

Rettet versjon, 02.02.2005

Stortingsmelding om Kultur og Næring
- momenter, innspill og kommentarer

1. Innledning

- 1.1. Målsetninger
- 1.2. Formidling og utstillingsvirksomhet

2. Arkitektur, næring og utvikling

- 2.1. Innledning og bakgrunn – historikk
- 2.2. Arkitektur og utvikling: særlige utfordringer
- 2.3. Arkitektur som merkevare
- 2.4. Prosjektbeskrivelse: bolig:urban

3. Design, næring og utvikling

- 3.1. Innledning og bakgrunn
- 3.2. Prosjektbeskrivelse: FORMlab
- 3.3. Prosjektbeskrivelse: Design uten grenser (DUG)

4. Kultur, næring og byutvikling

- 4.1. Innledning og bakgrunn
- 4.2. Cultural regeneration: kulturdrevet byutvikling
- 4.3. Norsk Design- og Arkitektursenter: kultur og næring i sentrum Øst.
- 4.4. Offentlig – privat samarbeid om kultur i det offentlige rom
- 4.5. Prosjektbeskrivelse: Industrisamfunn i norsk postindustriell kultur
- 4.6. Prosjektbeskrivelse: Landkjenne

1. Innledning

Norsk Form

Norsk Form ble dannet i 1993 etter initiativ fra Kultur- og kirkedepartementet. Senteret er en stiftelse som skal fokusere på formidling, nettverks- og kompetansebygging og prosjektrelatert arbeid innenfor fagfeltene arkitektur, design og stedsutvikling.

I en omtale av Norsk Form sitt arbeid med design, arkitektur i et helhetlig kultur- og næringsperspektiv, presiserer vi at en rekke av Norsk Forms prosjekter griper direkte inn i både kulturfeltet og næringsutvikling. Sammenhengene er svært tette, og det kan til tider være vanskelig å skille det ene fra det andre.

En forutsetning for å lykkes i målsetningene våre, er imidlertid at Norsk Form har nær kontakt med fagmiljøene innen design, arkitektur og stedsutvikling, nasjonalt som internasjonalt, og et godt samspill med myndigheter, næringsliv og allmennhet.

Vi fokuserer vel så mye på innovasjon innenfor fagområdene som på tvers av dem, og jobber svært sammensatt, i skjæringspunktet mellom kultur- og næringsarenaen. Ansatte i Norsk Form har profesjonsutdannelse innenfor alt fra arkitektur, industridesign og by- og utviklingsstudier, til kunsthistorie, litteraturvitenskap, etnologiske fag og dessuten mer tradisjonelle samfunnsfag, som samfunnsgeografi, sosiologi og sosialantropologi .

En helhetlig tilnærming til fagområdene fordrer ofte problemstillinger der design og arkitektur tangerer, overlapper eller i noen tilfeller totalt inkluderer hverandre. Dette er tilfelle i en rekke av prosjektene våre, være seg de mer langsiktige, som bolig:urban, Landkjenne og Industrisamfunn i norsk postindustriell kultur, og mer kortvarige formidlingsprosjekter og utadrettede aktiviteter i samarbeid med nasjonale og internasjonale organisasjoner. ¹

1.1. Målsetninger

I sin virksomhetsplan for 2004 presenterer Norsk Form sin visjon og sine mål som følger:

Norsk Form skal øke forståelsen for sammenhengene mellom design, arkitektur og samfunn.

Norsk Form skal

- åpne for utviklingen av ny kunnskap innen de enkelte fagene, og i spenningen mellom fagfelt og samfunn,*
- være en koblingssentral for publikum, faggrupper, forvaltning og næringsliv,*
- initiere, gjennomføre, formidle og overføre innspill, prosjekter og prosesser,*
- stille spørsmål ved gjengse holdninger, åpne opp for nytenkning og initiere kontroverser i samfunnsdebatten.*

¹ I 2004/05 samarbeider vi internasjonalt med bla. EU, DU, NORAD, Norsk Folkehjelp, Røde Kors, British Council, Finsk-norsk Kulturinstitutt, Universidad Rafael Landívar, Guatemala og Nordiska Handikappolitiska Rådet.

Vi ønsker å understreke vår rolle som formidler og kunnskapsoverfører, som er med å stimulere til nye tanker og ideer, nettveksutvikling, innovasjon og derigjennom utvikling og ny næring innenfor våre fagområder.

1.2. Formidling og utstillingsvirksomhet

Norsk Form er en fleksibel organisasjon med utstrakte nettverk i Norge og Norden for øvrig samt spesielt Storbritannia, Nederland, USA og enkelte bistandsland. Som en av våre fremste formidlingsoppgaver ser vi presentasjon av internasjonale tendenser, impulser og nyskaping på arkitektur, design og byutviklingsfeltet. Vi har til stadighet kveldsmøter, foredrag og seminarer med internasjonale, høyt kvalifiserte gjester (se Norsk Forms kveldsmøteprogram, www.norskform.no). Vårt utstillingsprogram bærer også preg av internasjonal orientering og satsning. Utgangspunktet er kultur – målsetningen er å stimulere til ny næring innenfor design- og arkitektur.

Vinteren 2005 arrangeres blant annet utstillingen EXTREME NORTH, med støtte fra Utenriksdepartementet, Nærings- og handelsdepartementet, Innovasjon Norge og Statens Vegvesen (m.fl). Utstillingen viser norsk design og arkitektur, skapt med utgangspunkt i utfordringer knyttet til norsk geografi og klima. Foruten Norge, skal utstillingen vises i Japan og Sverige, og det arbeides med flere visninger internasjonalt. På denne måten løfter vi frem den spesialkunnskap og kompetanse norske designere innehar, som konsekvens av at de er bosatt i et værhardt og variert land. Vi håper dette kan bidra til økt interesse for norskdesignede produkter, og som ytterste konsekvens, øke 'eksportpotensialet'.

Gjennom internasjonalt samarbeid i formidlingsvirksomheten er målsetningen å stimulere til videre aktivitet, og åpne for nye konstellasjoner og muligheter innenfor fagfeltet, både for enkeltaktører og for overordnede organisasjoner og myndigheter.

Våren 2005 skal Norsk Form, eksempelvis, arrangere gründerseminar for unge designere. (I samarbeid med NID – Norske Industridesignere) En av målgruppene er norske studenter som har studert i utlandet. Vi ønsker å tilby disse et bredere nettverk i Norge, og tilby et fora her hjemme der de kan formidle egen erfaring og verdifull kompetanse fra studiesteder i utlandet. Svært mange norske ungdommer studerer arkitektur- og designfag ute og har følgelig høy grad av internasjonal orientering. Dette anser vi som svært verdifullt. Norge står utenfor EU, og det må ekstra innsats til for å henge med på internasjonale program og støtteordninger innenfor EU på vårt felt.

Gründerseminaret tar mål av seg å presentere flere gode og veletablerte norske design-foretak, som kan skilte med internasjonal suksess. Tanken bak er å vise at det nytter å få enkeltprodukter ut i produksjon, og at det er høyst mulig å skape sin egen arbeidsplass og slå gjennom både hjemme og ute.

I en tid da norske arbeidsplasser flagges ut, og forsvinner til utlandet – ikke minst i tilknytning til kunsthåndverk, design- og byggrelatert virksomhet ser vi det som viktigere å stimulere det unge norske designmiljøet til selvstendighet og til å se mulighetene her hjemme. Vi stiller oss kritiske til at norske formgivningstradisjoner i økende grad går tapt, ved at arbeidsvilkårene for disse legges til utlandet, og da fortrinnsvis Øst-Europa og Asia.

2. Arkitektur, næring og utvikling

2.1. Innledning og bakgrunn – historikk

Arkitekturen i Norge har jevnt over hentet inspirasjon fra internasjonale forbilder. Den norske byggeskikken er samtidig nært knyttet til vårt landskap og klima.

Som vitenskap og utdanningsretning er arkitektur imidlertid et ungt fag i Norge. Året 2005 markerer 100-års jubileum for landets første arkitekthøgskole, med egen linje på Norges Tekniske Høgskole (NTH). Riktignok fikk landets egne arkitekter sin utdanning fra tegnelinjer på håndverksskolene i Christiania og København på 1800-tallet, men det var først med NTH i 1905 at vi kan snakke om en egen utdanningsretning for arkitektur som en del av det norske kultur- og selvstendighetsbildet.

Arkitektur vil alltid følge overordnede teknologiske nyvinninger i materialer og konstruksjoner. Norge er et lite land. Derfor har arkitekturen her hjemme først og fremst hentet inspirasjon fra internasjonale forbilder. Under modernismens fremvekst i Europa, ble det først og fremst Bauhaus-skolen i Tyskland som på 1920- og 30-tallet kom til å prege den norske 'skolen'. Med inspirasjon fra samtidige arkitektmiljøer i Holland, Frankrike og Sovjet, kom man etter hvert også til å snakke om en ny internasjonal stil i arkitekturen, den såkalte funksjonalismen.

Funksjonalismens gjennombrudd i Europa hadde flere sider – påvirkning fra og slekskapet med den kubistiske retningen innen malerkunsten, evnen til rendyrking av den armerte betongen som konstruksjonsprinsipp og artikulert fasadeuttrykk og den sosiale profilen knyttet til boligproduksjon, materiell velstand og lys og luft for almenheten.

I Norge kom den sosiale siden ved funksjonalismen til å dominere volumet av det bygde Norge etter krigen, men den kunstneriske siden i arkitekturen har helt opp til våre dager hentet inspirasjon fra 1930-tallets funkisvillaer som ser ut til å ha overlevd som internasjonal moteretning.

Den norske arkitekturen som i dag ser ut til å få størst internasjonal anerkjennelse, er først og fremst tuftet på den norske fortolkningen av funksjonalismen, og en videreutvikling av den poetiske modernismen. Arkitekt Sverre Fehn er helt sentral for å forstå den norske arkitekturs anerkjennelse i utlandet. I dag er det først og fremst arkitektkontoret Snøhetta som kan vise til de største internasjonale merittene – gjennom ferdigstillingen av biblioteket i Alexandria og de påbegynte arkitektarbeidene for en ny museumsbygning på Ground Zero i New York – det første med markant statlig støtte etter at kontoret vant en åpen internasjonal arkitektkonkurranse, det andre mer som en anerkjennelse av kontorets innovative arkitektur.

Både Fehn og Snøhetta blir i dag formidlet i utlandet gjennom temporære, mobile arkitektutstillinger. Slikt profileringsarbeid er viktig, og må gjerne bli et utvidet satsningsfelt i tiden fremover. Norsk Form merker særlig interesse for den 'naturorienterte' arkitekturen, med høy kunnskap knyttet til trevirke og klimatiske forhold – og ikke minst bevissthet om bærekraft. Vi ser for oss at det kan lages sentrale internasjonale vandretstillinger knyttet til denne tematikken og jobber fortiden selv med utviklingen av en mønstring over den moderne hytta.

Norge deltar i den internasjonale arkitektorganisasjonen European som utlyser arkitektkonkurranser på tomter i de fleste land i Europa. Norsk Form har gått inn i Europasamarbeidet for å sette inter-europeiske bolig- og byutviklingstemaer på den norske dagsorden gjennom unge arkitekters konkurranseutkast. De norske tomtene til konkurransen i 2005 befinner seg i Kirkenes, Bergen, Hamar, Stavanger og Kristiansand.

Generelt blir det avholdt for få åpne arkitektkonkurranser innen EØS-området i Norge. Dette kan hindre at norsk arkitektur i mindre grad prøvd seg mot internasjonale marked og utviklingskrefter.

Norske arkitektkontorer har imidlertid vært flinke til å innlede samarbeid med internasjonale arkitektelskaper om utbyggingsoppgaver – både her hjemme (IT-Fornebu) og i utlandet (prosjektering av flyplass i India). Dette er utviklingstrekk som har kommet for å bli. Arkitektarbeid er først og fremst digital produksjon. Vi ser kanskje i dag en retning innen internasjonalt samarbeid, hvor også norske arkitektkontorer er involvert, som utnytter tidsforskjellen mht en produksjon som nærmer seg ytelse 24 timer i døgnet (Snøhetta i New York og AVIAPLAN i India).

2.2 Arkitektur og utvikling: Særlige utfordringer

- De rasjonelle drivkreftene i samfunnet påvirker måten vi bygger og bor på
- Oppgavene for arkitektene har blitt utvidet og forandret
- Arkitektur blir oftere fremstilt som merkevare - på lik linje med andre varer
- Arkitektur brukes mer bevisst som motor og verktøy i seg selv, for by- og stedsutvikling
- Arkitektur får en sterkere rolle i diskusjonen om globalisering og homogenisering.

Kravet til midlertidighet, generalitet og fleksibilitet har blitt større og Norsk Form mener å se at slike utviklingstrekk kan påvirke kvalitet og formale uttrykk på måter som ikke alltid er hensiktsmessige, verken på kort eller langt sikt.

Det er et trekk i dag at byggeprosjekter ferdigstilles raskere enn noen gang, og turnoverprofilen på bygg er mer foranderlig. Omstillingen kan være så rask at man knapt rekke å bygge før prosjektets forutsetninger er foreldet. Utfordringer for arkitekturen kan derfor være å utforme bygg ut fra hovedmotivet om å ha færrest mulige motstandspunkter mot endring, det vil si mest mulig fleksibilitet og potensialer for multifunksjonell bruk.

Kravet til tempo og foranderlighet kan imidlertid være med på å sette en stopper for de arkitektoniske mulighetene. De store byggeoppgavene blir større og mer komplekse, og en konsekvens er at vi vet mindre i dag, sammenlignet med tidligere tider, om hvem som eier og hvem som bruker.

De store byggeoppgavene i Norge ser ut til å fremtre med sykluser på mellom 4 til 5 år. Den politiske debatten forut for utbyggingsprosjektene kan være lang, men når vedtak først er fattet, er kravet til rask ferdigstillelse større enn før. Medgått tid til å dyrke frem konseptuelle kultur- og stedstypiske uttrykk står i fare for å reduseres.

Sistnevnte er negativt med tanke på økt konkurranse byer og steder imellom, rent nærings- og inntjeningsmessig, være seg både regionalt, nasjonalt og globalt. Det faktum at arkitektur som konseptuelt kunstnerisk uttrykk i seg selv har blitt en viktigere ”pull-effekt” for å skape oppmerksomhet og positive ringvirkninger for vekst, bør understrekes.

Dersom arkitekturen forflates og mister stedstypisk orientering og konseptuelle idégrunnlag, vil vi, i siste instans, kunne ende med en pregløs urban geografi.

Fremtredende samfunnsforskere har påpekt faren for homogenisering av landskaper i de globale byene.² Norsk Form stiller spørsmålstegn ved om hvorvidt vi, satt på spissen, er tjent med et Oslo som likner på en prikk Stockholm, som igjen likner København, London, Paris eller Mexico City for den saks skyld.

Eksempelvis, spesielt med tanke på tendensen til såkalte corporate brands (les – LIDL, Starbucks, NIKE, etc.) jobber vi fortløpende med kjøpesenterdiskusjonen, og spørsmålet om plassering og stedstilpasning av storkjøpsbutikker og sentre. Norsk Form krever større bevissthet og ansvar hos utbygger og arkitekter involvert i slik senterutvikling. Vi vet at sentrene opplever økende konkurranse seg i mellom, og tror at økt vektlegging på nyskapende arkitektur, kvalitet og kunstneriske formale uttrykk vil kunne øke senterets komparative fortrinn og næringsmessige inntjeningspotensiale.

Samtidig ser vi, vel og merke, også, at arkitekter i seg selv i økende grad blir engasjert i prosjektledelse av veier, broer, flyplasser og kollektivknutepunkter – felt som tidligere først og fremst har vært forbeholdt ingeniørene - og dessuten at arkitekter oftere involverer andre kunstneriske utøvere, som bla. scenografer og designere, på tidlige stadier i utformingsprosessen. Dette kan tyde på en større bevissthet knyttet til utforming, bruk på ulike nivåer, samt individ-effekten av påvirkningen fra de bygde omgivelser.

2.3. Arkitektur som merkevare

Arkitektur i seg selv, som symbol og kulturelt uttrykk, blir mer og mer fremstilt som en merkevare, på lik linje med andre varer, eller ”brands”. Arkitektur selger, og det kan se ut til at flere engasjerer seg i våre arkitektoniske omgivelser. ”Bilbao-effekten”, som vektlegger det spektakulære og unike innenfor utforming og materialbruk er blitt et begrep, vel og merke omdiskutert, og er blant annet knyttet til utbygging av større kulturhus og kjøpesentre. Det kan ha uheldige sider at bygg i det offentlige rom må være spesielt og skille seg ut, fremfor å passe sammen og skape helhet. Samtidig er dette også uttrykk for en ny løsslupenhet, lekenhet og dristighet innenfor arkitekturen som er verdt å anerkjenne, og som trolig vil stå igjen som et kjennetegn på den arkitektoniske, postmoderne epoken vi nå er inne i.

Arkitektur gjenspeiler materialer, konstruksjoner og funksjonelle uttrykk. Krav til generalitet kan fremme anonymitet, men også frigjøre formen totalt fra funksjonen. Mulighetene for arkitekturen kan være å bevege seg mot større grad av volumstudier i en by- og tettstedsammenheng, der overflater, farger, høyder, tilpasning, variasjon og generalitet trer klarere frem for beslutningstakerene. Med arkitektur kan geografiske fortrinn underbygges og løftes, og derigjennom fremheve særpreg og unikheter i landskap og plassering. Med tanke på generelt omdømmearbeid, turismenæringen, og det å selge inn, og ”brande” for eksempel hovedstaden, med tanke på reiselivsnæringen, er det svært viktig at man er bevisst i utbyggingen av nye havneområder, såkalte ”gateways”, som Bjørvika og Tjuvholmen. Det arkitektoniske uttrykket bør understreke, tydeliggjøre og stimulere byens egenart og identitet – for å skape økt ’lesbarhet’ og distinksjon.

Utfordringer for arkitekturen vil også være evnen til inngripen med store entrepenør- og eiendomsselskaper. Det er mer og mer som tyder på at man ikke bare blir etterprøvd på pris- og leveringsdyktighet i byggeprosjekter, men like mye på løsning, formgivning og arkitektonisk uttrykk. Et av kompetansebehovene for norsk arkitektur kan derfor være en fortløpende oppdatering på hvilke entreprisereformer som faktisk gjør seg gjeldende i norsk byggeri i dag, og på hvilken måte norsk arkitektur i større grad kan implementeres i de nye entreprisereformene, uten at det svekker arkitektenes posisjon og mulighet til å påvirke med kunnskap og kompetanse.

² Ed Soja, Sharon Zukin, m.fl.

2.4. Prosjektbeskrivelse: bolig:urban

De store boligprosjektene har gjennomgått viktige endringer. Ikke bare ved at den dominerende oppdragsgiver ikke lenger er boligbyggelagene, eller fordi den enkelte bolig har blitt mindre, men ved at markedet er tilpasset en endret familiesituasjon. Enslige voksne med ett til to barn, på vei fra en livssituasjon og bolig til en annen, er blitt et fast mønster. Dette kan forklare hvorfor innerbyen har vokst fram som det viktigste byggeområdet. Boligen må omgis av en infrastruktur av sosiale tilbud og service. Det kan virke som om kjøpesentrene, med sin regelstyrte formgivning tilpasset for bilbruk, ikke svarer på disse utfordringene.

Bolig:urban er et samarbeidsprosjekt med Husbanken som avsluttes ved utgangen av 2004. Prosjektet har vært fødselshjelper for nye boligløsninger i dialog med utbygger og prosjekterende, samt offentlige aktører. Gjennom en tverrfaglig tilnærming til byen og boligen har prosjektet bidratt til å sette diskusjonen om nye byboliger på dagsorden.

bolig:urban reiser problemstillinger tilknyttet boligen, byen og bylivet. Prosjektet har flere aktiviteter i skjæringspunktet mellom kultur og næring. Samarbeidet med flere utbyggere og arkitekter har bidratt til å åpne for en forståelse for bykultur i et videre perspektiv. Tilsvarende har studien av barn og unges fysiske rammer for oppvekst i Hausmannsområdet vært et konkret innspill til planleggere, offentlige og private, som er aktører i transformasjon av den tette byen.

Prosjektet har også gjennomført en kontekstavklaringsstudie av to aktuelle utbyggingstomter, en undersøkelse av hvordan utbyggere tenker om bygging og salg av byboliger. Det er utgitt en serie temahefter, og prosjektlederne blir mye brukt som foredragsholdere og rådgivere av private utbyggere og av det offentlige. Oversikten over flere sider ved bylivet (fysisk og sosial) er en del av prosjektets spisskompetanse.



Byliv, bo- og boligmiljø. Gjennom en tverrfaglig tilnærming til byen og boligen har prosjektet bidratt til å sette diskusjonen om nye byboliger på dagsorden.

(Foto: Guro Voss Gabrielsen/Bård Isdahl/Norsk Form)

3. Design, næring og utvikling

3.1. Innledning og bakgrunn

Design handler om å skape de omgivelsene vi lever i. Design er produktutvikling, der kultur, teknologi og næring danner grunnlag for nye løsninger. Design som verktøy kan brukes rent næringsrettet; for å styrke bedrifters lønnsomhet og konkurransevne, eller i ren kulturell kontekst; for å utvikle kulturelle uttrykk, identitet og egenart. Det er først når begge disse aspektene vektlegges, at innovasjon oppstår, og designfaget utnytter sine fulle potensialer.

Design er både prosess og resultat. En designers styrke er å nyttegjøre kreative og analytiske metoder til problemløsning. Design er et tverrfaglig arbeidsområde og designere jobber best gjennom tverrfaglige prosjektgrupper. Designere arbeider tett mot sluttbrukere, produsenter og kunder gjennom hele utviklingsprosessen, og bør involveres så tidlig som mulig i utviklingsprosjekter. Gode produkter og løsninger kjennetegnes ved at de ivaretar økonomiske og kulturelle aspekter, markeds- og miljømessige hensyn, samt at de er funksjonelle og produksjonsvennlige. Design er utformingen av produkter og tjenester der disse kunnskapsområdene smeltes sammen.

I Norge er design et ungt fag, en betegnelse som kun har eksistert siden midten av 1900-tallet. Faget ble utviklet for å svare på nye utfordringer i produksjon av gjenstander - industri med optimalisering og masseproduksjon, i motsetning til håndverksarbeid med sine unikaprodukter. I vår postindustrielle tid er det nye utfordringer knyttet til å utvikle bedre løsninger, utvikle vår kulturelle identitet, og forbedre vårt næringsgrunnlag. Noen viktige områder der Norge har ressurser og potensial for nyskaping, er innen råvareutvinning som olje, fiskeri, metallurgi, og landbruk, innen tjenesteyting, innen høyteknologi som kommunikasjonsteknologi, transport og medisinsk utstyr, innen opprustning av våre offentlige rom som også omfatter nasjonal og regional identitetsskaping, samt innen vår utenrikspolitikk, med krigs og katastrofehåndtering, og langsiktig utviklingsbistand.

Tradisjonelt sett er Norge et råvareproduserende land, og som en følge av dette har svake tradisjoner på designområdet. I en tid med stadig økende utflytting av industrien, der Norge faktisk er det nordiske landet som flagger ut mest³, vil design utgjøre en nødvendig del av den fremtidige verdiskapningen. Design er et profesjonelt verktøy for utvikling, som metodisk tar i seg kompleksiteten som kreves av dagens nyskaping. Men i det postindustrielle, globaliserte samfunnet vi nå lever i, er designs mulige bidrag til nyskaping ikke nok utforsket og utprøvd. Hvordan man kan utnytte designs potensial i en bærekraftig næringsutvikling? Hva er våre styrker i forhold til naturressurser, teknologi, kultur, kunnskap m.m.? Hvordan drive innovasjon, designfagets grunntanke, ut fra dagens lokale og globale forutsetninger? I tråd med en økende kunnskap om design, debatteres design som begrep, fag og fenomen i stadig større grad. Forskning og debatt, kunnskapsspredning og bevisstgjøring – design er i ferd med å innta en tydeligere plass i samfunnslivet, kulturelt, økonomisk og politisk. Søknadsbunken på designutdanninger, så vel som antall medieoppslag, viser enorm interesse for fagområdet.

Design, utvikling og innovasjon

Det er imidlertid vanskelig å etablere seg som ung designer, og få innpass i relevante miljøer. Den generelle forståelsen for designfagene er liten, så vel innenfor det offentlige som i det private næringsliv. Nyskapende design må derfor støttes fra et kulturpolitisk og et næringspolitisk ståsted. Det må legges til rette for ”ny design”, et programområde som har til hensikt å styrke designernes posisjon. Norsk Form ser behovet for å tilrettelegge og motivere til innovasjon på ulike nivåer i næringsutviklingen hvis man skal kunne innfri Regjeringens uttalte mål om at ”Norge skal være et av verdens mest nyskapende land (fra

³ Klassekampen, fra undersøkelse publisert av danske Ugebrevet A4

dokumentet ”Fra idé til verdi – Regjeringens plan for helhetlig innovasjonspolitik”)). For å nå slike mål kreves det en langsiktig næringspolitikk der den umiddelbare avkastningen ikke er hoveddrivkraft. Det må fokuseres ytterligere på innovasjon på tidlige stadier, og designere må bringes inn som en del av en helhetlig utviklingsprosess.

Norsk Form har både en bred og spesialisert satsing på design. Organisasjonen formidler designfaget til barn og unge, de jobber med kvalitetsheving på produktutvikling i det offentlige Norge, de jobber med innovasjon i bistandsprosjekter, de formidler gode eksempler og gode fagutøvere gjennom utstillinger og konkurranser, og de debatterer faget, i media, ved å arrangere seminarer, konferanser osv. Ved langsiktig arbeid, mot ulike målgrupper, innen flere sektorer, vil Norsk Form øke kvaliteten på nyskaping, offentlig og privat, og danne et bærekraftig grunnlag for nasjonens aktiviteter i det nye århundre.

Profileringen av Norge og deltagelse internasjonalt

Spesielt i omdømmearbeidet blir en bevissthet om omgivelser stadig viktigere. Hvordan profilerer Norge seg som nasjon ute i verden i forhold til hva potensielle besøkende faktisk møter på sine reiser i Norge? Hvilke verdier er det ønskelig å fokusere på, og hva består den norske identiteten av? Nostalgi eller fremskritt, fjord og fjell eller det urbane liv i byen? Er plasttrollen den beste representanten for den norske folkesjela, eller for den saks skyld en veikro med navnet ”By the Way” som i tillegg gir klare formmessige assosiasjoner til en UFO? Design spiller en viktig rolle i dette arbeidet, ikke nødvendigvis med det mål for øyet å rense bort alt uønsket, men som en verdifull metode i en bevisstgjøring i forhold til budskapet vi sender ut om vår nasjonale identitet og det faktiske møtet med Norge og norsk kultur. Det understrekes at slikt arbeid bør ha langsiktige næringspolitiske mål, det er gjennom en konsekvent og møysommelig arbeid en troverdig identitet bygges. En nasjons identitet bygges innenfra, basert på faktiske handlinger og resultater snarere enn ren historieskriving og identitetsbygging basert på et ønsket ytre.

Gjennom utstillinger som Extreme North satses det aktivt på å bringe norsk design og arkitektur ut i verden. Ved å velge utstilling som profileringsform, utnytter man kulturnæringsenes potensial fullt ut. Utstillinger åpner også opp for uetablerte krefter i større grad enn mer direkte næringslivsorienterte former for presentasjoner som messer, og vil dermed vise nytenking som en viktig drivkraft for nasjonen Norge.

I arbeidet med å bygge Norge som et av verdens mest nyskapende land kommer vår deltagelse internasjonalt inn som en viktig faktor. Innovasjon fordrer stadig nye impulser og kompetanseutvikling, for eksempel gjennom studier i utlandet. Utvikling av støtteordninger som gir flere denne muligheten uavhengig av bakgrunn er et viktig virkemiddel.

Designformidling til barn og unge

En langsiktig næringspolitikk som legger til rette for økt grad av innovasjon i fremtiden, fordrer også en satsing på morgendagens innovatører – barn og unge. Det må tilrettelegges for kreativitet og innovativ læring slik at barn og unge får nødvendig faglig og digital kompetanse, og utvikler en søkende nysgjerrighet. Grunnskolen skal ikke utdanne designere, men vekke en nysgjerrighet for hva som ligger til grunn for det menneskeskapte, og åpne for inspirasjon og refleksjon gjennom blant annet å se, sanse og oppleve. Slik kan barn og unge få den nødvendige innsikt og kunnskap til å bevisstgjøre dem i sitt forhold til egne omgivelser, enten som fremtidig bruker eller produsent. Vi ser også et tydelig behov for en større grad av tverrfaglig satsing i utdanningen utover grunnskolen for å gi rom for større tenking og innovasjon i flere ledd av næringsutviklingen.

Utover FORMlab utvikler Norsk Form undervisningsprosjekter til bruk i skolen. Dette være seg opplegg som tilrettelegger for diskusjon om identitet og merkevarebygging, og bevisst forbruk (som i prosjektet Design av drømmer), eller prosjekter der eleven får direkte kunnskap om designmetodikk og kvalitet i produkter gjennom å arbeide med designprosessen og være produsent av design (som i prosjektet

Styggepent). Gjennom FORMlab søker Norsk Form et internasjonalt samarbeid med liknende organisasjoner i utlandet om formidlingsmetoder i det arbeidet som rettes mot barn og unge. For tiden er vi i samtaler med The Lighthouse i Glasgow om samkjøring av formidlingsprosjekter slik at barn og unge i begge land kan drive utveksling gjennom møtet design og arkitektur.

Offentlig rom, stedsutvikling og identitet

Design inntar en stadig viktigere rolle i utformingen av det offentlige rom, både i et kulturelt perspektiv og et næringsperspektiv. Utvikling og bevisstgjøring av egen identitet er viktig for alle kommuner, uansett om det er innbyggernes tilhørighet og stolthet det handler om eller salgbarhet i forhold til tilreisende. Det er en generell, økende oppmerksomhet på hvordan kommunenes omgivelser ser ut, og hvordan forskjellige tilbud blir presentert, både med tanke på bosetting, næringsetablering og aktivitet generelt. En langsiktig og helhetlig tilnærming til disse problemstillingene vil utover økt trivsel også føre til et mer effektivt og økonomisk vedlikehold.

Prosjektet Verktøykasse for design i kommunen tar for seg slike problemstillinger, og spenner over hele det visuelle området fra designprogram for informasjonsmaterieell, markedsføring og trykksaker, via skilting og stedsutforming til valg av beplantning på innfartsveier. Målet er å gi kommunene et verktøy for å planlegge og gjennomføre lønnsomme investeringer innenfor kontrollerbare økonomiske rammer. Kommunene får et redskap til å påvirke utvikling av identitet og egenart i ønsket retning, og det offentlige kan lettere fremstå som et forbilde. I en stadig mer globalisert verden også innenfor turistnæringen, vil kommunenes presentasjon av seg selv og sin særegne identitet også bli stadig viktigere. Ved å legge forholdene til rette kan det offentlige stimulere til utvikling der alle parter trekker i samme retning.

3.2. Prosjektbeskrivelse: FORMlab

Med overgangen til nye og større lokaler vil Norsk Form i styrket grad rette seg mot barn og ungdom i formidlingen av arkitektur og design. For at barn og unge skal kunne utvikle en reflektert holdning til sine omgivelser, er det viktig at de i oppveksten opplever og blir interessert i de grunnleggende fenomenene som omgir oss. Gjennom direkte møte med verktøy, materialer og konstruksjonsøvelser i stor målestokk ønsker Norsk Form å formidle en konkret forståelse for den moderne bygnings- og gjenstandskulturen.

FORMlab skal være en arena for formidling, læring, utforskning og opplevelse innen design og arkitektur gjennom praktiske og handlingsbaserte erfaringer. Med utgangspunkt i aktiviteten i FORMlab skal det også utvikles og utprøves digitale læringsprogram i arkitektur og design som skal formidles til skoler i hele landet. Programmene skal utvikles i samarbeid med brukerne, lærere og elever, og det er etablert kontakt med aktuelle høyskoler. Aktuelle næringsmiljøer innenfor arkitektur og design vil trekkes inn for å sikre læringsprogrammets relevans i forhold til dagens og fremtidens utfordringer.

FORMlabs lokaler, materialer, verkstedsutstyr og digitale verktøy skal muliggjøre workshops for opp til 60 personer som kan jobbe med en kombinasjon av fysiske og digitale aktiviteter. Et tilbud i FORMlab kan også sees i sammenheng med mulighetene til å arrangere større konferanser og utstillinger i Norsk Design- og Arkitektursenter.

Parallelt med formidling til barn og unge, skal FORMlab være et ledd i større prosesser innen innovasjon, forskning, og kompetanseutvikling, spesielt som et fysisk sted for aktivt og konkret arbeid i workshop-form. For næringslivet blir dette en arena for kompetanseutvikling, utprøving av relevant teknologi og produkter, og i tillegg faglig-sosial aktivitet. For fagmiljøene blir det et sted for gjennomføring av kurs, verksteder, formidling og utprøving. Når det gjelder forskningsmiljøene åpner fasilitetene for en mulighet

til formidling, utprøving og evaluering. Vi vil etablere en arena for nyskapende kontakt mellom unge, næringslivet og academia. Vi vil etablere et møtested for utdannings- og næringssektoren knyttet blant annet til oppfølgingen av strategiplanen "Se mulighetene og gjør noe med dem!" utgitt av NHD, UFD og KRD. FORMlaben åpner i januar 2005.



Pedagogisk lek. FORMlab skal være arena for formidling, læring, utforskning og opplevelse, rettet mot barn og unge. (FOTO: Niklas Lello/Norsk Form)

3.2. Prosjektbeskrivelse: Design uten grenser

Programmet Design uten grenser har siden oppstart i 2000 arbeidet med prosjekter i skjæringspunktet mellom industridesign og internasjonal bistand. Målsetningen med programmet er tredelt:

1. Å utnytte designeres kreative og analytiske evner i partnerskap med sivil samfunn og næringsliv for å bidra til utvikling av løsninger rettet mot den tredje verden.
2. Å øke fokus på muligheter ved å bruke designkompetanse til utvikling i fattige land, både blant profesjonelle faggrupper og i den allmenne befolkning.
3. Å støtte opp under lokal designkompetanse gjennom nært samarbeid med lokale designere og produktutviklere.

Design uten grenser tar utgangspunkt i at designkompetanse gir et verdifullt bidrag til prosjekter der målet er å utvikle løsninger i utviklingsland eller for kriserammede områder. Design handler om planmessig utvikling av produkter og systemer for å dekke menneskelige behov. Tverrfaglighet, kreativitet, metodikk og kommunikasjon står sentralt i designerens arbeid. Målet er å ivareta de ulike aspektene ved et produkt som sammen gir en god løsning, slik som ergonomi, funksjon, estetikk, miljø og økonomi.

Design uten grensers satsningsområder i 2005 er innen nødhjelp, helse, næringsutvikling og partnerskap for utvikling. Innen feltet nødhjelp er målet å heve kvaliteten på produkter som brukes innen nødhjelps- og krisearbeid. Utviklingen foregår som et samarbeid mellom designere, produsenter, bistandsorganisasjoner og eksperter. Ett eksempel er utvikling av forbedret utstyr for manuell minerydding i samarbeid med Norsk Folkehjelp. Manuell minerydding er ryggraden i all minerydding. Imidlertid er det gjort lite helhetlig produktutvikling på utstyret minerydderen bruker. Design uten grenser igangsatte et prosjekt i denne forbindelse i 2002 med konkrete analyser av minefelter i Mozambique. Prosjektet går nå inn i en utviklingsfase, støttet av UD, der målet er økt effektivitet i mineryddings arbeidet, samt bedre arbeidsforhold for minerydderne. I produktutviklingen vil både internasjonale og norske produsenter være

med fra starten av. Løsningene vil gi grunnlag for produksjon hos bedriftene som deltar, og vil ha stort kommersielt potensiale.

I 2005 vil Design uten grenser i samarbeid med Sintef Helse gjennomføre et forprosjekt for å kartlegge bevegelsehemmedes forflyttingsbehov i dagliglivet; hjemme, på arbeid og ved sosiale relasjoner. Hovedprosjektet vil ha som mål å bidra til at mennesker med funksjonshemming får større frihet i dagliglivet og kan delta aktivt i samfunnet. Løsningene vil vurderes opp mot muligheten til å forbedre egenmobiliteten til bevegelsehemmede, muliggjøre økt lokal produksjon og å muliggjøre lokal markedsadgang (formidling/salg) for produktene.

Eksportrettet produktutvikling er et område med stort potensial for økt inntekt for fattige land. Ofte viser det seg at manglende forståelse for vestlige krav til produkter, for eksempel i forhold til kvalitet, identitet og estetikk, gjør det vanskelig for utviklingsland og nå inn på vestlige markeder. Her vil bruk av designmetodikk i produktutvikling kunne gjøre stor forskjell, i kombinasjon med tiltak som tilgang på markedskunnskap og finansiering. Design uten grenser er involvert i næringsutvikling gjennom flere prosjekter, både forbedring av prosessene innen kaffeproduksjon i Guatemala, utvikling av nye produkter av jute i Bangladesh og designbidrag i forbindelse med utvikling av økoturisme i en mayaindiansk landsby.

Norske designkontorer er involvert i Design uten grensers arbeid både gjennom å bidra med designkompetanse i utviklingsprosjektene og gjennom å ta imot designere fra Guatemala på utveksling i sin bedrift. Designbransjen er relativt ung i Norge, og behovet for dialog med andre miljøer er stort. Gjennom å øke sin erfaring fra ulike typer prosjekter får designkontorene bedre kommersielle muligheter. Den kulturelle utvekslingen gir nyttig kompetanse som bidrar til å styrke det norsk designmiljøet. Med initiativet Design uten grenser er Norge et foregangsland med hensyn på å koble designeres kompetanse opp mot behov i utviklingsland. Erfaring så langt tilsier at dette er en fruktbar arbeidsmåte som det er sterkt ønskelig å videreutvikle.



En av Norsk Folkehjelps mineryddere i Mozambique
Foto: LEif Isachsen, Kode Design



Test av trisykkeladapter utviklet av Design uten grenser og Sintef Helse.
Foto: Heidi Sussanne Leren, HANne Marthe Holmøy



Tradisjonelt utstyr for prosessering av kaffe i Guatemala.
Foto: Tor Inge Garvik

4. Kultur, næring og byutvikling

4.1. Innledning og bakgrunn

De radikale transformasjonsprosessene vi har vært igjennom de siste 50 årene, blant annet med utviklingen av massesamfunnet, økt mobilitet, økonomisk globalisering, urbanisering og deindustrialisering som hovedtrekk, gir endrede vilkår for byutvikling. Økt tilstrømming til byene, verdensøkonomi, konkurranse om investorer, forskyvning av maktforhold i byutviklingen og økt oppmerksomhet på bærekraft, kultur, kreativitet og innovasjon krever nye innfallsvinkler til fagfeltet. Det er behov for en tverrfaglig og sektoruavhengig arena som samler, formidler og debatterer nødvendig kunnskap, populært betegnet som ”urban governance”. Dette kompetansefeltet ligger i skjæringspunktet mellom urbanisme, arkitektur, samfunnsgeografi, sosiologi, økonomi, kultur, religions- og utviklingsstudier. Feltet er sammensatt og stiller nye og omfattende kompetansekrav til arkitekter, byplanleggere, samfunnsvitere og andre aktører som er med på å utforme, skape aktiviteter og legge til rette for utviklingen av det fysiske rom.

De strukturelle endringene nevnt overfor, manifesterer seg også geografisk og sosiologisk, med dannelse av såkalte ”urban clusters”, sterke regionale knutepunkter preget vel så mye av internasjonale relasjoner som av nasjonale, der befolkningen ofte er svært ressurssterk, med hensyn til alle former for kapital. Denne befolkningen er dessuten multikulturell, og har som regel høyere innvanderpopulasjon enn ellers i landet.

I disse urbane ’nodene’ ser vi at det på den ene siden utvikler seg en finans-, media-, kunnskaps- og kulturindustri, og på den andre – en servicenæring som kan opprettholde og ’betjene’ førstnevnte. Etter hvert pekes det på konturene av et nytt klassesamfunn, med en tydeligere todeling enn vi, tradisjonelt sett, er vant med; På den ene siden finner man ”the creative classes”, på den andre, ”the service economy”.

4.2. Cultural regeneration: Kulturdrevet byutvikling

I Norge, som internasjonalt, er disse nye skillene mest fremtredene i de større byene: Oslo, Bergen, Stavanger og Trondheim. Flere av disse byene er i ferd med å gjennomgå betydelig urban transformasjon, med funksjonsendring av bygningsmassen. Særlig ser vi at tidligere industrilokaler og områder for industriarbeidere omskapes til kulturelle magnetfelt, der innovasjon, eksperimentering og kreativitet er sentrale stikkord. Vi ser at disse områdene er populære, og at de etter hvert også tiltrekker seg andre grupper enn avant-garde miljøer. Boliginvestorer rykker inn, pengesterke oppkjøpere overtar, prisene går opp, og gentrifisering og omfattende oppgradering av bydeler er resultatet. I økende grad ser vi hvordan de store utbyggerne selger inn boligprosjekter med bemerkelsesverdig kulturell profil: Gallerier, kunstsentre, verksteder, konsertarenaer, matmarked og lignende ligger som del av prospektet, og danner grunnlag for attraktive salgspakater. På denne måten ser vi helt tydelig hvordan kultur – og til dels alternativ kultur – er i ferd med å bli høypotent næring. Spørsmålet er hvorvidt inntjeningen på slikt ’innsalg’ tilfaller kulturvirksomheten i seg selv, som en form for positiv og fortjent ”trickle down” effekt, eller om det er tunge eiendomsutviklere som tjener mest på disse trekkene.

Norsk Form er opptatt av ovennevnte problemstillinger, og vil i fremtiden jobbe utstrakt med spørsmål relatert til kulturelt byutvikling, såkalt ’cultural regeneration’. Våren 2005 arrangerer vi, i samarbeid med Husbanken og Riksantikvaren og fylkeskommuner, stedsutviklingsseminar med tittel ”Den kreative byen”. (Les mer på www.norskform.no)

Norsk Forms Årskonferanse 2004 omhandlet til dels også denne problematikken, der vi så nærmere på betydningen av kulturhus som en ny form for "hjørnesteinsbedrift" i byer og lokalsamfunn. Dette er en diskusjon som er viet mye oppmerksomhet, særlig i Vesten, de siste årene. Til dels har dette sammenheng med globale strukturelle endringer i industrielle produksjonsvilkår samt fremveksten av den nye informasjons- og kunnskapsøkonomien.

I denne økonomien er arkitektur og kultur sterkt knyttet til hverandre, og vi ser tydeligere og tydeligere hvordan disse to sammen kan generere vekst – og velferd, forutsatt balansert utvikling.

4.3. Norsk Design- og Arkitektursenter – kultur og næring i sentrum Øst

Flyttingen av Norsk Form til Hausmannsgate 16, inn i et tidligere industrilokale langs Akerselva, i Oslo Innovasjonspark, sammen med Norsk Designråd, føyer seg sånn sett inn i den samme rekken, og er et unikt pilotprosjekt, som i høyeste grad er fundert i tanken om et utvidet samspill mellom kultur og næring i en urban kontekst.

Norsk Form deler fra nå av lokaler og utstillingshall med Norsk Designråd, som for øvrig jobber tett med næringslivet. I denne sammenheng vil det oppstå nye synergier, og en ny scene for kommunikasjon mellom skapende bedrifter og mer kommersielle arenaer relatert til design og arkitektur.

Vi ser for oss at Norsk Form og Norsk Designråd i økende grad vil samarbeide, både om å nå ut og skape nettverk internasjonalt, med tanke på å løfte frem norske designprodukter og norske talenter, og om å hente hjem spisskompetanse fra utlandet, i form av utveksling, presentasjoner og foredrag ved konferansedeltakelse. Blant annet samarbeider vi om Designåret 2005, og vil, senhøstes 2005, arrangere en omfattende Designkonferanse med internasjonal gjesteliste.

I næring- og teknologi brukes begrepet TTO , Technological Transfer Organisation. Vi tenker oss at Norsk Form kan utvikle sin rolle nettopp på "transfer"- feltet, der vi kan formidle kontakter og kompetanse direkte til Norsk Designråd og organisasjoner som Innovasjon Norge, som vi samarbeider tett med. Norsk Form har spesielt god oversikt over hva som rører seg i unge design- og arkitekturmiljøer, vi jobber strategisk med å løfte "unge hoder", profilere nyutdannede og presentere oppgaver og nybrottsarbeid overfor fagmiljøene samt et bredere publikum og presse/media. Norsk Forms nye posisjon, med tett kontakt både overfor Designrådet og de frie gruppene, kan i enda større grad utnyttes, og samlokaliseringen åpner helt klart for nye måter å stimulere til ny virksomhet på.

Lokalt næringsliv på mikronivå vil også nyte godt av Norsk Form og det nye Senter for Design- og Arkitektur, i Hausmannsgate 16. Vi ser allerede hvordan senteret generer nysgjerrighet og aktivitet, og i den forstand bidrar positivt til å heve miljøet langs denne delen av Akerselva. Senteret retter seg inn mot turister og besøkende til hovedstaden, og vi forventer at dette vil stimulere smånæringen i området, som blant annet kafeer og serveringssteder, småforretninger og verkstedsvirksomhet knyttet til kultur, media og design.

Norsk Form er med i styret for Akerselva Innovasjon, der målet er økt kontakt mellom kunnskaps- og kulturinstitusjoner nettopp langs Akerselva,. Målet er å skape grobunn for felles innovasjonsprosjekter og videreutvikling av den såkalte "kulturaksen". Gjennom Senter for Design- og Arkitektur vil vi kunne tilby lokaler, kompetanse og virksomhet som styrker Akerselva Innovasjon og som åpner for økt kunnskapsproduksjon, produktproduksjon og samfunnskontakt på ovennevnte felt.

Med tanke på fysisk næringsdrift vil det nye Norsk Design- og Arkitektursenter drive en konferansearena som retter seg mot både kultur, media- og næringsliv, aktører i inn- og utland - og vi ser for oss mange ulike måter der Norsk Form kan bidra med fagkompetanse og nettverk. Norsk Design- og Arkitektursenter åpner dessuten butikk, med godt utvalg av bøker, tidsskrifter og magasiner, samt enkelte designprodukter,

der Norsk Form vil kunne profilere hjemlige utgivelser og der vi også kan kjøre frem norskproduserte designprodukter og ny litteratur knyttet til feltet. I tillegg blir det også en kafe, som vil fungere som møtested både for fagmiljøet og for lokalbefolkningen – og ikke minst turister og besøkende utenfra.

Fra liknende kultursenter satsninger, blant annet i London, Stockholm og Helsingfors og i andre deler av Norge, for eksempel Kongsberg, Hamar og Stavanger, vet vi at slike flerfunksjonelle møtesteder fungerer godt, og dessuten, at de er et nødvendig tilbud til en befolkning som blir mer og mer kulturelt bevisst og søkende. Dersom man ønsker å ivareta de menneskelige ressursene knyttet til kunnskaps- innovasjons- og de kreative industriene – og næringspotensialet disse medfører, er man nødt til å stimulere til et mangfoldig og åpent kulturliv, med levende og dynamiske møteplasser.⁴

4.4. Offentlig – privat samarbeid om kultur i det offentlige rom

For kommersiell utvikling av eiendom blir det stadig viktigere å sikre kvalitet i opparbeidelse og drift av offentlige og halvoffentlige byrom og andre uteområder. I flere tiår har grunneierinteresser i bysentra over hele landet etter mønster fra utlandet organisert seg i forhold til opparbeidelse av gågater. Private har også gitt betydelige bidrag til bygging og drift av disse. Hovedstadsaksjonen i Oslo innebærer ett nytt og bredere engasjement i forhold til utvikling av kvaliteter i det offentlige rom. Kommunen, Staten og de største private gårdeierne i Oslo sentrum går her sammen om et ambisiøst og bredt anlagt spleiselag for å løfte den fysiske standarden på det offentlige rom frem til de viktige jubileumsårene 2005 og 2014. Samlet budsjett for dette fellesløftet er over 300 mill kr.

Så vel Gågater som Hovedstadsaksjon kan sies å representere 1. og 2. generasjon i private engasjement for kultur i det offentlige rom. Langs Akerselva i Oslo kan vi nå se konturene av neste generasjons samarbeid. Her har kommune og private grunneiere i fellesskap satset på bedre opparbeidelse og høyere vedlikeholdsstandard gjennom en 3-årig samarbeidsavtale. Norsk Form deltar, blant annet sammen med Friluftsetaten i Oslo kommune for å videreutvikle dette samarbeidet til en bred satsing på både kultivering av de fysiske omgivelsene og det arrangementsmessige innholdet i området gjennom prosjektet AKERSELVA AKTIV: Her er hovedideen å trekke med private sponsorer til en meny av tiltak og arrangementer som samlet gir større effekt av den kvaliteten som det ligger i å forvalte eiendom eller drive næring inntil et parkområde med unike kvaliteter.

4.5. Prosjektbeskrivelse: Industrisamfunn i norsk postindustriell kultur

Norsk Form er i gang med å gjennomføre et prosjekt med fokus på by- og stedsutvikling i tidligere industrisamfunn. Som følge av endring i næringsstrukturen i Norge de siste 30 – 40 årene har vi i dag en situasjon med svært mange tomme industribygg. Dette skaper negative ringvirkninger i samfunn som er i en utsatt posisjon med økende arbeidsledighet og fraflytting. Målet er økt verdiskapning ved å initiere nye virksomheter i industrisamfunn der produksjon er lagt ned eller flyttet ut.

I dette prosjektet settes design og arkitektur på dagsorden som et ledd i omstillingsprosesser. En av forutsetningene for vellykket omstilling er regionens / byens evne til å tiltrekke seg kvalifisert arbeidskraft og holde innbyggerne fast ved stedet. Livskvalitet står sentralt i folks valg av bosted, og vi ser stadig i slike prosesser at omgivelsene, og ikke minst kulturtilbudet, har en klar innvirkning på folks holdninger og opplevelsen av et godt liv.

⁴ Richard Florida, The Rise of the Creative Classes, USA 2002.

Norsk Form har foretatt en foreløpig kartlegging av fraflyttede industribygg i alle norske fylker. Det innhentede materialet viser at gjenbruksmulighetene avhenger av faktorer som geografisk beliggenhet, plassering i forhold til omlandet og øvrig bebyggelse, bygningens størrelse og materialbruk, eierskap, forurensing etc. Hovedprosjektet, med planlagt oppstart i 2005, vil fokusere på seks løsningsorienterte referanseprosjekter som samlet vil ta for seg disse ulike problemstillingene. Norsk Form skal vurdere muligheter og begrensninger i forhold til gjenbruk av tomme industribygg, riving av bygg og omdefinering av tomtearealer.

Behovet for å bringe denne problematikken opp på et nasjonalt nivå er stort. Prosessene rundt omstilling og gjenbruk av tidligere industribygg er sammensatt og involverer forskjellige aktører. Parallelt med igangsetting av referanseprosjekter, vil Norsk Form fokusere på etableringen av et organisert nettverk, og en arena for informasjonsutveksling. Prosjektet skal samarbeide med statlige og kommunale aktører, utbyggere og andre næringslivsinstitusjoner, og med interesseorganisasjoner. En viktig del av kunnskapsformidlingen vil bli å skape en aktiv debatt rundt konkrete løsninger og temaer knyttet til gjenbruksproblematikken, som for eksempel bruken av kultur i stedsutviklingen. Norsk Form stiller seg imidlertid kritisk til en til tider ensidig satsing på kultur som fremtidsnæring, og ønsker et bredt fokus og nedslagsfelt i dette arbeidet.

I prosjektets siste fase vil Norsk Form utvikle egne nettsider og etablere en operativ veiledningsfunksjon. På dette tidspunktet vil prosjektet ha opparbeidet seg en erfaringsbank med stor overføringsverdi. Fasen avsluttes ved å produsere en verktøykasse. Her legges det vekt på veiledning om prosessuelle forhold mellom gjenbruk av eksisterende bygningsmasse og nærings- og tettstedsutvikling. Denne kunnskapsbasen kan benyttes av andre kommuner med liknende problemstillinger, og til gjenbruk av andre typer bygg.



Norsk Design- og Arkitektursenter. Norsk Forms nye lokaler; utstillingshall, kontorområder og konferanserom. (Foto: Pia Bodal/Norsk Form)

4. 6. Prosjektbeskrivelse: Landkjenne – reisemålets kvalitet

For reisende langs kysten har det vært stor oppmerksomhet på landskapets naturgitte kvaliteter, men mindre vektlegging av kvaliteten på de steder langs kysten de reisende kommer til. Med økt nasjonal satsning på turisme, og nye internasjonale krav til sikkerhet i havneanløp, hviler det store utfordringer på kommunale planleggere.

”Landkjenne – reisemålets kvalitet” er et rent nordnorsk program. Norsk Form har stilt som mål for programmet at tettsteder langs kysten skal kunne lage sitt eget opplegg for hvordan man planlegger en havn, der passasjerer, godstransport og annet næringsliv skal fungere side ved side. Dette er utfordringen og bakgrunnen for at det nå søkes svar på hvordan den gode havn med planlagt logistikk kan utvikles, hvordan den skal fungere i lokalsamfunnet og hvordan turistnæringen skal gi best mulig service for de reisende. Et mål er å bidra til at det visuelle miljøet blir en del av total kvaliteten i det norske

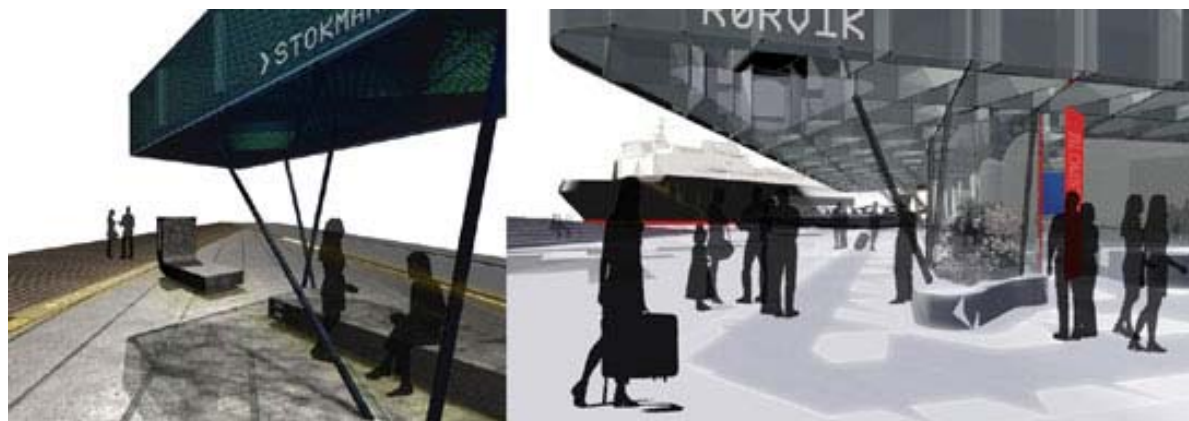
reiselivsproduktet, og at det skal vurderes på lik linje med øvrige investeringer i nybygg og kapasitetsutvidelser.

”Landkjenne” har som mål å gi svar på hvordan Hurtigrutas anløpsteder er planlagt og formgitt i småbyer og tettsteder langs kysten - eksemplifisert ved Rørvik i Nord-Trøndelag, Stokmarknes i Nordland, Skjervøy i Troms og Hammerfest i Finnmark. Prosjektet problematiserer forholdet mellom kai og sentrum / tettstedet. Likeledes stilles det spørsmål ved hvordan de reisende blir tatt imot, og hva de fysiske omgivelsene forteller om lokalsamfunnets selvforståelse og den prioritering som gis – både i belysning, skilting, utemøbler, materialbruk, beplantning og historiske referanser.

”Landkjenne” har et samlet budsjett på 3,6 mill, og er bl.a. finansiert av de fire nordligste fylkene, Landsdelsutvalget for Nord Norge og Husbanken.

Prosjektet er i grove trekk delt i to faser: En idéfase for 2004, og en mer detaljert prosjekteringsfase for 2005. ”Landkjenne” finansierer ikke eventuelle tiltak som vil bli foreslått. Dette vil være kommunenes ansvar, men Norsk Form ser behovet for en tett faglig oppfølging for å nå synlige resultater.

Som del av programmet arrangerte Norsk Form en arkitektkonkurranse i 2004, eksemplifisert ved Rørvik og Stokmark. Det er allerede kåret et vinnerteam som har fått i oppdrag å videreføre ideene til havnene i Skjervøy og Hammerfest.



Fra Norsk Forms arkitektkonkurranse om ”Landkjenne”: Overdekninger og servicebygg på kaiene i Stokmarknes og Rørvik, tilrettelagt for næringsaktivitet. (Forslaget er forfattet av Tupelo ar+d v/ Knut Hovland siv.ark MNAL, Thor Arne Kleppan siv.ark MNAL i samarbeid med 4B Arkitekter AS v/ Ole Fredrik Stoveland siv.ark MNAL, Bleed AS v/ Kjetil Wold, visualisering: Emil Kristiansen siv.ark MNAL.)

For spørsmål vedrørende arbeidsnotat til stortingsmelding om kultur og næring, kontakt:

Petter Nordahl, Arkitekt MNAL, prosjektleder, petter@norskform.no, tlf: 23292651

Heidi Dolven, BA(Hons) Product Design, prosjektleder, heidi.dolven@norskform.no, tlf: 23292665

Helle B. Berg, MSc City Design & Social Science, programkoord., helle@norskform.no, tlf. 23292668