller sociale. Vi fokuserer i specialet på byrum, der på en eller anden måde indeholder aktiviteter, om de er planlagte eller uforudsete. Det vil sige byrum, der ifølge vores definition i specialet omfatter gader, pladser og steder, der er tiltænkte at være sociale mødesteder eller indgår i brugernes byvandring.

**Detournement** betyder omvendelse eller omdannelse, og handler om at genanvende kendte billeder til at skabe et nyt kunstværk med et nyt og modsatrettet budskab.

**Glokalitet** henviser til den måde hvorpå byer i jagten på at skabe oplevelsesorienterede byrum kigger hinanden over skulderen, og imiterer hinandens strategier og 'fyrtårnsprojekter'.

**Happening** kan være en optræden, begivenhed eller en situation som kunstform. Billedkunst, dans, teater og koncert indgår som elementer i kunstformen. Happening er endvidere betegnelsen for demonstrationer og aktioner med et kunstnerisk, provokatorisk islæt.

**Identitet** sker i mødet, hvor brugeren identificerer sig med og tiltrækkes af rummets form. Brugerne identificerer sig med de rumlige scener, og er hermed med til at forme de rum, de opsøger.

**Ikke-steder** er rum, der står i kontrast til det 'sociale rum', og er kendetegnet ved ikke at facilitere interaktion eller kommunikation, og ved at være et sted uden historik og symbolsk betydning. Dette medfører konsekvenser for vores oplevelse af sted, tid og identitet.

**Komprimering** er en metode til at skabe et *offentligt domæne*, ved at indsætte flere snævre byrum på et mindre areal.

**Den kreative klasse** (Florida) dækker over kreative mennesker og er et segment, hvor kernen er 'kunstnere', der igangsætter vækst. Karakteristisk er den kreative klasse en gruppe af mennesker, der på en eller anden måde lever af deres kreativitet. Det er et segment, som tilføjer byer og rum en værdi og nyfortolkning.

**Liminalt rum** betegner en kulturel overgangsperiode, hvor rummet skifter status ved at gennemgå en midlertidig marginalisering.

**Mangfoldighed** er et diffust begreb, der rummer mange definitioner, såsom dynamik, innovation, forandring og dannelse, og det kan endvidere anvendes i mange sammenhænge og kontekster. Vi forstår begrebet som indeholdende æstetisk-, social-, kulturel- og funktionel mangfoldighed. Det er alle disse typer, der tilføjer byen sin værdi og identitet. Hertil er det også disse, der gør det muligt for mange forskellige individer at få sine egne unikke oplevelser ved brug af et offentligt byrum.

**Offentligt domæne** er et sted, hvor forskellige sociale grupper har grund til at komme, og på den måde møder andre med en anderledes social eller kulturel baggrund, og hvor der herimellem sker en udveksling af erfaring. Et offentligt domæne behøver ikke være et offentligt rum, det kan også være et privat område eller privatdrevne offentlige rum.

**Open-minded spaces** er designet således, at der er forskellige anvendelsesmuligheder. Det er her ikke kun de planlagte anvendelsesmuligheder, der er væsentlige, men også de uforudsete funktioner og anvendelser. Disse byrum benyttes af forskellige borgere til forskellige formål, herunder lysten til at betragte livet og de aktiviteter, der udspiller sig.

**Psykogeografi** er en stedsforståelse, som ikke er funderet af det geografiske rum, men derimod på brugernes sanselige oplevelser af rummet. Psykogeografisk kortlægning af byen omhandler atmosfære og indeholder individers personlige fortællinger og oplevelser.

**Rekreation** forstår vi som et begreb, der dækker over individets mulighed for at restituere krop og sjæl. I byrum forbinder vi det med æstetiske og sansemæssige kvaliteter, der tillader individet at *nyde livet*.

**Single-minded spaces** er rum, hvor der kun er én hensigt med stedet, altså af en monofunktionel karakter, og bliver ligeledes benyttet af brugere, der kun har en entydig hensigt med benyttelsen af stedet.

**Snævre byrum** er steder hvor mennesker genkender hinanden, som en del af samme gruppe

**Talehandlinger** peger på mulighederne i relationen mellem oplevelse, byrummet og modtageren. Den performative talehandling skaber et mulighedsfelt for fortolkning, og giver rummets design og retoriske iscenesættelse en retning, der indeholder muligheder for betydningsdannelser.

**Teatro mundi** behandler fremmede menneskers måde at agere og udtrykke sig selv på overfor hinanden, og den emotionelle kommunikation med ukendte mennesker.

A surreal illustration of a parking lot. In the foreground, there is a field of tall green grass. Several cars are parked in a row, including a white SUV, a dark sedan, and a blue SUV. A child is swinging happily on a swing set in the middle ground. The sky is filled with white clouds, pink birds, and colorful butterflies in shades of red, blue, yellow, and green. The word 'PARKING' is written in large, brown, textured letters across the sky.

PARKING

ANALYSE





*"Det er ikke for ingenting, man siger Aalborg din gamle havneluder [...] Noget af det første jeg fik at vide, da jeg kom til Aalborg, Nååårh, så du er kommet til byen, hva? Aalborg din gamle havneluder. Det var det, det blev kaldt."*

(Liselotte, Bilag 7, s. 3)

Det mindre flatterende øgenavn *Aalborg din gamle havneluder*, som aalborgenserne igennem flere årtier har yndet at kalde Aalborg, tolker vi, som et udtryk for den rå mentalitet som knytter sig til byen og bevidner om en stolthed for den uslebne industriby. Historierne, der er blevet fortalt om Aalborg, har båret præg af den råhed med myterne om den afsides provinsby med grå industribygninger, mørke diskoteker og mange utilpassede sjæle. Fortællinger, der blandt andet er fortalt i Niels Arden Oplevs film *Portland*, Jakob Ejersbo roman *Nordkraft* og rapperne Johnny Hefty og Niarns sange om *Dobbelt A*. Sidstnævnte synger eksempelvis i sangen *Hvor du fra?*:

*"Hvor vi lever livet som du checkede det i Portland  
Der hvor dem der har nosserne styrer byen  
Den eneste provins der ikke er blevet byfornyet"*

(Niarn, 2004)

Men nu er provinsen blevet byfornyet, og den nordjyske muld, der ellers har været gødet af arbejderblod og Rød Aalborg, bliver nu betrådt af blandt andet videbegærlige studerende. Aalborg Universitet har været en væsentlig drivkraft for transformationen fra industriby til vidensby med deres 70 uddannelser og specialiseringer inden for humaniora, samfunds-, ingeniør-, natur- og sundhedsvidenskab (Aalborg Kommune, 2008, s. 6).

*"Fabrikker, motorveje og højspændingsledninger. Det er blottet for romantik - og det kan jeg godt lide. Hvis jeg vil have idyl, tager jeg til Himalaya."*

(Allan Olsen (musiker) til Politiken, 2005)



# DEN CENTRALE HAVNEFRONT



**Sportsarealet** er indrettet til forskellige former for boldspil samt et boldbur, til boldspil, der går vildt for sig.



**Byhaven** er et grønt opholdsområde indrettet med græsarealer, blomster og træer.

**Toldbodsplads** med det specielle springvandsanlæg.

**Legepladsen** med plateau omkring, indrettet til ophold.



**Havnebadet** er en flydebro med en bygning i den vestlige ende og tre bassiner. Der er plads til 350 personer.



*"Aalborg er ikke længere en industriby, men en videns- og oplevelsesby. Omdannelsen af den centrale havnefront er et meget håndgribeligt symbol på denne proces. Hvor det tidligere handlede om at transportere varer, handler det nu om at skabe attraktive byrum og steder til oplevelser, udfoldelse og ophold."*

(Aalborg Kommune, 2011)

Havnefronten giver et karakteristisk billede af den transformation, Aalborg er under, ligesom citatet ovenfor påpeger. Den Centrale Havnefront indeholder en masse forskelligartede rum, der fordrer til forskellige aktiviteter såsom sport, leg, rekreation, solbadning, lystfiskeri og meget mere. I billedet til venstre har vi illustreret de rum, vi vil arbejde med i følgende analyse. Vi finder, at omdrejningspunktet for samtlige rum er kultur og fritid, og fælles for rummene er, at aktiviteterne, som udspiller sig, oftest er af en spontan karakter. Der findes dog også, med nogle mellemrum, aktiviteter og kulturtilbud af en organiseret art; The Tall Ships Race<sup>1</sup>, Chill i Parken<sup>2</sup>, Basketball- og fodboldturneringer med videre.

Hajer og Reijndorp siger, som vi tidligere beskrev, at en af måderne hvorpå man kan skabe et offentligt domæ-

ne er ved at skabe nogle snævre byrum som overlapper hinanden, eller komprimerer flere snævre rum i et. Denne komprimering mener vi findes ved havnefronten; her er legepladsen til børnefamilier, sportsarealer til unge, repos til lystfiskere, restauranter til feinsmeckerne og så videre. Alle disse rum er komprimeret ned til et forholdsvis lille areal med udsigt og adgang til hinanden. Afgrænsning mellem rummene er lavet med niveauforskelle og materialevalg, eksempelvis ved skiftende underlag – sand på legepladsen, træ ved havnebadet og stierne, græs i det rekreative område, asfalt på vejen og blødt beton på sportsarealet.

## Den lokale havn

Placeringen Aalborg har ved Limfjorden, har gennem alle tider haft stor indvirkning for byens liv og strukturer. I mange år har søfarten spillet en central rolle for bylivet. Respondenten Liselotte, der i flere år har arbejdet med søfart fortæller her, hvordan den industrialiserede havn dengang havde betydning for bylivet:

*"Det var her sømændene de samledes i gamle dage. Aalborg det var hovedcentralen, man samledes nede i Duus vinkælder, og fik frikadeller og godt med øl."* Liselotte (Bilag 7, s. 3)

Tidligere blev godstransport i Danmark varetaget af mindre fragtskibe, der transportererede varer fra og til havne rundt i landet. Dette ændredes dog i takt med den markante udbygning af landets transportmæssige

<sup>1</sup> The Tall Ships Race er en kapsejls med sejlskibe fra hele verden, der gæster Aalborg Havnefront på sin tur. Der afholdes en stor fest med musik, marked og oplevelser i de dage, sejlskibene ligger til kaj (Aalborg Events, n.d.).

<sup>2</sup> Chill i Parken er en række endags musikfestivaler, der afholdes i sommerhalvåret i Aalborg. Der er gratis entré for besøgende, og musikken består af et varieret og aktuelt udsnit af lokal og national musik (Gaffa, 2010).

infrastruktur i efterkrigstiden, der betød, at i løbet af det 20. århundrede overtog lastbiler mere og mere af godstransporten (Carlberg, Christensen & Christiansen, 2005, s. 14). Dette resulterede i mange nedlagte og forladte industrihavne, der fremstod øde og forurenede af deres storhedstid. Områderne blev kun besøgt som gennemgangssteder eller af sjældne fiskere, der håbede på bid på krogen.

I midten af det 20. århundrede skete også en anden ændring. Mennesker, kapital og fremtidsdrømme flyttede sig væk fra bykernen, og ud i forstæderne, drevet af drømmen om det gode liv, der kunne blive opfyldt her. De sidste årtier er dette dog vendt igen, og der ses en bevægelse tilbage mod bykernen og de urbane centre. I takt med denne bevægelse og bykernens stigende popularitet, er genanvendelsen af funktionstømte områder blevet relevant (Carlberg, Christensen & Christiansen, 2005, s. 42). Dette gælder også de forladte havneområder, der i hele verden transformeres til attraktive bydele. Rotterdam og Amsterdam er kendte eksempler på denne transformation, der inkorporerer bolig- og kontorbygninger, infrastruktur og offentlige rum.

Aalborgs bykerne er, i modsætning til mange andre havnebyer, opstået i forlængelse af industriområderne, og ligger derfor side om side med havnen. Det har betydet, at den tunge industri har været synlig der, hvor mennesketrafikken er tættest, nemlig fra det centrale Aalborg. De karakteristiske industribygninger, såsom Aalborg Akvavit og Aalborg Portland, er blevet

kendetegn for Aalborg, og har været medvirkende til at forstærke byens klassificering som industriby. Disse kendetegn har haft stor betydning for transformationen af Aalborg Havnefront, der bibeholder den industrielle tradition i sit nye design og udformning. De sidste 100 år har der været placeret flere større industrieanlæg langs havnen, eksempelvis Nordkraft, Hedegaard, Værftet og Kemira. Disse er i udviklingen blevet omformet og integreret som en del af havnens nye funktion og udseende.

Transformationen af havnefronten har betydet, at området har bevæget sig væk fra at være et single-minded space med kun én hensigt, nemlig industri, og som vores respondent Liselotte udtrykker at rummet ikke indeholdt nogen særlig værdi: "[...] *Den gamle var jo ikke noget værd.*" (Bilag 7, s. 1). Denne monofunktionelle karakter, havnefronten havde, betød også, at brugerne af området kun havde en entydig hensigt med benyttelsen. I dag er havnefronten transformeret til et open-minded space med forskellige anvendelsesmuligheder, og et rekreativt rum, hvor brugerne kan dvæle og opholde sig længe. Borgerne har taget den nye havnefront til sig, og når solen skinner, samles der liv:

*"[...] man kan virkelig godt fornemme, at ligeså snart der er en lille smule godt vejr, så samles der rigtig meget aktivitet dernede"*

(Asbjørn, Bilag 8, s. 1)

Det er ikke kun de planlagte anvendelsesmuligheder, der er væsentlige i rummet, men også det faktum, at

der er rum til uforudsete handlinger, funktioner og ophold. Brugere tiltrækkes af Den Centrale Havnefront på grund af transformationen, der formidler forskellige henseender, benyttelser og formål – om det så er at betragte livet, der udspiller sig eller deltage i aktiviteter. Med vejret som den afgørende faktor for ophold på havnefronten, betyder det, at aktiviteterne bliver af en spontan art, som også respondenter i citatet påpeger. Som byrum adskiller havnefronten sig fra det mere funktionelle offentlige rum, da de besøgende bidrager aktivt og produktivt til rummet i kraft af deres handlinger og reaktioner på designet.

*"Ja, men enten så sidder jeg nede i den der lille park, de har lavet, og sidder med vennerne og snakker og hygger, fordi der er godt vejr for eksempel, eller også bruger jeg basketballarealerne til at spille basket med vennerne. Eller så går jeg bare en tur dernede, hvis jeg får brug for noget frisk luft."* (Asbjørn, Bilag 8, s. 1)

I citatet fortæller Asbjørn, at han anvender rummet i flere henseender, rekreativt, socialt og til sport, og således reagerer han aktivt på det designede rum. Vi var tidligere inde på, hvordan legepladsen ved havnefronten er et godt eksempel på et åbent værk, som brugere fortolker forskelligt – børn leger der, teenagere bruger det som bmx-bane og unge bruger det rekreativt. Således ser vi, hvordan nogle rum er åbne for fortolkning, mens andre er mere entydige i deres hensigt, såsom sportsarealet eller Byhaven.

## Fra liminal havn til eftertragtet byrum

Et vigtigt aspekt ved omdannelsen af havnefronten har været at bibeholde stedets tradition og historie. Vi ser i det arkitektoniske udtryk, at der er anvendt 'hårde' elementer som beton, asfalt og rustent jern, der fungerer som reference til stedets storhedstid som industrihavn. Langs havnekanten er de gamle jernbanespor genetableret og refererer til områdets traditioner og historie. De oprindelige hammerhoveder, pullerter og fortøjningsringe, hvor godsskibe lagde til, er bibeholdt. Disse tjener et formål med afsæt i æstetikken og sammenkobling af stedets historie, og ikke for funktionaliteten. De indeholder en fortællerværdi, hvor historien er baseret på brugerens egen fortolkning og erfaring – ligesom de gamle jernbanespor giver anledning til brugerens egen historiefortælling. Området formidler dog en indirekte historie, brugeren gennem think architecture, hvor transformationen har skabt et samspil mellem de eksisterende og de nye elementer, kan afkode og fortolke. Således bidrager det arkitektoniske til at holde liv i de kulturelle myter og historie, som knytter sig til stedet. I citatet nedenfor siger respondenter, at arkitekturen gengiver en historie, men at fortællingerne især fortælles gennem socio-æstetiske aspekter:

*"Arkitekturen fortæller i sig selv en historie. Men det er især menneskerne, der skaber fortællingerne. Jeg så to mænd på en gammel fiskekutter, der bar ølkasser over på kajen. Det var sådan lidt, at stedet ikke bare er*



*flot plads, der er til pynt, men den rent faktisk er funktionsdygtig, som havn."*

(Flemming, Bilag 6, s. 4)

Som respondenten påpeger, er havnen stadig funktionsdygtig, og anvendes med jævne mellemrum som kaj. Et tegn, der gengiver dette er den gamle isbryder Elbjørn, der nu er opdannet til restaurant, der ligger ved kajen. At havnefronten ind imellem bruges som havn, finder vi som et vigtigt element for autenticiteten, da det afspejler originaliteten.

I det gennemgående tema ved havnefronten er der lagt vægt på at bibeholde Aalborgs historie, og denne er refereret gennem tegn i bybilledet. Brugeren udsættes for disse relationer og tegn, og opfordres på den måde til at involvere sig. Dette ses især i områdets æstetiske udformning, der indeholder et overordnet og gennemgående tema. De dominerende industribygninger mod øst gengiver Aalborg som industriby, men også de ny-opførte områder bærer dette islæt.

Respondenten Liss understreger to gange i hendes gennemgang af havnefronten, hvordan hun oplever stedet som fersk: *"For meget fersk nyt byggeri"* (Liss, Bilag 2, s. 3). Vi tolker, at dette kan skyldes netop brugen af de 'hårde' elementer, som kan fremstå kolde og nøgne sidestillet med, at det er helt nyt og uspoleret i forhold til fortællingen om den rå industriby. I samme dur skriver respondenten Flemming: *"Rent og pænt – måske endda for rent. Steder virker tit klinisk"* (Bilag 6, s. 1).

Vi mener dog, at bibeholdelsen af de mange elementer, der fortæller om havnefrontens tidligere identitet og historie, er med til at fastholde stedets oplevelse som autentisk. Genanvendelsen af de gamle bygninger bibeholder træk, der henviser til funktionerne før, og vidner nu om byens historie. Tematiseringen af havnefronten og Aalborg som industriby er gennemgående, og tilføjer området et oplevelsespotentiale, hvor brugeren kan danne sin egen oplevelse ud fra de rammer, der er givet i rummet. Denne tematisering er skabt i den industrielle ånd gennem et formsprog, hvor de anvendte materialer, såsom beton, jern og zink er med til at fastholde stemningen af det rå miljø, der i denne kontekst er anvendt i nye sammenhænge. Det er en autenticitet, der antyder havnefrontens oprindelse, der fysisk fremtræder ved havnefronten. Artefakterne fortæller dog også om den nutidige kontekst og byens beliggenhed ved vandet, hvor der stadig er skibstrafik og endvidere forskellige events i den forbindelse, som eksempelvis det tilbagevendende The Tall Ships Race, som haft stor succes med op mod 700.000 besøgende (Aalborg Events, n.d.). Respondenten Liselotte ræsonnerer i følgende citat, hvordan der i Aalborg er en sammenhæng mellem byen, hav og sejlads:

*"Jeg vil sige, at når de har holdt det der Cutty Sark (Red: Tall Ship Race), det er ihvertfald noget der tiltrækker rigtig, rigtig rigtig mange mennesker. Så Aalborg må have et eller andet med hav og sejlads."* (Bilag 7, s. 3)



Elbjørn og udsigt til Østre Havn, eget foto



Elbjørn og udsigt til Limfjordsbroen, eget foto



Sportsarealet, eget foto





Fisker og unge ved plateauet, eget foto



Unge piger, eget foto



Toldbodsplads, eget foto



Hygge ved kajen, eget foto

Den form for autenticitet, der er knyttet til tematiseringen af den nye havnefront, er af en form for genautenticitet: der er tilføjet nye artefakter, der bidrager til fortællingen om området, men selvom det er nye tilføjelser, er der skabt en balance i samspil med de 'gamle' artefakter. Denne sammensmeltning af nyt og gammelt symboliserer hele den transformation, Aalborg er ved at gennemgå.

## Vandet som hovedrollen

Beliggenheden ved Limfjorden giver havnefronten en naturlig tiltrækningskraft, idet at vand er et element som naturligt appellerer til vores sanser. Respondenten fortæller her, hvad vand gør ved hende sansemæssigt:

*"Åh jeg synes det beroliger en på en eller anden sjov måde. Man har en automatisk lyst til at sætte sig ved vandet. Det kan vise sig fra sin smukkeste side, og sin grimme barkskeste side. Men det er fascinerende alligevel uanset hvad."*

(Liselotte, Bilag 7, s. 2).

Vandet er, hvad enten det er i bevægelse eller helt stille, en stor del af den sanselige oplevelse. Samtlige af respondenterne, der var nede på havnefronten for at vurdere rummet, fremhævede således vandet som en værdi for oplevelsen:

*"Smuk udsigt til vand", "Der dufter af hav", "Ja, det er hyggeligt at sidde og kigge ud over vandet"*

(Rebecca, Bilag 2, s. 1)

*"Vandet – først og fremmest." (til spørgsmålet om, hvad man især ligger mærke til), "Dejligt at høre vandet. Man kan høre billarm i det fjerne – så man opdager faktisk hvor stille der er hernede. Jeg tænker – gud, larmer der virkelig så meget inde i byen."*

(Flemming, Bilag 6, s. 1-2)

*"flot udsigt til vandet"*

(Majken og Jeanette, Bilag 1, s. 3)

Ned til vandet langs havnen er en bred trappe, som udmunder i et repos ned til vandet. Trinene ned til kajarealet er i størrelsen ukonventionelle, og man bliver derfor bevidst om arkitekturen, da man skal bevæge sig ned af trinene på en anden måde, end man er vant til. De brede trin inviterer samtidig til, at man sætter sig på dem, hvorfor de også har en funktion som bænke. Trinene fungerer som bænke, hvor, hvis vejret er til det, mange grupper af mennesker opholder sig. Ved vores besøg på havnen observerede vi trapperne brugt af blandt andet studerende, der sad med deres bærbare computere, et par lystfiskere, en gruppe af grønlændere, der fik sig nogle håndbajere og unge mennesker, der nød deres medbragte frokost.



Plateauerne minder om tribuner, og leder tankerne hen på 'tilskuerpladser', og på den måde bliver fjorden iscenesat som performeren. Designet peger her på fjorden som en æstetisk oplevelse, man kan nyde, og vende ryggen til det pulserende liv i de omkringliggende rum. Der skabes således en anden stemning her ved havnen end i de øvrige rum, hvor fokuseringen på de naturlige elementer søger at frembringe indre stemninger. En respondent udtrykker stedet som fredsfyldt og et sted til refleksion ud fra spørgsmålet om, hvilken mavefølelse, han har på stedet: "4- fredsfyldt, man har lyst til at sætte sig ned og reflektere over livets store og små spørgsmål. Det er roligt og stille." (Flemming, Bilag 6, s. 2). Man kan sætte sig ved nogle af de nederste trin/de forreste tilskuerpladser og gemme sig væk fra de øvrige rum, iagttage vandet, det konstante trafikflow på Limfjordsbroen og det mere industrialiserede miljø på Nørresundby-siden.

Den rekreative egenskab og de sansemæssige oplevelser, som knytter sig til vand, er således også noget man har integreret længere ind mod bykernen. Ved Toldbodsplads er der anlagt et stort springvand, og pladsen her har til formål skabe en overgang fra midtbyen til havnefronten. Springvandet skaber således en kontrast mellem de to bydele, hvor det menneskeskabte springvand står overfor den utæmmede Limfjord – ligesom bykulturen står overfor naturen. Det æstetiske brud fremhæver således kontrasterne i byen, og skaber en dynamik. Respondenterne Helene og Maria besøgte Toldbodsplads, og nævnte kigget til Limfjorden som en attraktion: "Åbningen mod havnen er smuk, men selve pladsen er kold og kedelig." (Helene, Bilag 4, s. 1).

## De sociale scener

Det er ikke kun fjorden vi ser blive iscenesat som performer, men også i andre rum som sportsarealet og Byhaven. Disse rum er sænkede i forhold til det øvrige byrum, og man har også her indsat omkredsede trapper, der fungerer som den fysiske ramme for hver af de pågældende rum. Således ligger de mange 'tilskuerpladser' op til forskellige former for scener, hvor rummene og det sociale liv kan betragtes.

Siddetrinene omkring sportsarealet giver plads til at brugere, der ikke deltager fysisk i de aktiviteter, som udspringer sig, kan sidde og betragte brugerne, der aktivt er med i 'legene'. Dette giver arealet en status som en scene, og de fysiske udfoldelser indebærer en højere grad af performance end ved Byhaven. Endvidere anvendes siddetrinene også som en del af udfoldelsespladsen af eksempelvis skatere, der udfører tricks på dem, hvorfor den multianvendelige funktion også fjerner distancen mellem publikum og scenen.

Græsset, der er anlagt i Byhaven, indbyder til rekreation og har en stor tiltrækningskraft i dagtimerne når solen og temperaturen tillader det. Arealet er forholdsvis lille i forhold til andre rekreative anlæg, som eksempelvis Slotsparken på den anden side af vejen. Her slænger grupper af yngre mennesker sig i græsset. De uformelle positioner menneskene her indtager, indikerer formålet med Byhaven som et rekreativt område, der anvendes til hygge og samvær. Som også flere af respondenterne udtaler:

*"Vi er alle der af en grund: for at hygge og slappe af."*

(Majken og Jeanette, Bilag 1, s 4)



Piger med vandpiber på trinene, eget foto



Sommer i Byhaven, foto: EmnaPart



Havnebadet på Islands Brygge, foto: Casper Dalhoof



Havnebadet Aalborg, eget foto



*"nej, medmindre jeg bare går forbi. Det er et socialt sted."*

(Majken og Jeanette, Bilag 1, s 4)

*"Det er et sted man kan slappe af, et frirum midt i byen"*

(Rebecca, Bilag 2, s. 1)

Der fokuseres på et socialt samvær i Byhaven, og flere respondenter svarer, at de ikke vil opholde sig i byrummet alene, med mindre det anvendes som et gennemgangsrum. De naturlige elementer, der anvendes i Byhaven påvirker rummets udtryk, der betragtes som en oase i kontrast til al betonen.

## Havnebadet

Vi behandlede i afsnittet *Det brandede rum*, hvordan vi ser Havnebadet som et eksempel på, hvordan Aalborg har set Havnebadet på Islands Brygge over skulderen, og at dette efter vores vurdering ikke har været en succes. Vi vil fremhæve to ting, vi finder som primære årsager til, at rummet ikke fungerer. Dels ser vi størrelsen som et problem, og den synes som en skaleret udgave af den på Islands Brygge. Et andet problem er det fysiske niveau og placering.

Havnebadet består af en flydebro med tre bassiner. Bassinerne har forskellige dybder, og er opdelt i zoner; en zone for habile svømmere og en zone med adgang til alle. Zonen for habile svømmere er uden fast bund, hvorfor der altid skal være syv kystlivreddere til stede. Strømmen i Limfjorden samt forurening har

også en påvirkning på Havnebadets åbningstider. De begrænsede åbningstider, og alle sikkerhedsforanstaltninger får Havnebadet som en attraktion til at fremstå som *påduftet* havnefronten uden at inddrage omgivelserne og konteksten. Det virker for os som, at Aalborg Kommune har kigget på Islands Brygges succes, og tænkt – sådan et skal vi også have.

Badets midte på Aalborg Havnefront domineres af et højt skibstårn, der er opbygget i samme stil som pladeauerne i de andre byrum – i denne kontekst fungerer de som soltrapper, der ender i en udsigtsplatform. Det er herfra forbudt at foretage udspring i bassinet. Soltrapperne vender ud til Byhaven og havnepromenaden og bevirker, at brugerne her er meget synlige for brugerne af de andre byrum på havnefronten.

*"Jeg tror lige det skal have en chance i år, for jeg nåede egentligt ikke at opleve det sidste år, for det åbnede så sent og det var indenfor åbningstiderne udenfor mine arbejdstider, så det havde jeg ikke rigtig mulighed for at bruge sådan set. Jeg er heller ikke sikker på at jeg vil bruge det, for man bader i havnen, men det kan da godt være det er der, den ligger."* (Asbjørn, Bilag 8, s. 2)

*"Nej. Jeg ville føle der var alt for mange mennesker, jeg ville ikke kunne sidde der i bikini og bare sole mig. For mange kendte ansigter, man kender alle. Jeg vil gerne sidde og sole mig dernede, men jeg har ikke lyst til at bade der."* (Pernille, Bilag 9, s. 6)



Asbjørn påpeger, at badning i havnen ikke virker tiltrækkende. Dette kan skyldes tanken om det urene vand, men som tidligere nævnt lukker Havnebadet, hvis der er forurening i Limfjorden som følge af spildvand fra kloakkerne. Vi spurgte ham videre i interviewet, hvordan han havde det med at bade i Friluftsbadet, der ligger en kilometer mod vest, og som ret beset er det samme vand. Til det svarede han, at han tit badede her i sommerhalvåret, hvorfor vi tolker, at konteksten som industrihavn ikke indbyder til, at man her bruger vandet således. Dette ser vi også i forbindelse med, at Havnebadet netop ikke er skabt i kontekst til de andre rum, og derfor virker påduttet.

Som respondenterne Pernille nævner, føler hun sig udstillet ved at være iført badetøj i forhold til de mange mennesker i de andre byrum, der ikke er iført badetøj. Soltrapperne hæver sig op over de andre niveauer, i og med at det også skal fungere som en udkigspost, hvorfor synligheden er indenfor en stor radius. Brugere er til skue fra Byhaven, promenaden og områderne mellem byen og havnefronten. Der er ikke mulighed for at være anonym eller blasert i den forstand, da distancen mellem brugere på soltrapperne og eksempelvis Byparken ikke er stor. Således vil mange nok føle sig udstillet, grundet at man er afklædt og sat til skue. Samtidig finder vi, at det er et byrum, hvor konventionelle regler om påklædning foreligger, og det derfor ikke vil virke naturligt at være iført badetøj her. Ligeledes siger respondenterne, at *man kender alle*, hvorved at man ikke kan skabe et skjold af blasert, som man vil kunne det i storbyen, hvilket lægger en dæmper på

udfoldelsesmulighederne jævnfør Simmel.

Havnebadet på Islands Brygge er en flydende trækonstruktion i havnebassinet. Det er arkitektonisk udformet som en stor tømmerflåde, hvor fem havnebassiner er udsåret. Det markante udspringstårn er i samme træmateriale og på den måde integreret i designet. Der er endvidere en rød- og hvidstribet livredderbygning, der er udformet som en skorsten på et dampskib. Denne er et iøjefaldende element, der i samspil med de andre elementer understreger det maritime udtryk af hele Havnebadet. Det er ikke til at overse, at glocality er en strategi, Aalborg har gjort brug af i udformningen af Havnebadet på Aalborg Havnefront. I design og udformning er de to Havnebad meget sammenlignelige, men det er forskellene, der er væsentlige i forhold til Havnebadet i Aalborgs mindre succes – den væsentligste forskel er placeringen i forhold til konteksten og omgivelserne.

På Islands Brygge er skibstårnet vendt med siden til det grønne areal, der ligger i forlængelse af Havnebadet. Det fungerer i denne kontekst ikke som en soltrappe, men som en trappe med udspringstårn. Placeringen og funktionen skygger over udstillingsfaktoren, og Havnebadet her bliver brugt af langt flere brugere end i Aalborg. Der er et grønt areal tilknyttet Havnebadet, men ikke flere forskelligartede byrum, såsom ved Aalborg Havnefront. Aalborg Havnefront bruges på baggrund af flere formål, og dette påvirker den mindre brugergruppe af Havnebadet. Selvom der også på Islands Brygge er mange byrum med kultur og



Havnefrontens belysning, foto: ukendt

fritidsudfoldelser som omdrejningspunkt, er Havnebadet placeret afsides, så det fremstår mere isoleret. Det adskilles fra de andre byrum af en bro, hvorfor Havnebadet her ikke ligger i forlængelse af de andre byrum på samme måde som Havnebadet i Aalborg. Dette gør også, at brugerne af Havnebadet på Islands Brygge primært er der for at opholde sig i vandet, hvorfor de alle er iklædt badetøj. Der skabes et fælles udgangspunkt for ophold, og blasert heden brydes derved. Området har karakter af en strand, hvor Havnebadet i Aalborg ikke formår at skabe samme stemning og identitet.

## Prisvindende lys

Lys på havnefronten vandt sidste år Den Danske Lyspris og juryen udtalte i forbindelse med prisoverrækelsen:

*“Der er tale om et sjældent set stemningsfuldt og velfungerende projekt. Belysningen*

*er tilpasset havnefrontens forskellige rum og funktioner, men formår samtidigt at få havnefronten til at fremstå som et samlet hele. Armaturernes fysiske udtryk understøtter de arkitektoniske idéer, uden at der er gået på kompromis med kvaliteten af lyset.”*

(Arkitekturforeningen, 2011)

Som det ses i citatet, har hvert rum på havnefronten sit eget lysunivers, der bidrager til rummets udtryk. Eksempelvis er lygtepælene på legepladsen udformet i stil med rummets bløde kanter, og skaber i forlængelse med mørkets frembrud en belysning, der stadig inviterer til ophold. Ligeledes er lygtepælene langs havnepromenaden udformet som master, der gengiver det maritime aspekt og havnefrontens fortælling. Masternes opsætning giver en kombination af en funktionel vejbelyst, men også en iscenesættende belysning, hvor der anvendes projektører, der i udseendet er ens, men har forskellige lysdelinger.

Ud over lygtepæle er der installeret dioder på trapperne ned til vandet. Disse dioder interagerer via sensortechnologi på mennesker, og tænder, når der forefindes ophold på stedet. Byrummet fremstår således som et interagerende byrum, hvor brugerne oplever og sanser arkitekturen. Rummet opfordrer til bevægelse og skaber en tryghed for brugerne i kraft af belysningen – trinene bliver synlige, hvilket skaber en sikkerhed for brugerne, og opfordrer til dvælen i rummet ved eksempelvis at nyde udsigten over vandet. Grundet de kulturelle myter og historie, som knytter sig til havnen, ville stedet uden lysdesignet måske fremstå rå og voldsom, og det ville derfor være utiltrækkende ved mørkets frembrud. Med lysdesignet skabes der en anderledes stemning, der virker tiltrækkende for brugerne. Som respondenteren René udtaler:

*”De laver sådan nogle spots nede i jorden, det er sådan lidt sydlandsk stemning kan man godt sådan kalde det, man ser nærmest palmerne sådan for sig. Det synes jeg er meget fedt.”*

(René, Bilag 10, s. 2)

Belysningen er stemningsskabende og sættes i forbindelse med tryghed og erindring. René påpeger en sydlandsk stemning, der erindrer hende om palmer, og på den måde sættes i forbindelse med noget positivt. På sportsarealet ved havnefronten ses denne forbindelse til palmerne, da belysningen består af store, flade lys i gulvet, der udsender en tyk stråle af lys op i luften. Dette skaber et natmiljø, der med den fascinerende belysning muliggør sportsudøvelser på trods af mørket. Endvidere er lysstrålerne i flere farver, hvoraf den sydlandske stemning kan fornemmes.

*”Jamen, det gør måske sådan at der er mere oplyst, det gør det måske mere trygt om natten, kan man sige.”*

(René, Bilag 10, s. 2)

Når byrummet interagerer med brugerne og reagerer på brugerne på den måde, performer byrummet i sig selv – og endvidere skaber rammerne for performance ved at oplyse brugernes ophold og tilstedeværelse. Dette gør rummet mere levende med bedre rammer for bylivet, og skaber et velfungerende transitrum.

# NORDKRAFT

Nordkraft åbnede i 2009 og ligesom Aalborg Havnefront er Nordkraft et projekt, der vidner om visionen om Aalborg som videns- og oplevelsesby. Nordkraft kobler kultur og idræt, og stedet husere blandt andet spillesteder, teater, art cinema, kunstuddannelse, kunstgalleri, Aalborg Universitets idræts- og humanistiske uddannelseslinier, små virksomheder, spisesteder og DGIs Idrætshus (Nordkraft, 2012). Vi vil dog i dette afsnit fokusere på, hvad der sker både inden for og uden for Nordkraft ved at analysere henholdsvis Turbinetorvet og Teglgårds Plads. Disse er valgt, da vi finder, at rummene i høj grad bruges som medie til at kommunikere det kulturelle programindhold i bygningen.

*”Jamen, det synes jeg er godt, det er godt at man kan bruge en gammel bygning, som symboliserer Aalborg så godt, som den nu gør, at man kan formå at bruge den så man henvender sig til alle folk. Det synes jeg er meget godt.”*

(René, Bilag 10, s. 7)

Nordkraft er en mastodont i bybilledet, og har ligesom havnefronten en stor kulturel og historisk betydning for Aalborg. I mange år stod Nordkraft som et kuldrevet elværk, og spyede røg ud af de høje skorstene, og var således et symbol på Aalborg som industriby. Den er blevet transformeret indholdsmæssigt, mens det ydre står næsten som oprindeligt. I foregående citat udtrykker respondenteren tilfredshed med, at et sådan symbol er blevet genanvendt og åbnet op for borgerne. Med indholdet i bygningen ses tydeligt, at fokuset har været at skabe et kulturhus, som binder nye og gamle kulturinstitutioner, og ikke mindst den folkelige idræt sammen. I citatet nedenfor udtrykker respondenteren endnu engang begejstring for, at der er skabt et rum med et mangefold af aktiviteter og mennesker:

*”...jeg synes også at det virkelig er blevet et godt sted, der henvender sig til mange mennesker, for der er både en masse for unge, og der er koncerter og der er alternative film, og der er steder du kan få mad og få noget at drikke og der er markeder, og der alt muligt, som tiltrækker folk... som tiltrækker alle folk.”*

(René, Bilag 10, s. 7)



## Turbinetorvet

### Det indendørs byrum

Turbinetorvet, som ligger ved hovedindgangen fungerer som en byfælled, der binder de forskellige institutioner og erhverv sammen. Dette byrum adskiller sig fra de øvrige rum, vi har arbejdet med i kraft af, at det er indendørs. I vores interviews, hvor vi spurgte til brugen af de offentlige byrum, lå der en indforståethed mellem os og respondenterne, at godt vejr var en forudsætning for de længerevarende ophold. Da der i Danmark langt fra er godt vejr året rundt, finder vi det relevant også at fremhæve det indendørs offentlige rum, hvor man kan opholde sig i silende regn og kuling.

Michael Mansdotter, leder af Jomfru Ane Teatret i Nordkraft, har udtalt, hvordan han forestiller sig Turbinetorvet som et mangfoldigt rum, og udtrykker således ønsket om et offentligt domæne:

*"Her kan man også få (de unge) 'rødder' fra Aalborg Øst ind og bemande det med det, de nu kan. Og det kan være andre subkulturer – så det ikke bliver et lukket broderskab for husets teatre og professionelle. Vi forpasser en fantastisk mulighed for netop at få synergierne i gang"*

(Mansdotter i Marling et al., 2009, s. 109)

Ønsket om et open-minded rum forsøges således opfyldt ved at indsætte en række aktiviteter i byrummet som eksempelvis markeder og udstillinger. Vi ser blandt andet dette ønske udtrykt på forsiden af Nordkrafts hjemmeside, hvor de i forbindelse med udstil-

lingen af en interaktiv lysavis skriver: *"Skulle du tilfældigvis komme forbi Turbinetorvet, så vend blikket mod loftet og du vil se en interaktiv lysavis."* (Nordkraft, 2012, Bilag 11). Det er her formuleringen, *skulle du tilfældigvis komme forbi Turbinetorvet*, som vi her finder interessant og ordet *tilfældigvis*. I dette ses igen, hvordan der fra Nordkrafts side foreligger et ønske om det offentlige domæne.

*"Ja, for der kommer jo mange mennesker, for der er jo alt det der sports noget, og en masse børn, der går til sport og sådan noget om eftermiddagen, og senere på aftenen, er der de mennesker, der skal ind og høre noget musik eller bare have en øl, eller i biografen eller noget, og dem der skal hente mad, og.. Altså folk kommer der jo af så mange grunde, så det skifter jo også hele tiden, men alle folk kommer der jo med en form for formål, selvfølgelig."* (René, Bilag 10, s. 7)

I citatet afslutter René med at påpege, at besøgene i Nordkraft er formålsbestemte. De besøgende kommer således med en hensigt, hvad enten det er for at gå i biografen eller få en øl. Derfor må vi betegne Turbinetorvet som et single-minded space til trods for, at der foreligger et ønske om et open-minded byrum, hvor attraktionen er mødet mellem forskellige mennesker. Som også Mansdotter udtrykte det i citatet, er det en fantastisk mulighed, de forpasser. Han siger endvidere, at man skal være opmærksom på, at stedet ikke kommer til at fremstå som et lukket broderskab mellem institutionerne.



Turbinetorvet, eget foto



Turbinetorvet, eget foto



Indgang ved Turbinetorvet, eget foto





Dreng på BMX-cykel, eget foto



Gitterværk, eget foto



Cykelstativ, eget foto



Volleyboldbane og klatrevægge, eget foto

Vi har under vores specialeproces flere gange besøgt Turbinetorvet med henblik på at undersøge rummet, og i kraft af, at vores studie har hjemme i bygningen. Da vi besøgte stedet, begyndte vi ubevidst at hviske til hinanden. Vi finder at årsagen til dette var, at det store rum har en rungende akustik som projekterer lyde. I kraft af, at vi stort set var de eneste i rummet, forstærkedes incitamentet til at hviske – vi forsøgte på den måde at være anonyme i det store rum.

En ting er, at der er mennesketomt, en anden ting er at caféer og butikkerne i byfælleden enten er lukkede eller mennesketomme. Vores respondenter besøgte Turbinetorvet om dagen, og vi ved fra egen erfaring, at rummet fremstår mere livligt på en weekendaften, hvor mennesker eksempelvis er ude at spise, til koncert, i biografen eller se en teaterforestilling. Dog finder vi, hvad enten man kommer om aften eller dagen, følges stedernes åbningstider ikke ad – eksempelvis er butikkerne om aftenen lukkede, hvor madstederne er åbne, hvorfor oplevelsen af de mørke og lukkede facader gør, at rummet ikke virker livligt. Denne atmosfære er især noget, der styrkes af bygningens rå og brutale udseende. Det er lys og mennesker, der skal opveje dette udtryk. Begge respondenter, der havde dette rum som undersøgelsesobjekt, beskrev stedet som dødt:

*"4, fint nok at det bliver et kulturhus, men her er lidt dødt."*

(Kristian, Bilag 3, s. 2)

*"Der er ikke så meget underholdning lige på det sted. Her er ret dødt. Der er heller ingen mennesker inde på madstederne."*

(Thomas, Bilag 3, s. 5)

I det tidligere citat fra Nordkrafts hjemmeside, reklameres der for en interaktiv lysavis. Dette er blot en af flere udstillinger, som løbende er at finde i Turbinetorvet. Således bruges rummet som medie for de kulturelle aktiviteter, der foregår i bygningen, og dette mener vi, er medvirkende til at gøre Nordkraft, som kulturinstitution, relevant for borgerne. Når man besøger stedet som udefrakommende kan det virke uhåndgribeligt, at der rundt i den store industribygning arbejdes med kunst.

Artefakter, som er indsat permanent i rummet samt det fysiske design, er holdt på et minimum, for at forskellige kunstperformances kan indtage rummet midlertidigt og installere specifikke udtryk. Således holder man rummet åbent for kunstbegivenheder og midlertidige rumlige iscenesættelser. Vi kan se Turbinetorvet som et lærred, aktører kan projektere deres intentioner op på. Ikke at sige, at det er et tomt lærred – men et lærred, der allerede rummer en mening og information, man kan tilføje ny mening. Dette gør dog at rummet i dagtimerne, når det ikke bliver anvendt til kunstnerisk udstilling, kan fremstå koldt og tomt, da rummet i høj grad tilføres mening i kraft af de sociale og kulturelle begivenheder.



## Teglgårds Plads

På modsatte side af Nordkraft er anlagt, hvad man umiddelbart ville tænke er en parkeringsplads, i kraft af, at det er en stor flade foran bygningen, og at den under omdannelsen af Nordkraft har været brugt således. Nu er der, udover tre handicap p-pladser, parkering forbudt, men man ser dog stadig biler, der forvilder sig ind på området. Vi har også flere gange hørt pladsen omtalt som parkeringspladsen, hvilket vi mener dels skyldes den fysiske udformning og dels dens tidligere funktion. At pladsen fremstår som et ikke-sted i form af en p-plads, kan skabe forvirring om, hvordan man som brugere skal performe i rummet. Også vores respondenter udtrykte forvirring omkring dette:

*"Jeg forstår ikke helt hvad det kan bruges til.. altså, stunts på rampen og volleyball på banen. Men er det en parkeringsplads?"*

(Thomas, bilag 3, s. 7)

*"Men synes sgu ikke man kan tage penge for at opholde sig på en p-plads!"*

((Kommentar til oplevelsesrummets økonomiske potentiale) Kristian, Bilag 3, s. 4)

Visionen for Teglgårds Plads er dog at skabe et rum, der indeholder mange muligheder for brugerne i hverdagen, men også i kraft af samspillet mellem Nordkraft, havnefronten og Karolinelund at være en plads for events og koncerter (Aalborg Kommune, 2012). Vi vil dette afsnit koncentrere os om, hvordan der i hverdagen skabes rum for oplevelser, da den endnu ikke er blevet brugt til store events og koncerter.

Den store åbne flade, der kendetegner rummet i samspil med de indsatte artefakter, viser, at rummet primært er designet til fysiske aktiviteter i hverdagen. Møblelementet er skabt til, at man bevæger sig og leger. Til forskel fra Turbinetorvet, der har til formål at kommunikere de kulturelle oplevelser Nordkraft indeholder, kommunikerer man i højere grad idrætten her på pladsen. Der er på pladsen blandt andet indsat skatebane, volleyballbane og klatrevægge, som vidner om de fysiske aktiviteter Nordkraft også danner rammen for. Selv cykelstativerne opfordrer her til aktivitet, og er udformet således, at man kan hænge sin cykel op. Således søger man med layoutet af pladsen, at stimulere besøgende til at bruge kroppen og at opfordre til kropslig performance.

De designede installationer i rummet ser vi dog som lukkede, og skaber ikke megen rum for fortolkning; volleyballbanen er til volleyballspil, klatrevæggen er til at klatre på og så videre. Man søger således her på pladsen at igangsætte nogle specifikke aktiviteter. Vi mener, at man kan betegne kernebrugerne af dette rum som 'legebarnet', der kommer her i kraft af, at de skal til sportslige aktiviteter i Nordkraft. Med dette in mente, finder vi, at installationer, der giver mere rum for fortolkning af anvendelsesmuligheder havde været positivt. Da vi besøgte stedet mødte vi to drenge på cirka 12 år, der var taget derned for at køre bmx-cykler. De fortalte, at det for det meste kun var dem, der var der, og efter ti minutter på skaterampen forsvandt de igen.

Vores udsendte respondenter forholdte sig relativt fåmælte og negative til dette rum til forskel fra Tur-

binetorvet, de også besøgte. Dette kan dog dels også skyldes, at det var det andet byrum de besøgte, og dermed 'at luften var gået af ballonen'. Følgende har vi indsat begge respondenters svar til Matrice 3 – Sanserne i oplevelsesrummet:

Kristian (Bilag 3, s. 3):

- 4 – der lugter af havn og industri. Det er sgu mandigt!
- 0
- 0
- -5 masser af trafikstøj og kraftig vind, så man skal råbe til hinanden
- 3 fint nok
- 3

Thomas (Bilag 3, s. 7):

1. her lugter af frisk luft fra vandet, men også af bilos fra vejen. 2
2. det smager ikke af noget.. 0
3. 0
4. jeg kan høre larm fra biler og byggeplads1
5. kedeligt. 2
6. kedeligt igen. 1

Der bliver af begge respondenter givet 0 på en skala fra 1-5, samt høresansen, der af respondenteren Kristian bliver sat til minus 5. Der bliver således givet karakter som ligger under den reelle skala, vi bad dem arbejde ud fra. Vi tolker heraf, at vores respondenter ikke havde en god oplevelse på stedet grundet de negativt ladede ord, de knytter til stedet, som *trafikstøj*, *bilos*, *larm fra biler* og *byggeplads* samt *kedeligt*.

Det omkringliggende industrilandskab fungerer som det sceniske element, og den ramme det danner er med til at æstetisere de grå og rå industribygninger, samt byggepladserne. Man bliver på den store plads konfronteret med byggepladsernes støj, vejnettets bilarm og byens flow. På baggrund af vores respondenter må vi dog sige, at generne, som rammen skaber, ikke fordrer til længerevarende ophold.

Volleyballbanen, der er belagt med sand ligger op ad en trafikeret vej, hvilket i høj grad skaber en kontrast. Vi finder denne del af pladsen vellykket grundet det bløde sand, som er kontrastskabende, hvorimod eksempelvis de flytbare cementblokke understreger den hårde omkringliggende stemning. Vi finder, at der designmæssigt er behov for flere elementer, som nedtoner denne stemning, før rummet bliver attraktivt.

Denne analyse af Teglgårds Plads tager udgangspunkt i pladsens *nu-og-her* situation, men hertil vil vi også inddrage fremtidsudsigten for pladsen. Byggeriet ved siden af pladsen, der så småt er ved at tage form, er det omdiskuterede prestigebyggeri Musikkens hus, der skal indeholde koncertsale og huse Aalborg Symfoniorkester og Nordjysk Musikkonservatorium, som vil stå færdigt i sensommeren 2013 (Aalborg Kommune, 2012). På den modsatte side af pladsen er Karolinelund, der i over 70 år har været byens forlystelsespark. I dag er Karolinelund ved at blive omdannet til en offentlig bypark, hvor også Platform4 senere på sommeren vil flytte hen. Således kommer Teglgårds Plads til være bindeleddet. På den måde forestiller vi os også, at rummet bliver langt mere dynamisk i fremtiden. At pladsen står færdig og klar til benyttelse ser vi også



som et symbol på, at området bliver en vigtig del af Aalborg i fremtiden, og endvidere at man på forhånd har taget stilling til områdets udvikling. Et eksempel på dette er det store gitterværk på pladsen, som sandsynligvis ikke kommer i brug som koncertplads i år. Dog står det som et symbol på, hvordan pladsen i fremtiden skal anvendes, og ydermere hvordan pladsen i fremtiden bliver en vigtig del af oplevelsesbyen.

Bygningerne og de offentlige rum indeholdende kulturelt indhold omkring pladsen kommer således til at danne et kraftcenter for kunst og musik. Således har man samlet flere kulturelle arrangementer i byrummet, og skabt en samlet scene indenfor samme område. Det kan diskuteres, hvorvidt resten af byen på den måde bliver drænet, og om dette i sig selv er et negativt aspekt. Eller skaber dette et kraftcenter for kultur, der spejler sig i resten af byen?

På Teglgårds Plads bliver man gjort til beskuer af den industrialiserede Østre Havn, og således kan man på behørig og tryk afstand danne sig forestillinger om, hvad der foregår mellem de mange nedlagte fabriksbygninger og siloer. Vi vil i følgende kapitel bevæge os længere ind i Østre Havn, for at undersøge, hvordan der midt i denne del af havnen er skabt et attraktivt byrum.

# PLATFORM 4

Vi vil i dette afsnit undersøge Platform4, med henblik på at finde ud af, hvordan lokale kræfter i Aalborg anvender byen som medie, og ikke mindst for at undersøge, hvorfor det er vigtigt, at de lokale kræfter deltager i byernes vision om at blive en oplevelsesby.



Parkbar på Platform4, foto: BrkmRibCage2010

*”Den gamle industribygning på Østre Havn i Aalborg danner den unikke ramme om skabelsen af et kreativt miljø, hvor digitale kunstarter udfoldes og hvor spirende virksomheder kan udvikle sig.*

*Dyrkelsen af hybrider mellem kunst, teknologi og kulturarv er oplagt i forhold til at finde nicher inden for oplevelsesøkonomien. Muligheden er specielt enestående, fordi projektet hænger tæt sammen med de øvrige satsninger på området.”*

(Aalborg Samarbejdet, 2010)





Laser-graffiti, foto: Andersen



Projektion ved festen Ravelution, foto: Nautrup



Sail-in bio, foto: Andersen

Foregående citat beskriver baggrunden for projektet Platform4, hvis overordnet målsætning er at skabe et kreativt miljø med fokus på kultur, kunst og teknologi. Det er Aalborg Kommune, der har faciliteret rammerne for at der kan forekomme en bottom-up udvikling. De har givet området til brugerne selv og lade dem skabe byrummet i stedet for at benytte en top-down planlægning baseret på kommunens egne visioner. Huset, Platform4 befinder sig i, er et nedlagt kornlager. Det er ved hjælp af lokale kræfter i form af frivillige ildsjæle blevet detourneret og nyfortolket til et performativt hus, der i flere henseender gør brugerne til medskabere og skaber aktiviteter og byliv.

Navnet Platform4 er sammensat af adressen Raps-gade 4 på Østre Havn og stedets funktion som platform for kunst og teknik. Således anvender projektet sin kontekst og identitet i det image, der udsendes til brugerne. Det er et kulturelt eksperiment, startet for en fireårig (2008-2012) periode af Aalborg Kommune, Aalborg Universitet, en privat bygherre og den kreative klasse. Det er en bred platform, der består af arrangementer fra forskellige kunstneriske genrer – det specielle er dog, at arrangementerne er tilsat teknologiske elementer. Det spænder vidt fra værksteder til udførelse af kunst, musik, fester, kunsthøjsninger, eksperimenter og mere. Platform4 drives til daglig af to ledere, som er fuldt ud afhængige af frivillige, der engagerer sig i planlægningen og afholdelse af arrangementer. Det er et bottom-up princip, hvor brugere kan melde sig som frivillig og på den måde have indflydelse

på Platform4's indhold og være medskabende i dets identitet. De frivillige kan tillægge projektet mening og på den måde også deres egen identitet i form af indhold. Selvom det er et faciliteret rum, der arbejder indenfor visse rammer givet top-down, er det bottom-up ledelse, hvor brugerinvolvering og –medskabelse er et vigtigt fundament for projektets eksistens. Platform4 skelner på den måde ikke mellem publikum og udøvere, hvilket giver brugerne mere indflydelse og medstyring og skaber en følelse af medejerskab.

Det store udbud af teknologiske arrangementer gør Platform4 til et enestående kulturprojekt i Aalborg, og til en relevant case for specialet. Platform4 formår at skabe et mangeartet program, der har til formål at ramme en bred målgruppe. Til trods for dette, er mange arrangementer stadig henvendt til den kreative uddannelsessektor i Aalborg, og dette ser vi tydeligt på den målgruppe, der anvender lokalerne – det er hovedsageligt universitetsstuderende, der gør brug af de faciliterede rammer såsom kontorplads, café og så videre. Platform4 præsenterer sig selv ved at brugere i princippet kan komme ind fra gaden og direkte være med i beslutningsprocesser, men det kan diskuteres hvorvidt den gruppe, der gør brug af Platform4 fungerer som et lukket samfund – en lilleby, så at sige. Der skabes et fællesskab omkring Platform4, og består af flere faste brugere, der har et nært kendskab til hinanden. Dette kan virke afskræmmende for den nye bruger, der ikke har et kendskab til fællesskabet.



## Layoutet

Platform4's nuværende bygning er et gammelt kornlager fra industritiden. Facaden er bevaret, men det indvendige er blevet transformeret. Det består af to etager, hvor den nederste etage udgøres af et stort, tomt betonlager delt i to, nemlig Hal1 og Hal2. Der foregår flere arrangementer i Hal1, mens Hal2 fungerer som et lager for byggematerialer og så videre. På denne etage er også en selvbygget café med tilhørende loungeområde og endvidere et elektroniklager og toiletter. Indretningen er en sammensmeltning af de forskellige frivilliges input, men i samspil med rummets ånd. Det kolde og grå beton er bevaret, men i kontrast er farverige elementer såsom sofaer og stole. Husets tradition og fortælling er på den måde bevaret ved brug af skellet, men husets indhold er transformeret i takt med den nye fortolkning og brug af rummet.

Den øverste etage kaldes Rooftop, og består til forskel fra 1. etage ikke af beton, men af træplader. Dette giver rummet en anderledes stemning – det virker mere varmt end det kolde, grå beton. Denne Rooftop anvendes som kontorarealer, hvor kreative entreprenører kan ansøge om et gratis areal, der er symbolsk inddelt ved farvet tape. Brugere af dette rum skal arbejde inden for rammen kunst og teknologi, hvilket indsnævrer målgruppen og Platform4's ånd om, at alle brugere er velkomne. Der skabes på den måde en distance i dette rum mellem publikum og aktører, hvor publikum ikke er medskabende i dette aspekt. De brugere, der falder inden for rummets målgruppe, er til gengæld

medskabere af rummet og dets indhold, og der skabes en samhørighed og et fællesskab – dog et fællesskab, der fungerer som lillebyen. Der skabes et fælles grundlag for mødet med ukendte mennesker i dette rum, men i og med, at der arbejdes indenfor samme felt, og endvidere at brugerne skal ansøge om et areal, skabes der også et ekskluderende brugersegment, der ikke kan anvende rummet. Platform4 forsøger at skabe et open-minded space ved indretningen og visionen for rummet, men der er for brugerne kun én hensigt med stedet, – et arbejdsareal – hvorfor rummet fremstår som et single-minded space.

*"Platform4 is a non-profit organisation, in which users are invited to join in on shaping content within the art and technology frame [...]"; "The public is always invited inside to satisfy their curiosity, drink coffee in the café and enjoy concerts, exhibitions, innovative projects and much, much more."*

(Platform4, n.d.)

Platform4 beskriver selv i citaterne, at brugere er inviterede til at deltage i udformningen af indholdet, dog indenfor en temaramme. Ligeledes skriver de, at offentligheden altid er inviteret indenfor. Der opstår en tvetydighed i de forskellige citater, og vi tolker det således, at Platform4 har to målgrupper: en målgruppe af deltagere og en målgruppe af publikum. Dette ses

også i opdelingen af etagerne, hvor der foreligger en forskel. Første etage fungerer som et offentligt domæne, hvor der er åbent for publikum, og anden etage fungerer som et privat område, der er åbent for deltagergruppen.

Det kan diskuteres hvorvidt denne forskel på målgruppen også gør, at Platform4 ikke fremstår som en stor succes udenfor den snævre deltagergruppe. Ingen af respondenterne ved Oplevelsesmatricerne nævnte eller valgte Platform4 som undersøgelsesobjekt, heller ej i de foretagede interviews. Vi stillede et spørgsmål omkring kendskabet til Platform4 direkte til respondenterne Pernille, hvortil hun svarede:

*"Nej, det kender jeg ikke. Der har jeg ikke været."*

(Pernille, Bilag 9, s. 7)

Platform4's placering er ikke et synligt område, og det virker lidt 'gemt væk'. Der er ingen synlige forbindelser, hverken veje eller stier. Dette betyder, at brugerne skal kende placeringen i forvejen, hvorfor det ikke er et sted, man spontant støder på. Dette påvirker Platform4's status som et offentligt rum, der er åbent for den brede offentlighed. Placeringen og Platform4's snævre målgruppe influerer projektets identitet og gør stedet til et single-minded space, hvor brugerne har en entydig hensigt med rummet – om det er arbejdsareal, arrangementer eller lignende. Brugere kommer med et formål - omend det er forskellige formål, er det ikke

de deciderede forskellige anvendelsesmuligheder, der er i fokus.

Platform4 forsøger dog at trodse deres placering, som er hinsides og ikke synlig, ved at projektere forskellige arrangementer og andet relevant op på de store silobygninger, for derved at gøre sig synlige i bybilledet, hvilket vi vil berøre i følgende afsnit.

## Industriromantik

Platform4 gør brug af de udendørs arealer i forskellige henseender. De råder over flere arealer og deriblandt et havnebassin, der anvendes som en scene for sociale begivenheder. Som ved havnefronten, er vandet også en stjerne for Platform4. Der eksisterer en blanding af det rå i form af de industrialiserede elementer i området og det fine i form af vandet og den idyl, det skaber. Vandet tilkendegiver Platform4's placering ved Østre Havn, og fungerer som en tiltrækningsfaktor i især sommerhalvåret. Der bades ikke i havnebassinet, men vandets funktion udnyttes på andre måder. Platform4 transformerer havnebassinet til en scene for performative begivenheder, såsom Parkbar og Sail-in bio.

## Parkbar

Parkbar er en åben begivenhed, hvor rekreation er i fokus. Det er en attraktion i sommerhalvåret, hvor der er live musik i form af Dj's og rappere, og endvidere er

der en bar, hvor der sælges forfriskninger. Ved Park-bar indretter Platform4 havnebassinet med udrullede græsbaner og havemøbler. Der bliver skabt et rekreativt rum, hvor brugerne kan nyde underholdning i form af musik og observere vandet og aktiviteterne. Der skabes et miljø, hvor brugerne kan møde andre mennesker, bruge sine sanser og interagere direkte med omgivelserne. Æstetiseringen af området skaber en kontrast mellem det rå og kolde beton, der hersker i områdets store industribygninger – brugen af græsset symboliserer det naturlige, blødere miljø, Platform4 forsøger at skabe i dette arrangement. Forskellige sociale grupper har en grund til at komme til dette arrangement, da dets karakter fremstår som bred. Men som tidligere nævnt, er der flere faktorer der viser, at det er en entydig målgruppe, der anvender Platform4 – den kreative klasse. I dette arrangement er der ligeledes faciliteret nogle oplevelser i rummet ved musikken, og endvidere givet ledetråde til brug af rummet ved hjælp af græs og møblement, der indsnævrer de uforudsete anvendelsesmuligheder og begrænser de spontane aktiviteter. Rummet benyttes i denne kontekst til et formål af en rekreativ karakter, hvorfor det i denne ånd fungerer som et single-minded space.

## Sail-in bio

Sail-in bio ved havnebassinet er en nyfortolkning af det gamle drive-in biografformat. Dette arrangement nyfortolker industriarkitekturen, der er ved Østre Havn, og giver det en ny fortælling. Kombinationen af brugen

af industribygningerne og vandet skaber en scene, der performer i bybilledet. Det er foregået på den måde, at brugerne sejler ind blandt de høje gamle siloer i havnebassinet, enten i egne joller eller lystbåde, eller i lejede vandcykler fra Fårup Sommerland, der i denne kontekst samarbejdede med Platform4. På en af industribygningerne bliver film projekteret op på et 108 m2 stort lærred tre aftener i træk. Filmene kan også opleves fra kajkanten. Dette gør, at de, der ikke har mulighed for sidde i en båd, også har mulighed for at deltage. Brugergruppen bliver på den måde bredere.

Som det ses på billedet på s. 104, gjorde arrangementet sig synligt i bybilledet. Endvidere påpeger denne anderledes brug af bygningerne et enkelt designindgreb, der viser kvaliteterne i rummet. Platform4 har i denne kontekst fortolket egen mening i rummet og anskuet byrummets arkitektur og design som en åben tekst for betydningsproduktion, der videreformidles til publikum via projektioner. Brugeren agerer inden for og sammen med de nye kontekstuelle rammer, Platform4 har iscenesat ved at reagere herpå – ved at 'se filmen'. Platform4 formår at bruge rummet som medie og som betydningsproducent, der giver brugeren en unik oplevelse, der integrerer og sætter alle sanser i spil. Oplevelsen er original og autentisk, fordi den er bestemt af tid og sted, og fordi den er, hvad den udgiver sig for at være. Platform4 gør i denne kontekst publikum og bybilledet opmærksomme på et mulighedsfelt for fortolkning og ukonventionelt brug af faciliterede rum. Denne retoriske iscenesættelse peger performativt gennem filmen på en brugerinddragende

proces og udstikker en retning for anvendelse. I og med, at den iscenesættes æstetisk, opstår der et mulighedsrum mellem rummet og brugeren, hvor rummet åbnes for mulige betydninger og forskydninger.

Det er arrangementer som Sail-In bio, der gør Platform4 til et offentligt domæne, i modsætningen til rummet Rooftop, vi definerer som en lilleby. Arrangementet åbnes op for befolkningen, brugerne er mangeartede, og der er forskellige formål for deltagelse – det er et mangfoldigt domæne. Brugen af facaderne og resterne fra industritiden bibeholder fortællingerne om Aalborgs tidligere brug, men genfortolker en moderne fortælling, hvor der skabes samspil mellem det gamle og det nye.

Platform4 gør også brug af facaderne ved flere arrangementer, hvor de eksempelvis projekterer titler op på de pågældende arrangementer, der foregår i huset. På den måde performer området i bybilledet, og skaber synlighed og opmærksomhed. Dette gør, at flere brugere tiltrækkes, samtidig med at udtrykket i byrummet skaber en merværdi. Endvidere bliver rummet anvendt som en scene for formidling af arrangementerne.

# BROOKLYN NIGHT BAZAAR

Brooklyn Night Bazaar er et tilbagevendende arrangement i downtown Brooklyn, New York, hvor grupper af lokale kunstnere, designere, musikere og kokke går sammen for at skabe et mangefold af aktiviteter for et publikum. Vores analyse af Brooklyn Night Bazaar stammer fra eget besøg i oktober 2011, hvor det blev det afholdt midt i en containerfyldt byggeplads.

## Vision

Brooklyn Night Bazaar har som vision at skabe et event, der skifter lokation i hele Brooklyn. Det har til formål at støtte de små forretninger og entreprenører ved at have salgsboder, hvor de kan præsentere og sælge deres produkter. Ydermere skaber de en scene for musiktalenter, der kan udfolde sig foran et ivrigt publikum. Til forskel fra Platform4, der var et permanent midlertidigt rum, opstår dette rum for en langt kortere periode – nemlig en weekend. Begge rum ar-



bejder dog med 'i-mellemtiden-brugere', der udnytter disse ikke-steder; altså oversete og ikke-anvendte rum i byen. Den lokale forankring i projektet er ikke til at overse, og det midlertidige rum har til formål gøre Brooklyn attraktivt og støtte det lokale marked.

## Et public domain

Ligesom Platform4 er placeret i en industrihavn, er også her i et byrum som indeholder en liminal og industrialiseret karakter. Da vi besøgte det, blev det afholdt på en plads med en masse containere, der var placeret rundt omkring. Det karakteristiske ved Brooklyn Night Bazaar er, at det i realiteten er et single-minded space, i og med at der er et bestemt formål med rummet, nemlig at promovere Brooklyn som by. Rummet er dog ikke af en monofunktionel karakter med en entydig hensigt med benyttelsen af stedet, men indretningen giver plads til spontane og uforudsete oplevelser. Det er designet således, at der er forskellige anvendelsesmuligheder med forskellige formål, og således af en multifunktionel karakter som et open-minded space. Rummet fremstår tredelt: en del forbeholdt musikeoplevelser med en scene, bar og toiletter, en anden del forbeholdt mad- og drikkeoplevelser, med flere madboder og centrerede lange træbænke, og en tredje del forbeholdt de forskellige boder og produkter.

Koncertområdet er indrettet på sædvanlig vis med en scene og en bar i hver ende. Det karakteristiske er, at

der langs den ene side er åbne containere, hvor der er indsat bænke og borde, så tilskuerne kan sidde ned og nyde musikken. På den måde kan der også opstå møder med ukendte mennesker. Mad- og drikkeområdet er indrettet med lange træbænke, der er placeret i forlængelse af hinanden. Dette skaber et fællesrum, hvor maden nydes side om side med andre mennesker, hvilket skaber en scene for møder med ukendte mennesker. De forskellige boder, hvor de lokale produkter sælges, er indrettet åbne, så brugerne kan snakke med sælgeren og andre brugere, og med produkterne er der skabt et fælles grundlag for mødet. Et karakteristisk træk, vi finder interessant, er indretningen af alle boderne, der ikke skaber en naturlig gennemgang for brugerne, men stopper abrupt på den måde, at der ikke er gennemgang ind til mad- og drikkeområdet, men derimod opdelt ved hjælp af containere.

Det oprindelige rum, byggepladsen, kan karakteriseres som et ikke-sted, der hverken faciliterer interaktion eller kommunikation, og endvidere et sted uden en symbolsk eller historisk betydning – det er upersonligt. Det fremstår som et tomt lærred, der midlertidigt bliver transformeret til et open-minded space, og får tilført en identitet og merværdi i byrummet. Det bliver et offentligt domæne på et single-minded space, der før kun havde en entydig hensigt, og en ramme for interaktion mellem enkeltpersoner og grupper. På den måde bliver det også en scene for kulturelle møder og social udveksling, og forbinder kultur med erhverv.

Brugerne har flere anvendelsesgrundlag og forskellige formål med Brooklyn Night Bazaar. Mangfoldigheden og de tematiserede rum indsat på pladsen fremstår som helhed som et offentligt domæne af flere komprimerede rum. Endvidere skabes der et fællesskab, som også navnet antyder, omkring byen Brooklyn som helhed. Derfor kan det også kategoriseres som et snævert byrum, hvor brugerne genkender hinanden som en del af samme gruppe. Dog er Brooklyn kendt som en smeltedigel af nationaliteter, og derfor en mangfoldig gruppe af mennesker, hvilket også afspejlede sig i bazaren.

## De æstetiske rammer

Stedets historie og symbolske betydning var ikke til stede. Derimod forstod vi området som en byggeplads eller et opbevaringsområde på baggrund af de mange containere, der var i rummet. Brooklyn Night Bazaar havde via æstetisering af containerne og inddragelse af dem i møblementet, fremstillet stedets historie og funktion som en fortælling med en nyfortolkning. Containere fremstår rå og industrialiserede, men i denne kontekst skabte de et industriromantisk miljø, da de blev brugt på anden vis end normalt. Containerne skabte en naturlig afgrænsning af stedet, og var en del af indretningen af rummet. De var i denne kontekst multianvendelige; lydmanden havde sit udstyr på to containere, der var stablet ovenpå hinanden, en lokal sælger havde udstillet sine produkter i en anden

container, der var åbnet op og fungerede som et rum i rummet og flere lokale kunstnere havde udstillet deres lyskunstværker og anvendt containerne som lærred.

Ved brug af containere som indretningsmøblement, bliver der skabt en helt særlig atmosfære, der ikke alene udtrykker den liminale karakter og brugen af det midlertidige rum, men også et autentisk udtryk i form af byrummets identitet. De æstetiske oplevelser der er i rummet giver brugerne mulighed for en sansemæssig indlevelse. De kunstneriske udstillinger på containerne bidrager ikke alene til synssansen, men også til rummets nye identitet ved at fremvise lokale stemningsfyldte værker. Billedet på side 113 viser et af kunstværkerne, der forestiller en kortfilm af en efterårsdag i en have, hvor tøj hænger til tørre. Denne blev projekteret op på et lærred, der mest af alt ligner et lagen på en container. Denne er med til at skabe en dybde i rummet, og udstråler harmoni og idyl. Kortfilmen er udstillet i den del af rummet, hvor musikscenen og en bar er indrettet, og står dermed i kontrast til den høje og "støjende" musik. Containeren bliver på den måde genanvendt på anden vis end normalt, og den bliver detourneret til et kunstværk, der bidrager til en merværdi i rummet. Ydermere anvendes containeren som et medie til at formidle en kontrastfyldt stemning, og bruger derved rummet anderledes i konteksten: containeren anvendes som strategi til at forandre det eksisterende – både det fysiske, æstetiske miljø, men også det psykiske i form af det stemningsskabende aspekt.

Derved opstår der en situationistisk performativitet, hvor det fysiske rum har indvirkning på det liv, der anvender rummet og vice versa.

Andre kunstværker på containerne, var, som billedet nederst til højre viser, lyskunstværk forestillende mennesker siddende på toppen af flere containere. Den liminale karakter æstetiseres ved disse figurer, der på en sjov og finurlig måde bidrager til den sansemæssige indlevelse, og gengiver hvordan containerne bliver transformeret til lærred frem for deres egentlige funktion. Det skaber også et miljø, der gengiver liv i rummet – det oplyser områder, men omformer også det æstetiske miljø ved at skabe og gengive byliv, hvor mennesker sidder og dvæler og observerer aktiviteterne. Dette er et gennemgående tema for rummets brug, der afvikles fra at være en containerfyldt, industrialiseret byggeplads til en byscene for sociale begivenheder og marked. Der er et gensidigt samspil mellem de digitale aktiviteters påvirkning på rummet og det levede liv.

Rummet er fysisk et privat område, der drives af en afsender. Afsenderen har faciliteret rummet, men på en

måde så det fremstår ukontrollerbart og brugerne af rummet skaber 'egne' oplevelser. Dette karakteriseres blandt andet ved, at brugerne kan tilvælge musikoplevelsen (mod betaling), eller undvære denne og komme gratis ind til de andre oplevelser. Endvidere er der mulighed for at købe lokale produkter såsom mad, drikke, tøj, smykker og så videre, hvorfor brugeren selv tilrettelægger sin oplevelse. Det er også muligt for brugeren at dvæle og observere aktiviteterne i rummet.

Selve byggepladsen er afspærret af blandt andet hegn og containere, hvorfor det for brugere, der ankommer spontant til området, er som et hemmeligt sted. Vi oplevede en meget lang kø, da vi skulle ind i rummet, og i tiden i køen fik vi små kig ind til pladsen. Dette skabte en forventningsglæde og en aura af mystik. Dette afspejles også i eventens identitet omkring den skiftende lokation, der påvirker den hemmelighedsfulde atmosfære. Som det afledes af navnet Brooklyn Night Bazaar, bliver eventen afholdt sent på aftenen, hvor solen er gået ned, og der er mørkt. Dette bidrager også til den mystiske aura, men påvirker også hele oplevelsen - der lægges mere op til fest.

Indgang til Brooklyn Night Bazaar, foto: ukendt



Lærred med video på container. Eget foto



Lysmænd på containere. Eget foto



# MINI GETAWAY STOCKHOLM

Bilfirmaet Mini lancerede d. 31. November 2010 et augmented reality spil i byen Stockholm. Vi har indtaget denne case, da vi finder, at spillet er en digital oplevelse, der har fokus på brugerinvolvering og indeholder et medskabende aspekt. Endvidere anvender spillet byrummet som medie, og skaber en scene for performativitet.

## Vision

Visionen med spillet var først og fremmest at promovere en ny bilmodel; Mini Countryman. Spillet foregik ved, at brugerne downloadede en applikation til en smartphone, der via gps viste en virtuel Mini Countrymans placering. På bykortet blev alle de deltagende spilleres placering også vist, og det var derfor muligt for brugeren at være opdateret med både den virtuelle bils og de andre spilleres placering. Det var ikke en ægte bil, der var spillebrik, men en virtuel bil, der kun-

ne 'fanges' ved at være indenfor en radius af 50 meter af dens placering. Dette foregik ved, at der automatisk på applikationen fremkom en knap, hvorpå bilen kunne fanges, når spilleren var indenfor den virtuelle bils rækkevidde. Den virtuelle bil kunne fanges og stjæles fra alle spillere, hvorfor spillet også handlede om at komme i sikkerhed, når bilen først var fanget – hvilket skabte nogle udfordringer, da der indenfor den virtuelle verden ikke er grænser mellem private og offentlige rum. Det vil sige, at selve spillefladen var i 'den virkelige verden', altså Stockholm, men foregik virtuelt via en applikation på telefonen. Spillet varede i syv dage, og spilleren, der den sidste dag kl. 17.00 havde den virtuelle bil, ville vinde en virkelig Mini Countryman. Ud over hovedpræmien var der hver dag i den uge, konkurrencen foregik, en præmie til den spiller, der havde fanget den virtuelle bil kl. 20.00. Denne præmie bestod af en uges forbrug af en Mini Countryman.

## Byen som scene

I byrum og offentlige rum er det vigtigt, at der ikke hersker en orden – en autoritet, der har planlagt rummets brug, men nærmere en forestilling om brugen. Der er fra byplanlæggere og arkitekter særlige intentioner, der lægger op til bestemte handlingsmønstre og brug. I denne kontekst har Mini som afsender ikke decideret planlagt rummets brug, men faciliteret nogle rammer og regler, der antyder brugen af byen som scene. De har bestemte intentioner vedrørende spillets indhold, men kan ikke planlægge spillets udfoldelse, da det afhænger af spillernes træk. Byens rum er derfor multifunktionelle, og det handler for spillerne om at udtænke strategier, som tager hensyn til nærmende fjender, men også at fange bilen fra andre spillere. Der er på den måde rum for social udforskning og brugerinvolvering, hvor individerne i høj grad er medskabere af indholdet. Spillet anvender Stockholm som spilleplade, og transformer byrummene til en stor legeplads. Stockholm bliver til en scene for performative og sociale begivenheder, og som medie til formidling af den nye bilmodel. Brugere skal performe og på den måde være medskabere af spillet. De prædeterminerede byrum bliver for en stund detourneret til en legeplads med plads til spillernes udfoldelser og identitetsudvikling.

Spillet er en begivenhed i byrummet, som ophæver forholdet mellem tilskuere og skuespillere, og giver mulighed for at se andre indtage byrummet. Hvor skuespillerne er de aktive deltagende spillere, er til-

skuerne til stede både i den fysiske og den virtuelle verden. Selvom ikke alle byens beboere deltager aktivt i spillet, deltager de som publikum til de andres udfoldelser – ikke alene ved at betragte aktiviteterne fra gaderne eller vinduerne, men også via en hjemmeside for spillet, der foretager live opdateringer og viser den virtuelle bils placering. Dette skaber også et nationalt publikum. Ved at skabe en sådan scene i byrummet, sker der også en udveksling af perspektiver fra forskellige grupper. Spil, der normalvis er forbeholdt de private hjem, er rykket ud i en anden kontekst – det offentlige rum. På den måde kan andre grupper, der normalt ikke er bekendt med den slags spil, opleve og erfare en anden kultur, og endvidere udvikle egne synspunkter. En ældre herre, der deltog i spillet, udtaler hvordan han strategisk tog sit SIM-kort ud af sin telefon for at gøre sig usynlig, for derefter at nærme sig den virtuelle bils placering og fange den:

*"I removed my SIM card and went to it [red.: den virtuelle bil]. Then I put the card back and took it."*

(Ukendt mand, 2010, Mini Getaway Stockholm)

I den fysiske verden er det menneskerne i Stockholm, der ikke er aktive, men observerer spillet. Dette kan være positivt, men også negativt, hvis det skaber forstyrrelser i den daglige brug af byrum – eksempelvis kan det være til gene for trafikken, hvis spillere løber på vejen, eller hvis de forstyrrer en hyggelig stund i parken. De ikke-aktive tilskuere kan også være en stra-

tegisk spillebrik i byrum, der kan anvendes af spillerne som hjælp. Byrummet bliver anvendt som et medie, der skaber et brud mellem scenen og publikum – publikum bliver i denne kontekst til medskabere, og på scenen bliver der iscenesat møder mellem forskellige heterogene grupper af mennesker. Det skaber et mangfoldigt domæne i et offentligt rum, der på en eller anden vis i forvejen er iscenesat. Spillets strategi forandrer de eksisterende byrum til en spilleplade, og en situationistisk performativitet opstår. Både applikationen og hjemmesiden indeholder bykort, der viser subjekternes bevægelser i form af den visuelle bils rute, og endvidere de andre spilleres placeringer. Bevægelserne gennem omgivelserne bliver anderledes end de vante, nyttige forbindelser, da det handler om at komme væk fra sine fjender eller nærme sig den virtuelle bils placering. De spontane retningsmønstre er således drevne af individernes oplevelser, lyst og strategier. Den digitale aktivitet har på den måde indvirkning på det urbane miljøes identitet i form af subjekternes færden og anvendelse, samt byrummenes midlertidige transformation og meningsindhold.

De offentlige rum, hvis funktioner er mangeartede, bliver i spillets levetid detourneret til byrum af andet formål end normalt. Forskellige sociale grupper i Sverige har grund til at opholde sig i byrummene og der er mulighed for at støde på andre med en anderledes social eller kulturel baggrund på grund af spillets brede tiltrækningsfaktor. Der er plads til overraskelse og refleksion i form af spillernes træk og handlinger, og den individuelle spiller bliver tvunget til at tage stilling til byrummenes nye funktioner. Det er brugerne som

publikum, der bliver opfordret til at indtage scenen for at performe og interagere i byrummet. Dette skaber mulighed for tilskueren at skabe sit eget oplevelsesrum ved den virtuelle bil som et iscenesat stimuli, og i høj grad en kropslig og sanselig performativitet, da deltagerne løber, gemmer sig, udtænker strategier og tænker byrummene på en anderledes måde. De tvinges til at tage stilling til byrum – hvor er det nemmest at komme til, hvor kan jeg være i sikkerhed og så videre. Dette udfordrer de eksisterende rum, og menneskernes handlinger bliver interessante. Spillet tiltrak mange mennesker, og der var over 11.000 deltagere (MiniGetAwayStockholm, 2010). Det kan diskuteres om det høje deltagerantal var grundet hovedpræmien, eller selve spillets tiltrækningskraft. En spiller udtaler:

*”This is GTA for real. It’s the future”*

(Ukendt, 2010, Mini Getaway Stockholm)

GTA (Grand Theft Auto) er et bilspil, der blandt andet indebærer at stjæle forskellige biler og undgå autoriteter i form af politiet. I denne forbindelse er der paralleller mellem Mini Getaway spillet og GTA, hvilket kan betyde, at mange spillere deltager af en interesse i GTA-spillet og udlevelse af en fantasi. På trods af de individuelle spilleres forskellige motivationer for at deltage, har de samme interesse i at være på samme sted – det er funktioner og et fælles mål, der tiltrækker alle spillerne. På den måde bliver de mangeartede byrum til et snævert byrum, i og med at deltagerne genkender hinanden som en del af den samme gruppe; spildeltagere – selvom de individuelle spillere også er fjender i konteksten.

Brugergruppen består ikke kun af unge mænd, der normalt forbindes med denne genre af spilarter, men af en diversitet af mennesker på tværs af køn, alder og baggrund. En anden deltager, også en ældre herre, udtaler sig om deltagelse i spillet, selvom han befandt sig på sin arbejdsplads (Minigetawaystockholm, 2010). På den måde bliver grænserne mellem det private og det offentlige udvisket ved hjælp af teknologi, og der bliver skabt en spillerflade på tværs af hele Stockholm.

## Begivenhedens performance

Begivenheden er iscenesat af en tydelig afsender, der skaber brugerinvolvering ved at lade spillerne være medskabere af ”værket”. Vi kategoriserer spillet som en happening, der gør alle spillerne til skabere og medaktører ved at overlade scenen til publikum. I samme ånd som Fluxus-bevægelsen (se side 62), kan spillerne selv udfylde egne meninger indenfor den ramme, Mini som afsender skaber ved eksempelvis at udtænke strategier. De trækker på virkemidler i lighed med dem, Fluxus anvendte, ved at give en simpel instruktion, der overlader det til deltagerne at udføre værket. Dette skaber en helt ny historie om byen, da de mange deltagere påfører rummet identitet. En deltager udtaler i den forbindelse hvordan et fælles mål og interesser skaber et sammenhold på anden vis:

*”Stockholm will become an entirely new city.*

*This game has united us. It’s so social.”*

(Ukendt, 2010, Mini Getaway Stockholm)

Som i citatet, får Stockholm en ny historie og identitet i spillets levetid. Det er dog på et andet plan end i den virkelige verden, da det er gennem den virtuelle verden det fremkommer. Den fysiske virkelighed ændrer sig ikke, men den får en ny betydning i forlængelse af spillets rammer og deltagernes indvirkning – byrummene opleves og anskues ikke på samme måde i den fysiske og den virtuelle verden.

Blasertheden mellem storbyboerne bliver i ugen nedbrudt, og som en del af spillet kommer man tæt på ukendte mennesker. Selvom dette ikke indebærer udvekslinger af ideer og synspunkter, da spillerne strategisk skal have lang distance fra sine fjender, når først bilen er blevet fanget, skaber det et socialt fælles grundlag. Dette skaber ligeledes grobund for møde mellem ikke-aktive deltagere, altså observatører, hvilket også ses ved at mere end 100.000 mennesker omtaler spillet på de sociale medier (MiniGetAwayStockholm, 2010). I den fysiske verden skaber det også et fælles grundlag for møde med ukendte mennesker, da man har Stockholm som kontekst. Som grænserne bliver udvisket mellem de private og offentlige rum, bliver grænserne mellem den virtuelle by og den fysiske by også udvisket – via live-opdateringer på hjemmesiden kan publikum på den anden side af jorden befinde sig virtuelt i Stockholm. De mere end 100.000 mennesker, der omtaler spillet på sociale medier, tyder på, at der sker en social og kulturel udveksling i cyber space, og således bliver også et offentligt domæne skabt på internettet.



# HOMELESS HOTSPOT



Hjemløs Hotspot, Foto: Sklar

Herhjemme er det kendt i bybilledet, at hjemløse mennesker står på udvalgte steder og sælger avisen *Hus Forbi*, hvoraf en del af prisen går til sælgeren. Dette bybillede kan ses mange steder rundt i verden, eksempelvis i velgørhedsorganisationernes højborg USA, hvor der findes talrige udgaver af konceptet. En meget omdiskuteret udgave er *Homeless Hotspot*, lavet i forbindelse med South by Southwest (SXSWi) art and tech festival i Austin, Texas, hvor hjemløse fungerede som omvandrende menneskelige routere.

Som et moderne alternativ til at sælge aviser på gaden, havde reklamebureauet BBH Labs udstyret 13 hjemløse med Wifi-udstyr og T-shirts med deres navn: *"I'm Clarence, a 4G Hotspot."* (Wortham, 2012). De del-

tagende fik hver udbetalt 20 dollars om dagen samt penge doneret af netbrugerne. BBH Labs udtaler, at de ikke selv har tjent penge på projektet, men at det er iværksat ud fra at skabe opmærksomhed omkring de hjemløses situation, samt give et moderne bud på, hvordan hjemløse aviser kan følge med smartphone-generationen (BBH Labs, 2012). Vi finder, at projektet grundet sit teknologiske indhold er medvirkende til at detournere billedet af hjemløse som værende tabt af den teknologiske udvikling, til at være den teknologiske udvikling, ved at gøre dem til gateways for internettet på en tech festival.

Projektet skabte stor debat i USA. En blogger for magasinet *Wired* beskriver projektet således: *"something*

*out of a darkly satirical science-fiction dystopia."* (Carmody, 2012), mens den hjemløse Mark, der deltog i projektet, kalder projektet for *"awesome"* og udtaler, at det hjælper til at aflive stereotypen af hjemløse, som nogle der ikke vil arbejde (Mitchell, 2011). Hertil var en af årsagerne til at projektet skabte røre, den mindre heldige retoriske fremstilling af de hjemløse, som var iført t-shirts, hvorpå det stod: *"I'm a 4G hotspot"*, som lidt flabet sagt skulle have heddet – *jeg er et menneske med et 4G hotspot*. Kritikerne mente, at denne formulering degraderede de hjemløse til en teknologisk foranstaltning. Vi ser dog mere formuleringen som et detournement af den hjemløse, for udover at hotspot betyder et sted med trådløst internet, knytter der sig også andre betydninger til ordet som blandt andet frit oversat et hipt sted eller et brændpunkt.

På forsiden af *Hus Forbi* fra marts, samme tidspunkt som *Homeless Hotspot* fandt sted, spørger de i deres overskrift: *"Hjemløse hitter – interesse eller modedille?"*. I avisen tager de fat på den stigende interesse for hjemløse indenfor mode- og mediebranchen og fremsætter spørgsmålet: *"[...] er der tale om reelt engagement og interesse eller kold kalkule i, hvad vi har brug for at identificere os med, mens finanskrisen raser?"* (Höegh, 2012, s. 9). At brancher anvender hjemløse, mener vi, er et positivt tegn på en udvikling, hvor der skabes fokus på de udsatte. Dog finder vi, at flere virksomheder bruger de hjemløse til at styrke brandet ved at tilføre autenticitet, rebelsk identitet, og som et brand, der gør en forskel – værdier som også bliver anvendt ud fra en markedsorienteret kalkule. Hvad svaret på spørgsmålet er i forbindelse med BBH Labs projekt, kan vi kun gisne om. Vores fokus ligger på,

hvordan projektet skaber en relevant oplevelse.

De hjemløse har altid været en del af gadebilledet i de større byer, men de har for mange været en gruppe, man prøvede at undgå at skabe kontakt til. De hjemløse hotspots finder vi først og fremmest er med til at anerkende deres eksistens, idet de bliver gjort synlige. Debatten har ligeledes været medvirkende til at skabe opmærksomhed på deres tilstedeværelse. Til forskel fra hjemløse aviser, hvor købsituationen kan foregå hurtigt og formelt, bliver man her nødsaget til at opholde sig indenfor en vis radius af routeren for at have internetforbindelse.

Den hjemløse Mark fortæller, at han har mødt en masse mennesker fra forskellige lande og flere amerikanske byer. Han anslår, at ud af de mennesker, han har snakket med, er det omkring 10 - 15 %, der rent faktisk bruger ham som hotspot (Mitchell, 2011). Vi finder, at oplevelsen i projektet er mødet mellem mennesker og den udveksling, der foregår med mennesker, vi ellers ikke vil møde. Vi ser således projektet som en måde at skabe et offentligt domæne, hvor der sker overraskelse og refleksion – et projekt, der kan udvide vores mentale horisont. Med dette er det ikke den hjemløse, der er attraktionen, men mødet mellem mennesker – for den hjemløse møder jo også mennesker, han ellers ikke vil møde, ligesom Mark fremlægger det.

På baggrund af ovenstående mener vi, at idéen *Homeless Hotspot* kan skabe relevante oplevelser, og er med til at iscenesætte sociale begivenheder mellem vidt forskellige segmenter, og således kan påvirke byrummets identitet mod at blive et mangfoldigt rum.

# HVAD NU



De tre områder i Aalborg, vi har behandlet; havnefronten, Nordkraft og Platform4, er alle områder, vi finder tager udgangspunkt i byens tid som industriby, og har et æstetisk afsæt i dette. Byrummene ser vi ligeledes som symbolske for Aalborgs transformation til oplevelses- og vidensby. Således er Aalborg i gang med at skabe en 'ny fortælling' om byen, men forelskelsen i den gamle havneluder er ikke rustet. I byrummene mener vi, at der er skabt en oplevelsesrig sammenstilling af noget nyt og noget gammelt, eksempelvis ved Platform4's brug af lyskunst på bygningerne om aftenen for at angive, at der er noget nyt på færde. Vi mener, at Platform4 har til opgave at åbne det ukendte område i byen op, ved brug af kunst og teknologi, og dermed initierer de byomdannelsen.

Havnefronten og Nordkraft vidner begge om byens oprindelige anvendelse, og igennem elementer af autenticitet, bliver denne historie kommunikeret til brugerne. Ved at redefinere deres rammer for bylivet igennem byfornyelse, kommunikerer arkitekturen og bygningerne ligeledes fortællingen om det fremtidige Aalborg. Udviklingen af områderne er generelt blevet

opfattet positivt af vores respondenter. I forbindelse med transformationen mener vi, at man i højere grad kan inddrage brugerne ved midlertidige rum, således at der skabes et tilhørsforhold til de 'nye' rum. Vi fandt dog, at enkelte nye byrum ikke tog hensyn til konteksten og brugerne, eksempelvis Havnebadet. Vi finder brugerne og det liv, de skaber, som en kerneværdi for byrum – derfor er brugerinvolvering noget, vi vil arbejde videre med i vores konceptudvikling.

Vi fremsatte i vores problemfelt, at vi fandt de midlertidige digitale oplevelsesdesign periodiske fraværende i byrummene. Fraværende er de ikke – Platform4 har givet os talrige eksempler på, hvordan de anvender digitalt oplevelsesdesign, og i afsnittet om Nordkraft nævnte vi kort en interaktiv lysavis. Således gør byrummene brug af midlertidige installationer for at tilføre rummet værdi. Vi finder, at de programlagte events på havnefronten ofte er af en større kaliber, og vi mener events og installationer med relativt små budgetter ikke er repræsenteret. Installationerne i Nordkraft finder vi ligeledes sporadiske tidsmæssigt, og foregår ofte med længere mellemrum.

De designede oplevelser i byrummene finder vi, ligeledes mangler 'kant', og vi mener, at de ved at tilgodeser alle, også går på kompromis med oplevelsen. Vi vil i vores oplevelsesdesign forsøge at skabe noget, der kan provokere og på den måde fordre refleksion hos brugerne – et brud i deres hverdagsliv. Samtidig ønsker vi at skabe noget, der er åbent for fortolkning – vi vil således ikke fastligge indhold, men istedet påføre intentioner vedrørende indhold, og derved facilitere rammerne for en oplevelse. Således kan vi på den måde involvere brugerne, og gøre dem til medskabere af oplevelsen.

I Nordkraft har man samlet en stor del af byens mange kulturinstitutioner og idrætsforeninger. Også Platform4 trækker i nærmeste fremtid rødderne op fra Østre Havn og flytter hen ved siden af Nordkraft i Karoline-lund. Vi kan her frygte med denne centralisering, at de øvrige bydele bliver 'drænet' for kulturelt indhold. Vi vil derfor ikke arbejde videre med dette område, men istedet havnefronten, hvor vi finder små midlertidige installationer fraværende. Dermed ønsker vi at møde brugerne på det sted, som de finder mangfoldigt og et rum, som de i forvejen anvender. Vi kommer således til dem, og ikke omvendt.

Ved at stage nye oplevelser kan det ændre vores opfattelse af, hvad byen kan være – som ved Mini Getaway Stockholm, hvor byen forvandles til en spilleplade. Således vil vi også udvikle en oplevelse, som kan være med til at ændre opfattelsen af havnefronten som rekreativt område, og skabe en dimension af medejerskab, hvor brugeren bliver performer.

Vi inddagede endvidere de tre cases; Brooklyn Night Bazaar, Mini Getaway Stockholm og Homeless Hotspot, der på forskelligvis har eksperimenteret med midlertidige oplevelser i byen. Casene viser os, at performative byrum enten har eller indeholder potentiale til at skabe et open-minded urbant liv. Faciliteret gennem henholdvis kulturelle programmer, kunst og oplevelsesdesign bliver en offentlig sfære skabt, hvor man må tage stilling til, hvad der sker i rummet og til hinanden. Der er således elementer af overraskelse og opdagelse som kræver refleksion. Disse faktorer gør, at vi kan betegne casene som offentlige domæner. Således vil vores fokus i konceptudviklingen være på disse faktorer, som kan bidrage til at skabe et offentligt domæne ved havnefronten i Aalborg.





# KONCEPT



I dette kapitel vil vi udvikle et koncept af en relevant og engagerende oplevelse placeret på Aalborg Havnefront. Indledningsvis vil vi generere idéer, hvorefter vi vil skitsere den idé, vi ønsker at arbejde videre med. Skitsen vil være det første udkast til vores koncept og endvidere omdrejningspunktet, vi med baggrund i vores teori- og analyseapparat vil forholde os til. Dette skal udmunde i henholdsvis et kreativt og et teknisk designdokument samt en realiseringsplan, der skal klarlægge vores videre arbejde med konceptet.

## Idéudvikling

Metoden vi vil arbejde med til idégenereringen er udviklet af den tyske sociolog Robert Jungk kaldet *Fremtidsværkstedet*. Jungks udgangspunkt er, at vi som mennesker er bange for forandring, men hvis vores håb, drømme og idéer bliver inddraget, kan nogle af disse bekymringer komme til livs. Fremtidsværkstedet blev udviklet som et sted, hvor mennesker i fællesskab kan opfinde nye samfundsmæssige muligheder. Vi vil i denne kontekst anvende det som en metode, der skal hjælpe os med at opfinde nye muligheder ved havnefrontens byrum. I fremtidsværkstedet skaber vi dialog, og denne dialog bliver med metoden rettet fremad mod fælles handlinger. Metodens omdrejningspunkt er, at fantasien mest muligt skal frisættes i et tanke- og idéværksted, og er bygget op omkring tre faser: en kritikfase, en fantasifase og en realiseringsfase (Jungk & Müllert, 1984, s. 55).

Kritikfasen skal være konsekvent, og målet i denne fase er at deltagerne kan udtrykke alle deres klager, bekymringer og vrede i relation til temaet. Denne artikulerede kritik har til formål at lukke op for konkrete fantasier og løsningsforslag. Vi vil notere alle udsagn på papir, der skal ophænges i lokalet. Det er vigtigt, at der i denne fase ikke kommenteres eller stilles spørgsmål til hinandens udsagn. Vi skal være åbne og ærlige. Alle de negative følelser skal ud af kroppen. Disse kritiske udsagn vil vi tematisere og prioritere, for på den måde at finde de punkter, vi skal arbejde videre med i den følgende fase.

I fantasifasen afvises de begrænsninger, vi er vant til i hverdagen, eksempelvis 'det har vi ikke økonomi til' eller 'det får vi aldrig lov til' og så videre. Der skal skabes et rum, hvori en social fantasi opstår. Vi vil her notere de forslag til forandringer vi har i relation til de højest prioriterede kritiktemaer. Vi skal fantasere os frem til ønskeverdener, der udtrykker forhåbninger til verden – netop en utopisk verden. Ligeledes må der i denne fase ikke komme indvendinger, men uddybende spørgsmål er tilladt. Forslagene tematiseres og prioriteres på ny.

Den sidste fase er realiseringsfasen, hvor det handler om hvilke fantasier vi vil virkeliggøre og hvordan. I denne fase går vi ikke tilbage til virkelighedens begrænsninger, men vælger de fantasier vi anser som de vigtigste, og udfolder og konkretiserer disse. Vi skal finde frem til, hvorledes realiseringen skal finde sted, og afslutningsvis prioriterer vi de opgaver, der skal gøres til virkelighed.



Denne metode er i bund og grund en brainstormingsmetode, der opdeler ideer efter emner. Vi anvender denne metode frem for en traditionel brainstorm, da vi mener, at emneopdelingen vil give os fokus og hjælpe os med at fastholde fantasier, der indeholder ledetråde til vores koncept. På den måde vil vi skabe en idegenerering, der belyser en helhedsorienteret gennemgang.

## Kritikfasen

Vores bekymringer omkring konceptudviklingens indhold prioriteres i fire temaer: *Kommunikation, brugere, design og det ukontrollerbare*. Med hensyn til kommunikation er de bekymrende aspekter hvorvidt vi mislykkes i forhold til kommunikation af konceptets indhold, således misforståelser opstår og hvorvidt det fremstår som et kommercielt produkt. Kommunikationen mellem os som afsendere og vores modtagere skal fremstå klart og tydeligt, så der ingen misfortolkninger opstår, og vores modtagere forstår vores budskab og hensigt.

Vores bekymringer omkring brugerne er først og fremmest deres motivationsfaktorer; at der kun er én målgruppe eller at ingen deltager aktivt. Ligeledes som ved kommunikation, at ingen af vores brugere forstår konceptets indhold. Vi er endvidere nervøse omkring generne for de ikke-aktive deltagere, og hvorvidt det fremkommer som ekskluderende for visse brugersegmenter. Vi forstår, at indsnævring af målgruppen også indsnævrer mangfoldigheden, hvorfor vi er ængstelige

ved, at de ikke-aktive deltagere blot bliver tilskuere.

Med hensyn til designet er en gentagende bekymring omkring tydeligheden af konceptets indhold, om der fremkommer misbrug, tyveri eller lignende ulykker. Ethiske bekymringer er ligeledes til stede i vores idegenerering, og endvidere at det fremstår som et kommercielt produkt. Vi vil skabe et produkt, der giver brugerne lyst til mere, hvorfor vi er ængstelige omkring produktets udtryk som værende en engangsforestilling. Ydermere omhandler en bekymring produktets udtryk som værende en prototype, der er set før og hverken banebrydende eller indeholdende nok kant.

De ukontrollerbare faktorer indeholder bekymringer såsom larm, vejret og hærværk. Disse er elementer, vi vil forholde os til i risikovurderingen af realiseringsfasen. Ydermere blev der fremlagt bekymring for vores koncept som ødelæggende frem for berigende for stedets æstetik og miljø.

Vores generelle bekymringer i kritikfasen vil vi videreføre til fantasifasen, hvor vi vil generere løsninger og *utopiske* ideer og elementer, der skal lede os frem til realiseringsemner, vi kan inddrage i vores koncept.

## Fantasifasen

Vores fantasier omhandler emner fra kritikfasen, men også nye perspektiver; *omtale, atmosfære, design og brugere*. Ved omtale er de ypperste mål at brugerne selv fortæller videre, både i den fysiske og virtuelle verden, og at andre byer imiterer vores oplevelsesde-



Kritikfasen, eget foto





Udsnit af fantasifasen, eget foto

sign. Endvidere vil vi præsenteres via andre medier, såsom aviser og tv. Vi vil skabe en atmosfære, der indikerer sol, varme og fest, hvor menneskerne er glade og stemningen er god – en storbyagtig følelse, hvor nyforelskelse opstår. Dette ses ligeledes i vores fantasier omkring designet, der skal være smukt, æstetisk, provokerende og banebrydende – ideer heraf er visuals i jorden, glasplade på vandet, så brugerne kan 'gå på vandet' eller en kæmpe badebold, brugerne kan boltre sig i på vandet. Ydermere genererer vi ideer omkring en talende vending-machine, der udsteder 'ordrer', brugerne skal performe, før de får en præmie. Vi tænker Havnebadet som en scene, da placeringen på denne måde vil være en naturlig del af omgivelserne.

Vores brugere skal forstå vores design, som ligeledes skal skabe refleksion – brugerne skal være deltagere, selvom de er inaktive. Vi fantasierer, at alle målgrupper finder det tiltrækkende og har lyst til at deltage samt skabelse af mødet med ukendte mennesker. Ideer såsom *Silent Disco* kan være medvirkende til at inaktive deltagere fungerer som aktive deltagere – ligeledes fantasierer vi om ideen *iPod Battle*, der skaber et møde med ukendte mennesker, en feststemning og en god atmosfære, der er tiltrækkende for flere målgrupper; både deltagere og tilskuere.

## Realiseringsfasen

De emner og ideer, der er videreført, og som vi vil forholde os til i denne fase, er faktorer såsom mangfoldighed og brugerinvolvering, og endvidere at vores kon-

cept ikke forstyrrer eller er til gene for omgivelserne. Det er vigtigt for os, at vi får skabt en god stemning og atmosfære – selvom dette i en grad er ukontrollerbart, kan vi med indsættelse af vores koncept i omgivelserne skabe stemningsfyldte ledetråde, der kan bidrage til atmosfæren. Vi har gennemgående i alle faser en tredeling af vores oplevelse; før, under og efter oplevelsen. Vi fokuserer på omtale før og efter oplevelsen, både med hensyn til egen markedsføring, andre medier og andre byers imitation. Endvidere er vi fokuserede på, at der skabes brugerinvolvering, møder med ukendte mennesker, og at ikke-aktive deltagere bliver en del af konceptet under oplevelsen.

Vi vil fastholde disse elementer i vores konceptudvikling, da vi mener, at de vil bidrage til vores hensigt med konceptet samt skabe en mangfoldighed, der bidrager til havnefrontens eksisterende identitet. De ideer, vi ydermere vil arbejde med, er de konkrete ideer omkring konceptets indhold, nemlig *Silent Disco* og *iPod Battle*.

I realiseringsfasen har vi søgt at skabe en generel idé i henhold til vores koncepts indhold og identitet, hvorfor vi i samarbejde herefter har diskuteret og forklaret emner og temaer i henhold til vores fokuspunkter; *Silent Disco* og *iPod Battle*. I følgende afsnit vil vi redegøre for disse, samt skabe det første udkast af konceptet.



# IDÉEN

Idéen vi har valgt at arbejde videre med er *Silent iPod Battle*, som vi indtil videre har valgt at kalde den, da idéen kort sagt er en fusion mellem det, der kaldes et Silent Disco og en iPod Battle.

Silent Disco er et diskotek, hvor mennesker danser til den musik, de lytter til gennem wireless høretelefoner i stedet for højtalere. Musikken bliver udsendt til høretelefonerne via en FM Transmitter, og signalet bliver modtaget af de høretelefoner, der bæres af deltagerne. Uden høretelefonerne er der således ingen musik at høre, hvilket giver effekten af, at en samling mennesker danser til stilhed. Vi faldt over konceptet til Roskilde Festival i 2010, hvor et rum til Silent Disco var indsat ved siden af Orange Scene, og hvor en række DJs spillede. På den måde kunne man høre DJ-set uden at blive generet af lyden fra koncerter på Orange Scene.

iPod Battles er en undergrundstrend indenfor klubmiljøet, hvor man battler (red.: kæmper) om, at kunne skabe den bedste fest ved brug af sin mobile mp3-afspiller. Trenden har spredt sig til kraftigt, og flere klubber i Danmark har afholdt iPod Battles med stor succes, heriblandt Vega Natklub i København og Viva i Aalborg. En vigtig del af trenden er, at flere battleere er udklædte og medbringer heppegrupper, således at der skabes et decideret show i kampen om at vinde.

I takt med at konceptet har spredt sig, ses også i stigende grad forskellige regelsæt. Vi har i tekstboksen indsat det regelsæt, vi vil arbejde med i vores konceptudvikling. Konceptet består i korte træk af at 'battleere' skiftevis spiller fem musiknumre, og efter alle ti numre er blevet afspillet, afgør et decibelmeter, hvem af battleerne publikum laver mest larm til. Vinderne går videre i konkurrencen, hvor der afslutningsvis vil være en finale.

Vores idé består i at samle disse to koncepter, der begge har rødder i klubmiljøet og indsætte det som en installation i et mangfoldigt byrum i dagtimerne. Vi forestiller os, at installationen skal bestå af et lukket rum på havnefronten. Rummet skal være af plast, hvorpå der er en belægning sådan at deltagerne og battleere indenfor ikke kan se ud, og hvor belysningen er dæmpet således at der skabes en natklubstemning. Forbipasserende skal derimod kunne se ind i rummet, og på den måde være tilskuere uden at kunne høre, hvad der egentligt foregår. Vi vil dog arbejde med mulighederne for, at både deltagerne og tilskuere via deres egen mobiltelefon og høretelefoner kan opfange signalet, eksempelvis ved brug af Bluetooth i stedet for en FM Transmitter.

## Regler for iPod Battle

To teams af max to personer

En håndfuld sange af 1-1½ minuts varighed

Spiller skiftevis et nummer

Publikum er dommerne (jubel, klap og larm)

Efter numrene afgør publikum hvilket team, der går videre

Heppegrupper, kostumer, show m.v. er mere end tilladt

Vært styrer slagets gang

Vi vil i vores koncept arbejde med tre modtagergrupper: battleere, deltagere og tilskuere, da de skal performe på tre forskellige måder for at gøre vores værk succesfuldt. Battleere er de personer, der deltager med at afspille musik i de forskellige battles. Deltagerne er de personer, der er inde i boksen og med deres høretelefoner danser og hepper på den battleer, de kan lide. Tilskuerne er de mere eller mindre tilfældige besøgende på havnefronten, der enten forbipasserer boksen eller opholder sig tæt på, eksempelvis i Byhaven. Vi vil målrette vores kommunikation til battleerne og deltagerne, hvor vores målgruppe er studerende i alderen 18-25 år. Dette har vi valgt dels fordi denne gruppe har forudsætningerne for at deltage, da de har mobile musikafspillere og høretelefoner, samt at kendskabet til iPod Battles her er mere udbredt. De er samtidig valgt, da vi med vores installation, vil udstille 'det nye Aalborg' – den unge studerendes oplevelsesby.

Vi vil følgende arbejde med vores koncept i forhold til vores teori- og analyseapparat, for at undersøge, hvordan vi med vores installation bruger byrummet som medie, samt hvordan vi kan skabe en relevant og engagerende oplevelse.

# SILENT IPOD BATTLE BOX

## Et billede på transformationen

I vores analyse af Aalborg Havnefront fandt vi selve transformationen som omdrejningspunkt for den fysiske udformning og de æstetiske kvaliteter i byrummet – endvidere er transformationen medvirkende til at skabe den mangfoldighed, vi mener er at finde her. Vi vil med vores installation således også tage udgangspunkt i transformationen, og mediere billedet på 'det nye Aalborg'. Netop havnefronten, der indeholder betydninger og symboler på Aalborg som industriby, finder vi som en relevant placering at anvende som medie for installationen, for på den måde at trække linier mellem det nye og det gamle. Således søger installationen at skabe en relevant oplevelse, hvor der kan opstå refleksion om transformationen hos aalborgenserne. I den forstand handler installationen mere om byen, end det handler om oplevelsesdesignet som et æstetisk objekt, da byen kan betragtes netop som den fysiske scene for menneskets handlinger, hvor designet er formet af beskueren som aktiv medskaber af formen såvel som betydningen. Aalborg Havnefront har en stor tiltrækningskraft på aalborgenserne,

hvorfor placeringen her er på vores modtagers egen 'hjemmebane'. Med dette vil vi tilføje et brud i den vante oplevelse på havnefronten, og tilføje byrummet merværdi i form af vores installation.

Vi ønsker med vores installation at udfordre vores egen opfattelse af aalborgenserne ved at få dem til kropsligt performe i det offentlige rum. Før vi overhovedet havde fundet frem til vores koncept, var vi begge af den opfattelse, at det var svært at få aalborgenserne til aktivt at performe i et byrum. Vores umiddelbare billede af os nordjyder er, at vi er et forsigtigt og sindigt folkefærd. Med vores installation vil vi gerne prikke til vores egen forestilling om aalborgenserne, og vende problemstillingen om. Vi mener, at hvis vi fastholder vores forudindtagede holdning, skaber vi heller ikke muligheden for at modbevise den. Vores intention med vores koncept er derfor en installation, der først og fremmest skal provokere aalborgenserne, så de kan anskue byrummet og dem selv fra et andet perspektiv.

## Battlen i boxen

Vi indsætter installationen i det prædeterminerede byrum og skaber en legeplads med plads til brugernes udfoldelser. Ved at skabe et rum i rummet, ændrer vi de tiltænkte funktioner i rummet, hvilket skal skabe et brud i brugernes oplevelser på havnefronten. Tilblivelsen og virkningerne af vores oplevelse sker i høj grad ved brugerinvolvering – deltagerne skal performe og på den måde være medskabere af værket. Således rummer vores værk, ligesom man så det ved Fluxus, en gør-det-selv æstetik. Vi udstikker nogle spilleregler for både battlerne og deltagerne, og det er herefter op til dem at realisere værket. Ved at lade publikum spille deres egen musik, overlader vi således scenen til dem, hvor de så kan udfylde rummet med det de selv anser for at være festligt og stemningsskabende. Begivenheden i vores rum skal ophæve forholdet mellem tilskuere og kunstneren, som i denne kontekst normalvis vil være en DJ, da vi forsøger at skabe en natklubsstemning. Tilskueren bliver opfordret til selv at indtage rollen som DJ, og således performe og interagere i rummet.

At vores regler ikke er ligeså simple eller åbne som Fluxus lavede dem, skyldes, at der i vores værk er indlagt et konkurrenceelement. Derfor skal instruktionerne ikke være åbne for fortolkning, men være forståelige. Vi ser konkurrenceelementet som en vigtig faktor for at skabe en engagerende oplevelse. Vi ser her begrebet engagement som en syntese af begreberne indlevelse og identifikation, da det omfatter både den opslugthed

en oplevelse kan afstedkomme samt den tilstedeværelsesdimension, der er forbundet med at kunne interagere med designet. Således ser vi konkurrencen som et redskab til at få battlerne til at gå aktivt ind i værket, da der er noget på spil – nemlig titlen som sejrsherre samt en præmie. Hertil ser vi det også som en måde at fastholde battlerne på, da konkurrencen vil bestå af indledende runder og semifinaler, som skal udmunde i en endelig finale, hvorfor battlerne skal sidde over i perioder.

Battlerne skal skiftevis spille et musiknummer, da vi anskuer konkurrencen som et spil, hvor der udføres træk og modtræk. Dette er noget de strategisk kan gøre ved at spille musik, som deltagerne kender, og således bliver modtaget med genhørets glæde eller spille noget helt nyt og spændende. Ligeledes må musiknumrene der vælges, kun afspilles i maksimum 1½ minut. Dynamikken mellem battlerne og den korte varighed af numrene skal ligeledes fastholde engagementet hos deltagerne. Battlerne skal agere på scenen og indvie deltagerne i deres performance, for på den måde at overbevise og vinde deltagernes gunst.

Anvendelsen af høretelefoner i stedet for et højttalersystem hæmmer muligheden for verbal kommunikation, hvorfor battlerne og deltagerne opfordres til at kommunikere nonverbalt. Hensigten er at man fra scenen skal kommunikere ved hjælp af musikken, for at få deltagerne til at danse. Med dansen kommunikerer deltagerne således deres livsverden ud til menneskerne i det omkringliggende byrum. På den måde sker der



ikke en udveksling af ideer mellem brugerne i form af verbal kommunikation, men da det i høj grad handler om at kommunikere nonverbalt, sker der alligevel en udveksling af viden inde i boksen.

Vi forestiller os, at størstedelen af deltagerne består af grupper, som har et kendskab til hinanden i forvejen. Ved at stille op som battler, er det vigtigt at have et hold af deltagere der vil heppe på én, hvorfor vi forstår, at konkurrencen på den måde ikke er helt objektiv. Dog er det vigtigt, at vi engagerer forbipasserende brugere af havnefronten til at deltage, hvorved der skabes mulighed for at inddrage deltagere, der ikke har kendskab til battlerne. På den måde er det socialt engagerende med bekendte, men også en platform for sociale møder med ukendte mennesker.

## Silent box

Vi vil placere installationen, der skal fungere som et rum i rummet på den måde, at det fysisk er et rum med vægge, men på grund af placeringen og designet skal være en del af omgivelserne. Det skal smeltes sammen med omgivelserne, så det ikke er til gene for de omkringliggende byrum. Vi forestiller os, at installationen er en form for *boks*, bygget af gennemsigtigt plast, der er betrukket med spejlreflekterende film, således at der inde fra boksen ikke kan kigges ud, men udefra boksen kan kigges ind. På den måde udstiller vi deltagerne, der performer indenfor, og deres performance bliver kunstværket, der ses udefra.

Vores arkitektur i boksen har til formål at etablere

en identitet, der performer, appellerer og imponerer, men også diskret at skille sig ud og forføre deltagere såvel som forbipasserende. Med disse agendaer udgør vores boks en attraktion, der essentielt handler om at vende opmærksomheden væk fra det fysiske rums identitet og i stedet over på vores modtagers oplevelse af selvsamme. Vi vender opmærksomheden mod subjektets oplevelse af Aalborg som oplevelsesby.

Det væsentlige i konkurrencen er, at deltagerne går aktivt ind i konkurrencen og ikke kun iagttager battlerne. Det er først og fremmest deltagerne, der skal skabe værket, som de forbipasserende kan se. Hvis de står stille inde i rummet, ville formålet med oplevelsen ikke fungere, hverken for dem eller for de øvrige i byrummet. For at motivere deltagerne til kropslig performance vil vi således arbejde med layoutet af boksen indefra, der skal opfordre til kropslig indlevelse. Dette vil vi gøre med at skabe en natklubsstemning, hvor der er mørkt samt indsætte farverigt blinkende diskolys og hertil beklæde fladerne med spejlbelægning. Det blinkende lys samt spejlingen af deltagernes bevægelser skal få rummet til at virke livligt, og hertil giver spejleffekten også en følelse af, at der er flere mennesker inde i boksen, da menneskene bliver reflekteret. Med det mørke lys og belægningen, der gør, at deltagerne ikke kan se ud, vil vi skabe en tryk følelse, således at deltagerne ikke føler sig udstillet, selvom de er det. Vi tror ikke, at deltagerne i ligeså høj grad ville bevæge sig, hvis de kunne se, at der var tilskuere.

Der vil herske et fællesskab inde i boksen, da alle lytter til samme musik, fysisk befinder sig i samme rum og har fælles formål for ophold. Ligeledes vil følelsen

af at være udstillet også blive indskrænket, da alle på lige fod inde i boksen skal performe i fællesskab. Brugere inde i boksen kan derfor genkende hinanden som en del af samme gruppe, hvorfor blasertheden nedbrydes på den sociale scene. Endvidere skaber musikken i ørerne en distance til omgivelserne og livsverden udenfor, og deltagerne kan sammen forsvinde ind i en fælles verden – dette skaber en psykogeografisk afgrænsning udover rummets fysiske rammer. Vi intenderer med vores oplevelse at skabe en kropslig og sanselig performativitet ved at få brugerne til at deltage. De skal udfordre det eksisterende rum ved at agerere anderledes end normalt, hvorfor de, ligesom ved havnebadet, kan føle sig udstillet. Ved at brugerne inde fra boksen ikke kan se ud, skaber vi dog en distance til denne følelse af at være udstillet – brugerne er i ”deres egen verden” både på grund af rummets afgrænsning, men også ved musikken gennem høretelefonerne, der ekskluderer de fysiske omgivelser. På den måde søger vi via *feel architecture* at appellere til brugernes indre følelser ved at frembringe indre stemninger med musikken og en dæmpet belysning, der bidrager til at skabe et rum i rummet. Tager deltagerne derimod deres høretelefoner af, er der ingen musik, hvilket skaber et sjovt indtryk af, at se folk danse rundt i stilhed. Ligesom John Cages værk 4’33” (se side 62) er dem uden høretelefoner overladt til rummets iboende lyde, hvilket skaber en ramme for situationsbestemte indtryk. Man kan således trække på hans pointe, og vise at hverdagslyde også kan være musik.

For at mindske det ekskluderende aspekt ved installationen og pirre beskuernes nysgerrighed vil vi arbejde

med muligheden for at sende musikken ud via Bluetooth, således at alle inden for en vis radius kan høre musikken via deres mobiltelefoner og egne høretelefoner uden for boksen. I forhold til en mulig FM Transmitter vil Bluetooth være en fordel i forbindelse med deltagerne, da de således kan anvende egne høretelefoner, og derfor minimere vores udgifter til lån af trådløse høretelefoner. Dette betyder også, at tilskuere, der ikke har lyst til at være fysiske deltagere inde i boksen, stadig kan deltage ved at følge med i musikken. På den måde inddrager vi også de ikke-aktive deltagere.

## Det sociale værk

Placeringen vil være på havnepromenaden, der foregår som et transitrum. Vi afbryder på den måde den vante gennemgang, og skaber mulighed for ”spontane” deltagere. Ude fra boksen er det ikke med stor sandsynlighed, at forbipasserende forstår konceptet i første omgang, hvorfor vi søger at pirre deres nysgerrighed – vi skaber et brud i oplevelsesrummet, der gennem denne form for overraskelse og provokation søger at få brugerne af havnepromenaden til at reflektere over oplevelsen. Ved at gøre boksen gennemsigtig ude fra, detournerer vi det eksisterende byrum og det gængse billede af et diskotek og indsætter det i en kontrastfyldt kontekst. Vi skaber kontrast mellem belysningen indenfor og udenfor boksen, rekreationselementerne i de omkringliggende byrum og bevægelserne inde i boksen samt forskellen mellem stilheden og musikken i høretelefonerne for at forstærke afgrænsningen af rummet i rummet. Den stemning og atmosfære, der

normalt forbindes med en natklub, bliver anderledes ved de kontraster, vi søger at skabe med vores Silent iPod Battle. Vi vil således skabe refleksion hos de unge og deres brug af natklubber, ved at indsætte dem i en anden kontekst, hvor de stadig skal performe som på en natklub. Således tildeler vi dem en rolle, hvor de både optræder som en reflekterende iagttager og en kropsligt involveret aktør.

Vi ønsker også at skabe refleksion hos de forbipasserende, ved at give dem et indblik i 'de unge på natklub'. De deltager som publikum til de unges udfoldelser ved at betragte dem udefra, og kan bruge det som afsæt i temaet 'ungdommen nu til dags'. Ved skabelsen af denne scene i byrummet, sker der en udveksling af perspektiver fra de forskellige grupper, selvom kommunikationen ikke foregår verbalt. Stemningen, der normalvis er forbeholdt klubber, rykker vi ud i byrummet, hvor grupper, der ellers ikke kommer på natklubber, kan opleve og erfare denne kultur, og således udvikle deres egne synspunkter. På den måde designer vi et offentligt domæne, der tiltrækker en differentieret gruppe af mennesker, hvor menneskene selv investerer mening og betydning i rummet. Således skaber vi et socioæstetisk udtryk i byrummet, hvor menneskenes performance bliver et kunstværk. Vi anvender det prædeterminerede byrum og skaber en scene med plads til modtagernes udfoldelser indeholdende et provokerende aspekt. Dette får modtageren til at reagere, og på den måde forhåbentligt udvide sin meningshorisont.

## Koncept

De følgende dokumenter er de resultater, vi gennem dialog, diskussion og analyse er kommet frem til. Vi har gennemgået flere faser, indledt med idégenerering, første udkast og analyse, hvor vi sideløbende har diskuteret og vurderet designets endelige form. Hertil er flere idéer og elementer fra valgt i forhold til konceptets indhold. Vi har arbejdet iterativt, hvor vores idéer i fællesskab er blevet evaluerede og tilpasset dertil. De følgende dokumenter repræsenterer derfor vores koncepts konkrete indhold og identitet, og består af et kreativt designdokument, et teknisk designdokument og et realiseringsdokument.

Dokumenterne beskriver de primære designkomponenter og det endelige koncept for installationen Silent iPod Battle Box. Vi har udarbejdet dem som en drejebog for den endelige realisering af vores koncept, og denne skal skabe konsensus for det videre arbejde, hvor vi vil inddrage samarbejdspartnere i form af frivillige hjælpere, Aalborg Kommune samt eventuelle sponsorer. Opbygningen af dokumenterne er inspireret af Claus Rosenstands 'kreationsledelse' (Bilag 13). Med hensyn til det tekniske designdokument er vi endnu ikke så langt i processen, at vi kan fastlægge de præcise designkomponenter, da vi endnu ikke har fået fastlagt vores økonomiske ressourcer, samarbejdspartnere med videre. Dokumentet vil i denne form fungere som et udgangspunkt for forhandlingerne omkring realiseringen.

# KREATIVT designdokument

## Arbejdstitel: Silent iPod Battle Box

### Overordnet beskrivelse

En boks med kapacitet til 30 mennesker opstilles på Havnefronten, hvor der indeni vil være en fest – dog en stille fest, hvis ikke man har høretelefoner på, hvorigennem musikken afspilles. Konceptet tager udgangspunkt i en iPod Battle, hvor man via sin mp3-afspiller kæmper om at skabe den bedste fest. Tilskuere afgør kampens vinder alt efter graden af larm og heppen. Det er tilladt, og meget behjælpeligt, at den enkelte battler medbringer en heppegruppe. Udklædning og andre sjove artefakter er ligeledes tilladte. Musikken afspilles for tilskuere via trådløse høretelefoner gennem Bluetooth.

### Spilleregler

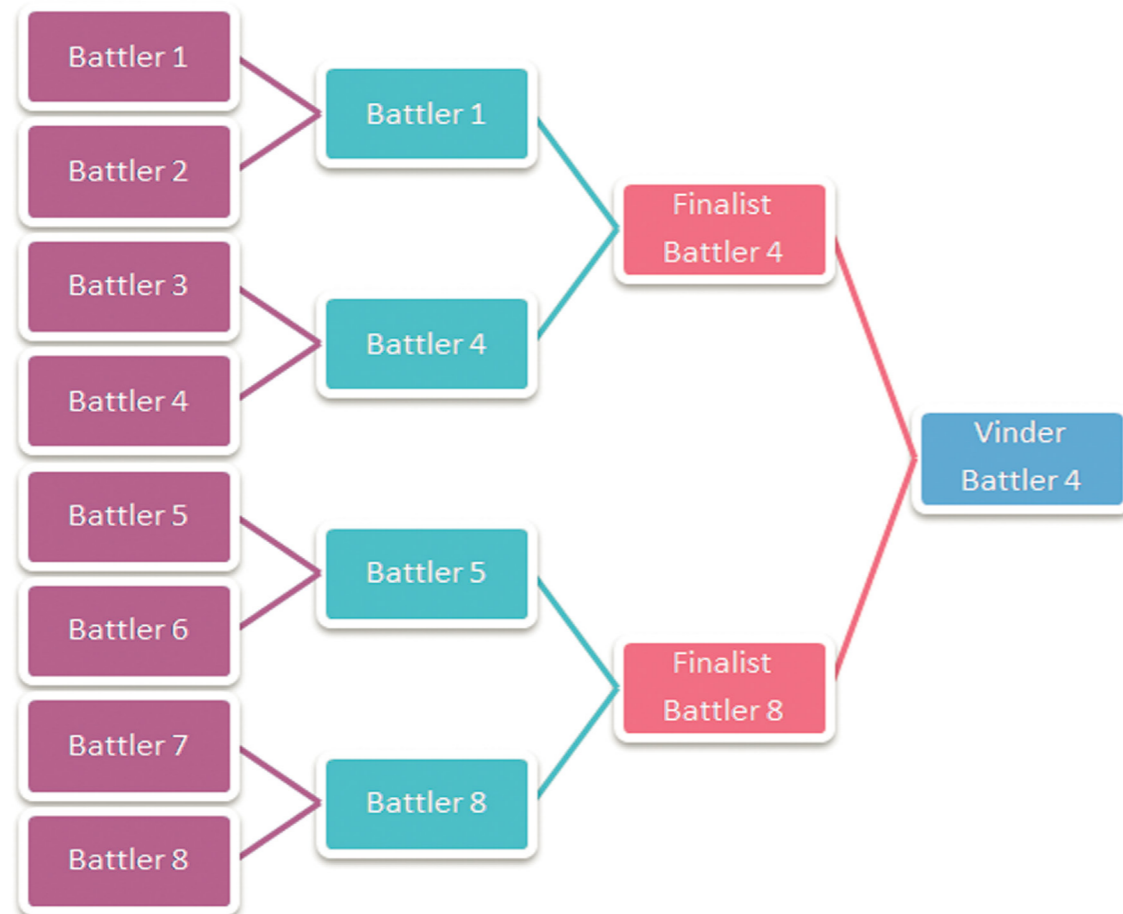
- To battlere (det er tilladt at have en medbattler, altså at to stiller op sammen)
- Battlerne spiller skiftevis en sang af 1-1½ minuts varighed
- Hver battler skal spille fem sange
- Publikum er dommerne og udpeger vinderne ved at larme – jubel, klap og råb. (Dommen afgøres ved et decibelmeter)
- Efter de 10 numre afgør publikum hvilket team, der går videre til næste runde.
- Heppegrupper, kostumer, show m.v. er mere end tilladt
- Vært styrer slagets gang



## Forløbet

I modellen nedenfor har vi skitseret konkurrencens forløb. Tilmelding til en battle kan foregå ved at møde op ved boksen i et givent tidsrum – før og under de indledende runder. Derudover kan tilmelding foregå i forvejen, hvor man kan tilmelde sig via vores Facebook-profil og hjemmeside. Dette skal hjælpe os til at skabe et overblik over interessen for deltagelse, således at vi kan agere ud fra det – eksempelvis hvis der er for få tilmeldinger, kan vi skærpe vores markedsføringsindsats. Som mål har vi at skaffe 8 battlere, hvilket betyder, at der vil være 4 indledende runder, 2 semifinaler og en finale.

Hver runde vil have en varighed på mellem 15-20 minutter. I dette tidsrum skal der i alt spilles 10 musiknumre, på en varighed af 1-1½ minut – derudover skal en vært styre konkurrencen, hvortil der er indlagt 5 minutter i alt.

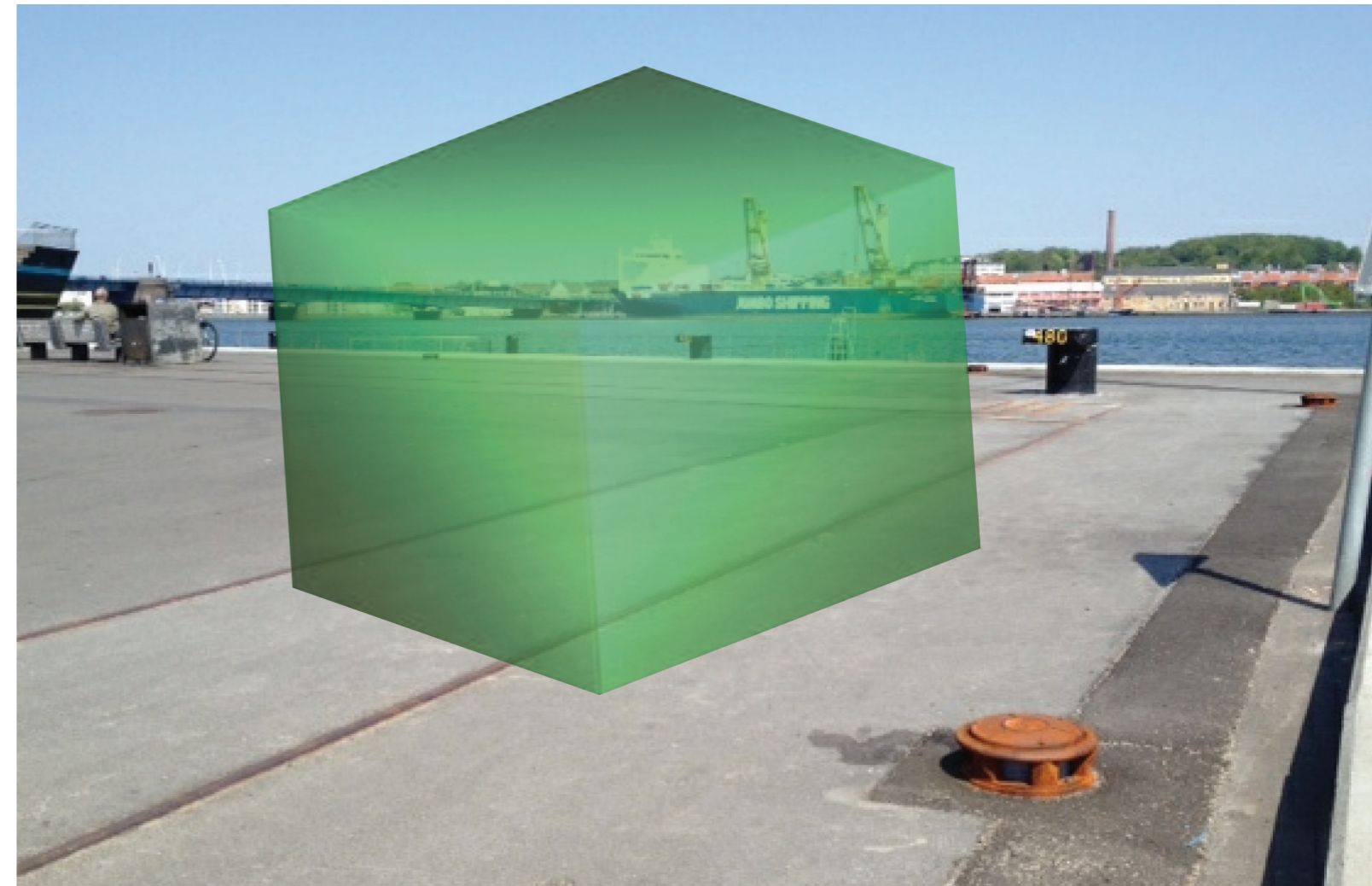


## Vært

Tiden indlagt til værten skal bruges både før, under og efter de forskellige battles. Her skal værten forklare reglerne, hvordan deltagerne skal agere, udpege vinderne og fortælle, hvad der sker når runden er afsluttet. Værten skal ligeledes agere DJ i tidsrummene mellem runderne, sådan at høretelefonerne ikke kommer til at være lydløse, men at deltagerne fastholdes i oplevelsen. Dertil er det vigtigt at værten under hele konkurrencen underholder, skaber stemning og forsøger at 'hype' deltagerne til at gå aktivt ind i konkurrencen.

## Placering

På Havnepromenaden ved Byhaven.







## Design

Kollagen er sammensat af en række billeder, hvori vi har fundet inspiration til designet af vores oplevelse. Kollagen skal give et billede på den stemning vi søger at skabe med konceptet, samt hvilke artefakter, der skal indgå.

# TEKNISK designdokument

## Boksen

Vi er forholdsvis begrænsede af de økonomiske ressourcer, vi har til rådighed, hvilket betyder, at vi har været nødt til at tænke 'ud af boksen' med hensyn til design. Den nuværende løsning for designet af boksen, omhandler at omdanne et såkaldt partytelt således, at det bliver i overensstemmelse med vores designløsning. Da teltet er forholdsvis skrøbeligt, får vi hjælp til at fæstne, isolere og sikre teltet fra en frivillig, således, at det kan modstå blæst og festglade mennesker. Teltet skal males og kvadrater af teltdugen skæres ud, sådan at spejlreflekterende film kan indsættes.

Kapacitet: 25 mennesker inklusiv udstyr

Størrelse: 4x6 meter – indgang i gavlen, der vender mod Aalborg Midtby.

Materialer: spejlreflekterende belægning, maling

Lys: Diskolys i flere farver lånes

Boksen skal bygges jævnfør sikkerhedsregler, som forelægger, og skal tage højde for eksempelvis brandsikkerhed.

## Udstyr

30 trådløse bluetooth høretelefoner

60 genopladelige batterier

6 batteriopladere

Mixer med tre indgange

Bluetooth-transmitter

Decibelmeter, stopur (hentes som applikation til smartphone)



# REALISERING

**Tidspunkt:** 23. Juni 2012, kl. 14.00-xx.xx

**Grund:** Tilladelse fra Park & Natur (Aalborg Kommune), strømforsyning.

**Samarbejdspartnere:** Aalborg Kommune, Aalborg Event, Ib René Cairo og andre relevante interessanter.

**Arbejdsopgaver** som skal udliciteres til frivillige: Konstruktion af boks, vært/DJ.

**Markedsføring:** En hjemmeside med generelle informationer og mulighed for tilmelding, en Facebook-side, hvor vi og brugerne kan udveksle information samt få respons før, under og efter oplevelsen. Diverse printmateriale såsom flyers, der skal uddeles ved uddannelsesinstitutioner, i butikker samt ved en happening, der skal promovere vores oplevelse.

**Præmie:** Helflaske af valgfri alkohol, sponsoreret af Ib René, Cairo (hvis vinderen er under 18 år udloddes et gavekort til caféen).

**Efterfest:** Afholdes på Café Ib René, Cairo, hvor en DJ underholder og der forefindes tilbud på diverse alkohol og øl. Endvidere fejrer vi vinderen på scenen. Vi giver derved deltagerne en efter-oplevelse, hvor det modsat i boksen ikke er den verbale kommunikation, der er i fokus – med efterfesten skaber vi således et fælles udgangspunkt i forhold til oplevelsen for verbal kommunikation

## Risk Management

Vi skal tage mange forbehold, når vi arrangerer vores oplevelse, da mange omstændigheder og ændringer kan forekomme – eksempelvis kan vejrprognosen være regn og kuling, hvorfor vi med risk management kan forholde os til denne ukontrollerbare faktor. Vi må derfor altid have en plan A, hvilket er vores umiddelbare koncept uden hindringer, samt plan B, da det ikke er alle risici, vi kan planlægge os fra, men stadig forholde os til.

Plan A	Plan B
Sommerligt vejr	Ved regn kan datoen ændres til efterfølgende lørdag– dette kommunikeres via Facebook og hjemmeside.
Nødvendige økonomiske midler bliver rejst	Søger flere sponsorer. Der findes billigere alternativ til konstruktionen.
Tilladelse til brug af grunden ved Havnefronten	Alternativt flytter vi lokationen længere hen på Havnefronten ved Jernbanebroen, hvor vi tidligere har haft tilladelse til at afholde event.
Festlig stemning Mange deltagere	Ved få deltagere tilkalder vi venner og bekendte som deltagere og battlere.
Alle indgåede aftaler overholdes	Ved afbud vil arbejdsopgaverne udfyldes af os eller andre relevante, som har mulighed for tiltrædelse.
Ingen uheld	Slagsmål, hærværk og andre ulykker vil medføre tilkaldelse af politi.
Bluetooth-transmitter fungerer ikke optimalt	Vi sørger for at have en FM-transmitter, og en applikation til smartphones således, at signalet kan modtages.





# KONKLUSION

Gennem hele specialet har *oplevelser* været omdrejningspunktet, og vi har med denne oplevelsesorienteret optik været fokuseret på nedenstående punkter og hvilke sammenhænge, der var mellem dem:

- den fysiske udformning og de æstetiske kvaliteter i byrummet
- de sociale livsformer, der anvender rummet
- de oplevelser og erfaringer, der finder sted

Undersøgelsen af disse har resulteret i en viden angående sammenhængen og vigtigheden af samspillet mellem punkterne i forbindelse med, hvordan vi skaber relevante og engagerende oplevelser i det performative byrum. Vi er herigennem nået frem til en væsentlig pointe, som handler om, at de performative byrum består af dynamikkerne mellem disse enheder.

I modsætning til mange andre studier inden for vores felt, der beskæftiger sig med afgrænsede og veldefinerede oplevelser, er analysen af de udvalgte byrum studier af hybride oplevelsesrum, hvor mange forskellige oplevelsesformer blander sig på kryds og tværs

gennem rummet. Vi har fundet en pointe ved, at de kollektive frembringelser var oplevelsesskabende for rummet, da den sociale performance var en central del af byrummenes æstetik. Dette kan bringe os tilbage til starten af vores speciale, hvor vi sad i Brooklyn og undrede os over, hvorfor vi fandt dette byrum så attraktivt. Vores konklusion på dette er således, at der netop i dette vejkruds skete en sammensmeltning mellem de tre enheder, og en blanding af de forskellige oplevelsesformer.

Vi kan på baggrund af analyserne konkludere, at der i Aalborg er sket et fokusskifte fra funktioner til oplevelserne, hvor æstetiske kvaliteter, atmosfære og ophold for det sociale liv er lige så væsentlige som de traditionelle bygningsarkitektoniske kvaliteter. Vi fandt at det gennemgående tema for Aalborg er selve transformationen, hvilket afspejledes i samspillet mellem de nye og de gamle fortællinger som byen medierer. Fælles for de aalborgensiske byrum, vi har analyseret er, at de alle bruger områder med en historisk forankring til at kommunikere nye kvaliteter i byen. Således kommunikerer selve transformationen som fortælling, hvoraf vi konkluderer, at der skabes en fælles identitet for byen.

Vi arbejdede i casene med, hvordan funktioner og æstetiske kvaliteter i byrummene skaber relevante og engagerende oplevelser. I arkitekturen og layoutet af de aalborgensiske byrum fandt vi ofte, at designet var åbent for fortolkning af anvendelsesmuligheder, hvorved de performative tilblivelser blev skabt ved at involvere brugerne. Vi kan herved konkludere, at designet i sig selv kan have en sanselig og performativ karakter, men det handler ikke om, hvad den er eller hvordan den ser ud – men derimod hvad den gør som objekt og i samspil med brugeren. Denne pointe understreger vigtigheden af at inddrage og forstå de sociale livsformers anvendelse af byrummet.

Det sociale aspekt har været et gennemgående tema i specialet, og herigennem har vi været optaget af mangfoldighed. Vi har i høj grad arbejdet med byrum, vi karakteriserede som offentlige domæner eller indeholdende potentiale til at udvikle sig til det. Denne karakteristik blev defineret på baggrund af at mennesker med forskellige kulturer, meninger og livserfaringer havde grund til at opholde sig i byrummet, hvilket skabte grundlag for social og kulturel udveksling – og derved refleksion. Derfor finder vi, at mangfoldighed i sig selv er oplevelsesskabende, og derved tilfører byrummet værdi.

Brooklyn Night Bazaar, Mini Getaway Stockholm og Homeless Hotspot eksperimenterede med midlertidige oplevelser i byen ved at iscenesætte performative byrum. På forskelligvis anvendte casene digitale ople-

velsesdesign, men fælles for dem var, at de udfordrede de sociale livsformer i rummet, ved at indeholde elementer af overraskelse og opdagelse. Vi konkluderer, at de offentlige sfærer faciliteret af henholdsvis kulturelt indhold, kunst og oplevelsesdesign på den måde skabte rum for oplevelse og erfaring, der påvirkede det oprindelige byrums identitet.

Realiseringen af vores koncept er konklusionen på, hvordan vi anvender byrummet som medie, og hvordan vi skaber en relevant og engagerende oplevelse i byrummet. Vi fandt i udviklingsfasen frem til, at vores oplevelsesdesign skulle afspejle den socio-æstetik, vi fandt som central attraktionsfaktor for de performative byrum. Endvidere var det vigtigt for vores oplevelsesdesign, at det ikke var fuldt faciliteret og iscenesat af os som afsendere, for således at kunne skabe rum for individets egen fortolkning. Samspillet mellem den fysiske udformning af oplevelsesdesignet, deltagerne samt tilskuerne, skal skabe den relevante og engagerende oplevelse. Endvidere vil vi med realiseringen af værket skabe refleksion om Aalborgs transformation, og i den forstand handler vores værk mere om byen end oplevelsesdesignet som et æstetisk objekt. Således er vores pointe, at byen er den fysiske scene for brugernes handlinger, hvor formen og betydningen af vores oplevelsesdesign skal formes af beskueren som aktiv medskaber.



# REFLEKSION

Vi har gennem specialets kapitler søgt at vise, hvordan vores viden er opstået og har udviklet sig. Processen har under hele forløbet været en dynamisk proces, som har været influeret af vores metodiske tilgang, hvilket har skabt et naturligt flow i forløbet. Dette har betydet, at vores endelige koncept er affødt af den viden vi fik i vores teoretiske og analytiske kapitel. Havde grundidéen til konceptet været udarbejdet tidligere i processen, havde vores teoriapparat været tilpasset idéen i en højere grad, hvor vi eksempelvis havde inddraget designorienterede og strategiske teorier. Vi finder dog det som en styrke at idéen er affødt af vores analyseresultater, som har skabt en forståelse for blandt andet Aalborgs identitet.

Den videnskabsteoretiske tilgang har hjulpet os til at forholde os bevidst til vores egen subjektivitet. Vi er begge selv fra Aalborg, og har oplevet den transformation, der er foregået, hvorfor vi har haft egne forforståelser og meninger. Metodisk har vi arbejdet fænomenologisk, og suppleret det med en hermeneutisk tilgang, hvilket har betydet at vi kunne forholde os til

vores indlejret viden. Den videnskabsteoretiske tilgang betød, at vi lod det være op til respondenterne selv at udvælge attraktive byrum i Aalborg, i stedet for at lade vores forforståelse være bestemte for, hvilke byrum der var interessante. Dog har dette også været en svaghed i vores proces, da det har betydet en del information, der lå uden for de byrum, vi senere valgte at behandle. På den måde gik en stor del af empiriretultaterne til spilde.

Vi mener, at vores speciale giver anledning til at reflektere over nogle af de teoretiske perspektiver. Ser man på vores speciale er det tydeligt, at der ikke findes én disciplin, som kan favne kompleksiteten i 'oplevelsesbyen'. En fyldestgørende teoretisk tilgang må således ske ved at sammenkoble flere discipliner. Vi har primært beskæftiget os med arkitektur, sociologi, kommunikation og kunst. Da vores studium Oplevelsesdesign er tværfagligt, har det således været naturligt for os at 'låne' begreber og tankesæt fra andre discipliner og teorifelter. Dermed har det samtidig været en udfordring for os, at tillægge byrummene en egentlig

analytisk optik, da vi ser oplevelsesbyen som åben, uafsluttet og dynamisk. Vi mener, at vores teoriapparat skaber en oplevelsesorienteret optik, der har 'design', 'performativitet' og 'social interaktion' i centrum.

Vi har valgt at minimere vores fokus på de økonomiske og politiske tilgange, hvilket kan ses som en svaghed, da disse indeholder nogle samfundsrelevante temaer, som har betydning for byrummene. Vi mener dog, at dette vil række udover vores problemfelt samtidig med at vi finder, at disse områder berører nogle virkninger, som kræver et langt større fokus. Derfor kan vi også betragte det som en styrke for specialet, da vi ikke har haft den fornødne viden til at kunne skabe et overblik af de politiske og økonomiske virkninger i de valgte cases.

Vi finder, at det væsentligste når vi som oplevelsesdesignere arbejder med byrum, er at de består af en masse kræfter og dynamikker, som man ikke rationelt kan adskille i funktionsbestemte enheder, som man til en vis grad ville kunne gøre det med et kontrollerbart rum. Når vi skal designe en oplevelse i et byrum, er rummet således et lærred, der allerede er fyldt med mening.

Performativitet er et bud på, hvordan vi indenfor oplevelsesdesign kan arbejde med byrummet som et felt af mange sameksisterende kræfter, da vores tilgang til byrummet adskiller sig fra øvrige aktører. Det, performativitetsbegrebet kan, er at give en forståelse af de enkelte aktørers perspektiver – arkitektens, sociologens, politikerens, kunstnerens og oplevelsesdesignere-

rens perspektiv kan påvirke byrummenes kompleksitet i flere retninger. Alle der arbejder med byen påvirker byrummets virkninger i en særlig retning. Således ser vi det performative grundlæggende som at få noget til at ske, hvor vi finder det som et nyttigt designredskab til byrum. Hvadenten vi taler om industribygningen, der omdannes til kulturelt kraftcenter eller den midlertidige installation, er der tale om indgribende påvirkninger af byrummets identitet – dog kan virkningen af indgrebene ikke styres. Således handler performativitet som designredskab om at se mulighederne i det eksisterende byrum, og forbinde det sociale liv med det fysiske rum. Som designredskab handler det ligeledes om at fremhæve eller fremskynde egenskaber i byrummet, for således at pege på nogle eksisterende kvaliteter eller fremtidige muligheder gennem designet.

I specialet har vi implicit defineret Aalborg som en storby med afsæt i Georg Simmels teori om storbyen og lillebyen, hvilket har haft betydning for vores analyse af adfærdsmønstre i byrummet. Vi finder dog, at man kan reflektere omkring, hvorvidt det er en storby eller en lilleby. Aalborg bliver af kommunen og medierne italesat som en storby, og infrastrukturelt er der også mange ting, der peger i den retning. Dog findes der også mange af lillebyens egenskaber i Aalborg, og hvis to fremmede aalborgensere mødes, falder snakken ofte på fælles bekendskaber. Derfor ser vi mere byen en blanding af de to definitioner, da den indeholder egenskaber fra begge.



Casene Brooklyn Night Bazaar, Mini Getaway Stockholm og Homeless Hotspot, har været vigtige inspirationskilder for os i udviklingen af vores design. Vi fandt at casene hver især beskæftigede sig med, hvordan byrummene kan bruges som medie. Vi udvalgte casene, idet vi så dem som originale, og som nyskabende for anvendelse af byens rum. Man kan tage forbehold for, at vi ved to af casene – Homeless Hotspot og Mini Getaway Stockholm – ikke selv har været til stede, men har taget udgangspunkt i en bred vifte af kilder. Vi finder dog, at det netop inden for vores felt er vigtigt at kunne navigere rundt mellem trends på den internationale scene, og finde frem til dem, der har betydning for udviklingen. Dermed mener vi også, at en stor del af vores virke handler om at agere trendspottere, og være opmærksomme på digitale og samfundsmæssige strømninger, således at vi kan udvikle designs, der er på forkant med tidens tendenser.

Casene havde den digitale integration som en fællesnævner, men havde herudover et forskelligartet fokus. Betydningen af, at casene har været så forskelligartede, finder vi har haft betydning for originaliteten af vores design. Vi reflekterer over, hvad det havde betydet, hvis vi havde udvalgt mere ensartede cases, som eksempelvis alle havde sensorstyrede lys som udgangspunkt. Dette ville sandsynligvis have indsnævret vores indsamling af viden og have inspireret os i pågældende retning med hensyn til konceptudvikling.

## Oplevelsesdesignerens byrum

Vores speciale skal vise en teoretisk åbenhed for at blande kultur, design, arkitektur og sociologi. Vi finder dog, at der inden for Oplevelsesdesign stadig er brug for yderligere indspark og dybere studier til teoretiseringen af uddannelsen. Vores perspektiv har således været et forsøg på at ophæve de forskellige tilgange til byrummet til fordel for at arbejde med byrummene som et felt med et mangefold af virkninger, der kan påvirkes. Vi finder at specialet giver en dyb indsigt i, hvordan oplevelser kan designes og hvordan dette forholder sig til det performative byrum.

Vores erfaring og viden om oplevelsesdesign, har vi fundet særdeles relevant i arbejdet med byrum – oplevelser har været vores grundlæggende udgangspunkt for specialet og vores tilgang til byrummene. Vi finder, at vi med vores virke kan skabe værdifulde bidrag til byudviklingen. Et håndfast eksempel på vores berettigelse inden for feltet er termen 'oplevelsesby'.



En oplevelsesdesigner på Williamsburg Bridge, eget foto



# ANSVAR

	Diana	Sofie
Indledning/problemfelt	x	x
Videnskabsteoretisk perspektiv	x	
Oplevelsesmatricerne	x	x
Inrerview	x	
Fotos som empiri		x
Det offentlige byrum		x
Ikke-steder		x
Byens liv	x	
Teatro Mundi	x	
Det offentlige rum	x	
Det offentlige domæne		x
Performativitet i byrummet		x
Oplevelsesrummet		x
Havnefronten	x	x
Nordkraft		x
Platform4	x	
Brooklyn Night Bazaar	x	
Mini Getaway Stocholm	x	
Homeless Hotspot		x
Koncept	x	x
Konklusion/Refleksion	x	x

# LISTE



# GRUPPEPROCES

I New York - byernes by - fandt vi begge en kærlighed til de multifunktionelle, mangeartede og inspirerende byrum, der fremstod som et resultat af de mange nationaliteters input. Selvom vi begge havde svært ved at sætte ord på den atmosfære, der herskede i New Yorks gader, blev vi hurtigt enige om, at vores afsluttende projekt skulle omhandle byrum og magien, vi fandt deri. Vi har tidligere arbejdet med performativitet og mangfoldighed, og fundet disse begreber spændende, hvorfor disse også skulle indgå i vores speciale.

Opstartsfasen var hektisk, da vi havde travlt med flere praktiske ting i forbindelse med at have fødderne sat på dansk jord igen. Med de mange års erfaringer og den nylige ryste-sammen tur i New York, hvor vi fik et indgående kendskab til hinanden, kunne vi dog hurtigt trække hinanden op og påbegynde det sidste kapitel i vores liv som studerende. Vi indsamlede teori, der blev gennemgået på kryds og tværs, diskuteret og selekteret til det, vi fandt som et fantastisk udgangspunkt. En

oplevelse indeholder mange aspekter, hvorfor vores teorivalg også bærer præg af den tværfaglige tilgang.

Vi har under hele processen arbejdet kollaborativt. Vi har hver især haft et arbejdsområde med hensyn til teori, men på baggrund af brainstorm før, diskussion undervejs og fælles gennemgang efter hver tekst har vi begge haft indflydelse på hvert ord. Vi har hertil i fællesskab udarbejdet dispositioner til hvert afsnit, inden det skulle skrives, hvilket har betydet, at vi har fået indgående kendskab til de anvendte teorier og til analysen. Konzeptudviklingen og de afsluttende tekster er ligeledes skrevet i fællesskab.

Det har været en hektisk og stressende proces, men vi har nydt hvert sekund af den, hvilket vi håber er afspejlet i specialet. Det har ihvertfald været en relevant og engagerende oplevelse for os, hvilket vi håber I også har haft ved at læse det...



# LITTERATURLISTE

## Bøger

Augé, M. (1995) *Non-Places, Introduction to an Anthropology of Supermodernity*. New York: Verso.

Austin, J. L. (1997) *Ord der virker*, oversættelse og indledning af John E. Andersen og Thomas Bredsdorff. Moderne tænkere. Gyldendal, 1997. *Originaltitel: How to do things with words*, 1955.

Berger, P. L. & Luckmann, T. (1992) *Den samfundsskabte virkelighed*, Denmark: Nørhaven A/S (2. udgave, 1. oplag, oprindeligt fra 1966)

Carlberg, N., Christensen, S.M. & Christiansen, S. (2005) *Byliv og havnefront*, København, Denmark: Museum Tusulanums Forlag.

Carmona, M. & Tiesdall, S (2007) *UrbanDesignReader*, UK: Elsevier Ltd.

Collin, F. (2003) *Konstruktivisme*, Denmark: Samfundslitteratur Roskilde Universitetsforlag.

Collin, F. & Køppe, S. (2007) *Humanistisk Videnskabsteori*, Viborg, Denmark: DR Multimedie

Dewey, J. (1934) *Art as Experience*, New York: The Berkley Publishing Group.

Florida, R. (2005) *Cities and the Creative Class*, Great Britain: Routledge.

Gastil, R.W. Ryan, Z (2004) *Open New Design For Public Space*, Canada: Van Alen Institute.

Gehl, J. & Gemzøe (2001) *Nye byrum*, 2. udgave, Denmark: Arkitektens Forlag.

Gergen, Kenneth J. (2009) *An Invitation to Social Construction – Second Edition*, Great Britain: SAGE Publications.

Gmelch, G. & Zenner, W. P. (2002) *Urban Life – Readings in the Anthropology of the City*, USA: Waveland Press, Inc.

Hajer, M. & Reijndorp A. (2001) *In Search of New Public Domain*, Rotterdam: NAI Publisher

Hird, J. & Kvistgaard, P. (2010) *Oplevelsesrum. Turisme, kulturarv og oplevelser – et krydsfelt*, Denmark: Academia.

Jungk, R. & Müllerl, N. R. (1984) *Håndbog i fremtidsværksteder*, 3. udgave, Denmark: Politisk Revy.

Jørgensen, M. W. & Philips, L. (1999) *Diskursanalyse som teori og metode*, Denmark: Roskilde Universitetsforlag.

Kiib, H. (2010) *Performative Urban Design*, Denmark: Aalborg University Press,

Kiib, H. (2007) *Harbourscape*, Denmark: Aalborg University Press.

Knudsen, B. T. & Waade, A. M. (2010) *Re-investing Authenticity – Tourism, Place and Emotions*, Great Britain: Channel View Publications.

Lindstrøm, M. (2008) *Brand Sense*, Denmark: Børsen.

Marling, G. (2003) *Urban Songlines*, Aalborg, Denmark: Aalborg Universitetsforlag.

McDonough, T. (2002) *Guy Debord and the Situationist International*, USA: Massachusetts Institute of Technology.

Merleau-Ponty, M. (2003) *Phenomenology of Perception*, 2. Edition, Great Britain: Routledge.

Palen, John J. (2008) *The Urban World*, USA: Paradigm Publishers.

Parker, S. (2004) *Urban Theory and the Urban Experience*, Glasgow, Great Britain: Routledge.

Petersen, Anne R. (2001) *Storbyens billeder – Fra industrialisme til informationsalder*, København, Denmark: Museum Tusulanums Forlag.

Pine, J. & Gilmore, J. (2007) *Authenticity – What Consumers Really Want*, Virginia, USA: Harvard Business School Press.

Schmitt, B. H. (1999) *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate*, US: Free Press

Sennet, R. (1996) *The uses of Disorder – Personal Identity and City Life*, England: Faber and Faber Limited.

Sennet, R. (2000) *Reflections on the Public Realm* in Bridge, Gary & Watson, Sophie (2000) *A Companion to the City*. (s. 380) Great Britain: Blackwell Publishers Ltd.

Sennet, R. (2002) *The Fall of Public Man*, England: Penguin Books. (First published in USA 1977)

Simmel, G. (1903) *The Metropolis and Mental Life* in Bridge, G. & Watson, S. (2002) *The Blackwell City Reader*. Oxford and Malden, MA: Wiley-Blackwell.

Stigel, J. (2007) *Oplevelse og æstetik* in Jantzen, C & Rasmussen TA (Eds.), *Oplevelsesøkonomi – vinkler på forbrug* (pp. 115- 131) Danmark: Aalborg Universitetsforlag.

Umberto Eco (1989) *The Poetics of the Open Work*, oversat af Anna Cancogni, USA: Harvard College.

## Video

Arnold Reijndorp *In search of a new public domain*, video 1-6, <http://www.cphx.dk/index.php?id=316290#/311109/>

Improv Everywhere (2011) *Say Something nice*, <http://improveverywhere.com/2011/08/22/say-something-nice/>

Mini (2010) *Mini Getaway Stockholm*, <http://www.minigetawaystockholm.com/>

## Audio

Mitchell, J.I. (2012) *Interview med hjemløse Mark*, 4 minutter, <http://soundcloud.com/jonathanisaacmitchell/interview>

## Websider

[http://aalborg.dk/Om\\_kommunen/Byplanlaegning/Byomdannelse-og-byudvikling/Documents/Teglgaards-Plads\\_2.pdf](http://aalborg.dk/Om_kommunen/Byplanlaegning/Byomdannelse-og-byudvikling/Documents/Teglgaards-Plads_2.pdf)

<http://www.aalborgevents.dk/forside/nyheder/the-tall-ships-races-kommer-til-aalborg-i-2015.aspx>

[http://www.aalborgkommune.dk/om\\_kommunen/byplanlaegning/havnefront/aalborg-havnefront/oestrehavn/sider/oestre-havn.aspx](http://www.aalborgkommune.dk/om_kommunen/byplanlaegning/havnefront/aalborg-havnefront/oestrehavn/sider/oestre-havn.aspx)

<http://gaffa.dk/nyhed/40044>

<http://www.minigetawaystockholm.com/>

[www.nathan.com/ed/](http://www.nathan.com/ed/)

[www.platform4.dk](http://www.platform4.dk)



## Artikler

Arkitekturforeningen (2011) *Det Bedste Lys er i Aalborg*, <http://www.arkitektforeningen.dk/artikel/nyheder/det-bedste-lys-er-i-aalborg>

BHH Labs (2012) *Homeless Hotspots: A charitable experiment at SXSW*, <http://bbh-labs.com/homeless-hotspots-a-charitable-experiment-at-sxsw>

Carmody, T. (2012) *The Damning Backstory Behind 'Homeless Hotspots' at SXSW*, <http://www.wired.com/epi-center/2012/03/the-damning-backstory-behind-homeless-hotspots-at-sxsw/>

Högh, B.E. (2012) *Hjemløse har hitpotentiale*, Foreningen Hus Forbi

Kongsgaard, H. (2011) *Havnebadet har altid otte mand på vagt*, <http://nordjyske.dk/artikel/10/5/28/3920433/3/havnebad%20har%20altid%20otte%20mand%20p%E5%20vagt>

Wortham, J. (2012) *Use of Homeless as Internet Hot Spots Backfires on Marketer*, <http://www.nytimes.com/2012/03/13/technology/homeless-as-wi-fi-transmitters-creates-a-stir-in-austin.html>

## Publikationer

Nevald, Lars, (n.d.) *Bedre Byrum*, [http://www.bedrebyrum.dk/pdf/konferencens\\_referat.pdf](http://www.bedrebyrum.dk/pdf/konferencens_referat.pdf)

Peitersen, N. (2011) *Legesyg bænk inviterer til løjer på Bryggen*, <http://ibyen.dk/gadeplan/ECE1200084/legesyg-baenk-inviterer-til-loejer-paa-bryggen/>

Pinkgomery, S. (2008) *Pink Army*, <http://www.kunsten.nu/artikler/artikel.php?pink+army+pic>

Samson, K. (2010) *Det performativt æstetiske byrum*, Ph.d.-afhandling, Roskilde Universitet, [http://byensrum.dk/projekter/documents/Detperformativtaestetiskebyrumphd\\_low-res.pdf](http://byensrum.dk/projekter/documents/Detperformativtaestetiskebyrumphd_low-res.pdf)

Sennet, R. (2008) *The Public Realm*, <http://www.richardsennett.com/site/SENN/Templates/General2.aspx?pageid=16>

Szatkowski, J. (n.d.) *PERFORMATIVITET – om at iagttage verden med begreberne person og rolle*, [http://cesau.au.dk/fileadmin/www.cesau.au.dk/Janek\\_Szatkowski.pdf](http://cesau.au.dk/fileadmin/www.cesau.au.dk/Janek_Szatkowski.pdf)

## Powerpoint

Rosenstand, C. (2011) *Kreationsledelse*, Denmark: Aalborg Universitet

# BILLEDLISTE

Side 12

Chamberlain, M. (n.d.) *Nassau Avenue*, <http://onbedford.com/category/greenpoint-williamsburg/>

Chamberlain, M. (n.d.) *Park ved Nassau Avenue*, <http://onbedford.com/category/greenpoint-williamsburg/>

Side 17

Shedroff, N. (2011) *Model*, <http://www.nathan.com/thoughts/newmethods/5e.html>

Side 19

Friis, K. (2011) *Interaktiv bænk*, <http://www.cphx.dk/index.php?id=476829#/476829/>

Side 23

Egne fotos (2012) *Metodeforside*

Side 45

Magritte, R. (1928) *Dette er ikke en pibe*, [www.denstoredanske.dk](http://www.denstoredanske.dk)

Side 47

Crisan, A. (2012) *Streetart fra Wien*, <http://www.anemonacrisan.at/> (Teoriforside)

Side 55

Ukendt fotograf (n.d.) *Gay Parade – Amsterdam*, <http://www.cphx.dk/index.php?id=316290#/311109/>

Ukendt fotograf (n.d.) *New York*, <http://www.cphx.dk/index.php?id=316290#/311109/>

Side 56

Nguyen, K. (2011) *Distortion*, <http://cphdistortion.dk/>

Side 58

Eget foto (2010) *'Stol' ved havnefronten*

Side 59

Debord, G. (1957) *The Naked City*, [http://stevenwolffinearts.com/dynamic/artwork\\_detail.asp?ArtworkID=1362](http://stevenwolffinearts.com/dynamic/artwork_detail.asp?ArtworkID=1362)

Side 60

Banksy (n.d.) *Ostricnat*, <http://www.banksy.co.uk/outdoors/ostricnat.html>

Side 63

Ono, Y. (1964) *PAINTING TO EXIST ONLY WHEN IT'S COPIED OR PHOTOGRAPHED*, <http://www.artnotart.com/fluxus/archives-alpha.html>

Paik, N. J. (1961) *Composition for Poor man*, <http://www.artnotart.com/fluxus/archives-alpha.html>

Side 64

Ukendt fotograf (2011) *Improv Everywhere*, <http://improveverywhere.com/2011/08/22/say-something-nice/>

Side 65

Larsen, K. (2007) *Collective Strings i Mclarren Park, Brooklyn*, <http://creativeactions.com/740/collective-strings-new-york-city-2007/>

Side 79

Ukendt fotograf (n.d.) *I Support Street Art*, <https://www.facebook.com/isupportstreetart/photos?ref=ts> (Analyseforside)

Side 81

Eget Foto (2012) *Forelsket i en havneluder*

Side 82

Luftfoto fra Nordjyllands FotoflyArkiv (n.d) <http://nordjylland.flyfotoarkivet.dk/>

Egne fotos (2012) *Toldbods Plads, Legepladsen og Sportsarealet*

Et Cetera (2011) *Havnebadet & Byhaven*, <http://www.etcetera-etcetera.dk/?p=10455>

Side 87 & 88

Egne fotos (2012) – vedlagt som bilag

Side 91

Eget foto (2012) *Piger med vandpiber på trinene*

Emnapart (2011) *Sommer i Byhaven*, <http://emnapart.blogspot.com/2011/07/aalborg-havnefront.html>

Side 92 & 95

Dalhoof, C. (n.d.) *Havnebadet Islands Brygge*, <http://sustainablecities.dk/da/city-projects/cases/koebenhavn-fra-kloak-til-havnebad>

Eget foto (2012) *Havnebadet – Skibstårnet*, Aalborg Havnefront

JWH Arkitekter (2009) *Tegning fra 2009 af Havnebadet i Aalborg*, <http://www.loa-fonden.dk/media/27311/aal->

[borg%20havnebad\\_mappe\\_jwh.pdf](#)

Side 99 & 101

Egne fotos (2012)

Side 104-105

Ukendt fotograf (2011), Ophavsret Aalborg Kommune, *Parkbar på Platform4*, <http://www.byfornylsesdata-basen.dk/find/0/4/3552322>

Side 106

Andersen, S. (2011) *Lasergraffiti*, <http://www.kultur22.dk/2011/10/platform4-awards-2011-2/>

Andersen, S. (2010) *Sail-in bio*, <http://www.kunsten.nu/artikler/artikel.php?platform4+aalborg+kunst+teknolog+i+statens+kunstaad>

Nautrup, R. (2011) *Projektion ved arrangementet Ravelution*, <http://nitusind.nu/anmeldelser/ravelution>

Side 115

Ukendt fotograf (2011) *Indgang til Brooklyn Night Bazaar*, <http://bkbazaar.com/>

Side 120

Sklar, B. (2012) *Homeless Hotspot (The New York Times)*, <http://www.nytimes.com/2012/03/13/technology/homeless-as-wi-fi-transmitters-creates-a-stir-in-austin.html>

Side 125

Egne fotos (2011-2012) *Havnefronten* og *New York* (Konceptforside)

Side 129 & 130

Egne fotos (2012) *Kritikfasen* og *Fantasifasen*

Side 141

Eget foto (2012) *Havnefronten*

Side 142

**Kollage**

Earlgraywmlk (2009) *iPod Playlist*, <http://www.flickr.com/photos/earlgraywmlk/3332320243/>

Johnson, M. (2009) *Ipod Battle*, [http://myles-world.blogspot.com/2009\\_06\\_01\\_archive.html](http://myles-world.blogspot.com/2009_06_01_archive.html)

Ngyunen, K. (2008) *iPod Battle*, <http://www.ptas.dk/ipod-battle-the-champs-are-here/>

Razer (2010) *dame med høretelefoner*, <http://cult.razerzone.com/2010/11/17/the-razer-silent-disco/>

Ukendt fotograf (2009), *Silent Disco Roskilde Festival*, <http://www.aoa.dk/byliv/fest-for-miljoeet#what:Byliv>

Side 153 - 154

Egne fotos (2011) *En oplevelsesdesigner på Williamsburg Bridge og en anden i Central Park*



# BILAG

Bilag kan findes på USB-nøglen.

Bilag A: Vores egne billeder

Bilag 0: Oplevelsesmatricerne, der blev uddelt til respondenterne

Bilag 1: Jeanette & Majkens besvarelser

Bilag 2: Rebecca & Liss' besvarelser

Bilag 3: Kristian & Thomas' besvarelser

Bilag 4: Helene & Marias besvarelser

Bilag 5: Camillas besvarelse

Bilag 6: Flemmings besvarelse

Bilag 7: Transskribering af interview – Liselotte

Bilag 8: Transskribering af interview – Asbjørn

Bilag 9: Transskribering af interview – Pernille

Bilag 10: Transskribering af interview – René

Bilag 11: Screenshot af Nordkrafts hjemmeside

Bilag 12: Respondenternes billeder

Bilag 13: Powerpoint – Kreativeledelse





