

# 1. Forelæsning den 7 september 2006

## Kulturens værdier *ved Lektor Jens Nielsen, CBS.*

Forelæsningen vil præsentere kulturen og kulturens politik gennem tre forskellige kapitalbegreber

- Kulturel kapital
- Social kapital
- Økonomisk kapital

Der vil være tale om en oversigtsforelæsning, der introducerer grundlæggende begreber og aspekter af kultur i relation til individ og samfund.

Kultur vil blive defineret ud fra henholdsvis et humanistisk kulturbegreb (kunst, kulturarv og idræt), et sociologisk (æstetiske udtryksformers betydning for værdier og livsformer) og et antropologisk kulturbegreb ("a whole way of life").

Vi vil se på kultur som en sektor med egne institutioner, miljøer og love og som et aspekt af samfundslivet i alle dets former.

### **Kulturel kapital**

Beskrivelsen af kulturel kapital vil handle om, hvorfor vi som mennesker er så glade for og optagede af de kunstneriske og æstetiske udtryk. Hvad er den umiddelbare attraktion ved det? Hvilken værdi er der tale om? Beskrivelsen vil tage udgangspunkt i forskellige tilgange til kulturens indre værdier (kultur her forstået som æstetiske udtryk, kunst og idræt, det humanistiske kulturbegreb). Kunstfilosofi, klassisk æstetik, moderne kunstpsykologi og flow vil blive dækket gennem præsentation af tanker og teorier af bl.a. Kant, Schiller, Adorno, Jung, Csikszentmihalyi og Sode Funch.

Bourdieu's begreb om kulturel kapital vil også blive berørt.

Stikord er kunst for kunstens skyld, dannelse, erkendelsesevner, flow, skelsættende oplevelser, spillefryd, lykke, det skønne og det sublime.

### **Social kapital**

Social kapital vil blive beskrevet gennem Robert Putnams ide om den sociale sammenhængskraft, der udgør forudsætningen for et godt og velfungerende samfundsliv. Beskrivelsen vil tage udgangspunkt i de anvendelser, kultur og kunst har haft i samfundsopbygningen gennem tiderne og i særdeleshed i de senere år. Fra fyrsternes repræsentative og ærefrygtindgydende æstetiske iscenesættelse under enevælden til lokale kunstprojekter i socialt forarmede bydele i England vil kunst og kultur blive betragtet ud fra sine sociale ringvirkninger. Dermed knyttes æstetiske udtryk til traditionel livsform og den mere reflektivt valgte livsstil i senmoderne samfund.

Stikordene er: Social sammenhængskraft, medborgerskab, magt, identitet, livsstil, integration, selvværd, myndiggørelse, bæredygtighed, respekt, byudvikling.

Kultur forstås her som et bredere sociologisk begreb, der sammenfatter det humanistiske kulturbegreb og livsformers æstetiske udtryk.

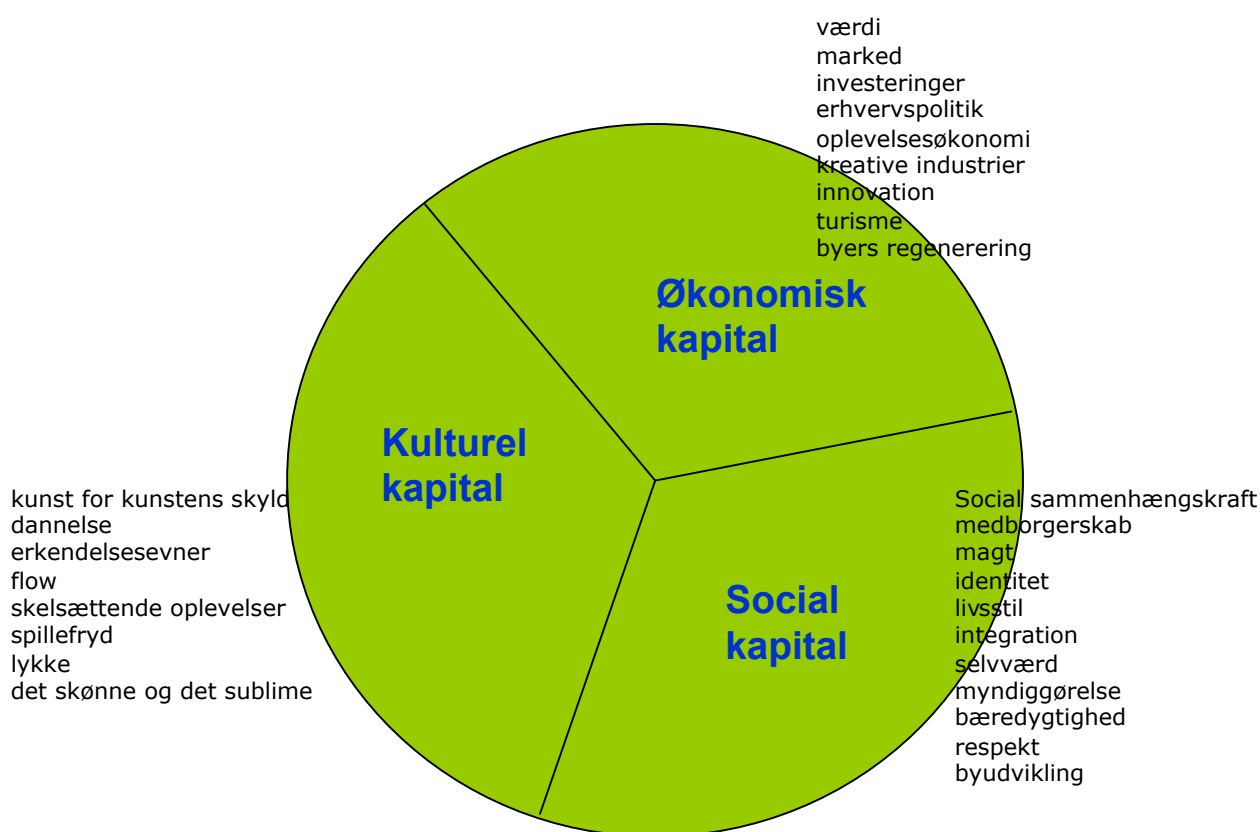
## Økonomisk kapital

Økonomisk kapital vil blive beskrevet gennem en introduktion af klassiske begreber om nytteværdi, marked, markedsimperfektioner, eksternaliteter, regionalisering og innovation. Fra klassiske kulturøkonomer som Baumol and Owen og til nyere institutionel og geografisk kulturøkonomi vil vi se på kulturens andel af samfundets økonomiske liv og kulturens betydning for beskæftigelse, vækst samt konkurrencekraft for virksomheder byer og regioner. Kreative industrier, nye medier, den kreative klasse og borgernes kulturforbrug vil indgå i billedet af den økonomiske kapital.

Stikordene er værdi, marked, investeringer, erhvervs politik, oplevelsesøkonomi, kreative industrier, innovation og byers regenerering.

Økonomisk kapital vil blive sat i relation til kulturel og social kapital og i den forbindelse vil kultur blive forstået i den brede antropologiske betydning.

Figur 1 Tre kapitaler til beskrivelse af kulturen



## Litteratur:

Grefte, Xavier (2002), *Arts and Artists from an Economic Perspective*, Economica/UNESCO 2002. Side 7 – 72.

Putnam, Robert (Artiklens navn kommer på mandag)

Nielsen, Jens (2006) *Kulturens indre værdier* (25 sider).

Csikszentmihalyi, Mihaly (2005) *Flow*. Dansk Psykologisk Forlag, København. Kapitel 3 Nydelse og Livskvalitet, side 54 til 84.

## 2. Forelesning den 8. september 2006

### Kulturplanlegging i Norge *af Lektor ph.d. Ragnhild Skogheim, NIBR.*

Det følgende er en disposisjon som også kan forstås som problemstillinger og mal for forelesningen. Strukturen kan bli endret, og kanskje kommer det mer eller annet til, men dette er i hvert fall en tentativ versjon. Punktene blir selvsagt gitt substans i forelesningen, og jeg vil også gi rom for diskusjon og spørsmål, men opplegg og form kan vi snakke nærmere om etterhvert. Jeg er selvsagt mottakelig for kommentarer, spørsmål osv i forhold til det jeg her sender. På noen av punktene har jeg gitt noen utdypinger, andre er mer "selvforklarende"

- **Hva er kulturplanlegging, og hvorfor er det interessant i by- og stedsutvikling?**  
Her vil jeg blant annet gå inn på ulike formål ved å bruke kultur som element i transformasjonsprosesser. Jeg vil peke på ulike situasjoner og kontekster, bl a store versus mindre byer/steder
- **Eksempler**  
hva slags kultur satses det på, for eksempel i europeiske byer?
- **Hvorfor satses det på kultur i by- og stedsutvikling?**
- **Målgrupper**  
hvem henvender man seg til? (lokalbefolkningen og/eller turister, andre tilreisende?)
- **Hvordan få integrert kultursatsning i bypolitikk/byutvikling på forpliktende måter?**
- **Ulike strategier og virkemidler**
- **Forutsetninger, muligheter og utfordringer for å lykkes med kulturplanlegging som element i by- og tettstedsutviklingen**
- **Samarbeid og allianser**  
Partene: hvem, hvorfor samarbeide og hvordan? Hva er gevinsten?  
(her gis det eksempler på ulike samarbeidsformer)
- **Lokal forankring, involvering og "eierskap"**  
Her gis noen eksempler på medvirkningsmodeller
- **Avslutning**  
Samler trådene

### 3. Forelæsning den 9. september 2006

**“Kulturmiljø og kulturarv i kulturhistorisk perspektiv”** ved Lektor ph.d. Keld Buciek, RUC.

I de fleste nationalstater har man siden slutningen af 1800-tallet på de nationale kunst- og kulturhistoriske museer indsamlet, registreret, bevaret og udstillet genstande, der indgår i konstruktioner af national identitet. Den seneste udvikling går mod også at lade landskaber og hele kulturmiljøer omfatte af kulturarvsbegrebet. På verdensplan rettes fokus i henhold til UNESCO's World Heritage Convention på bevaringsværdige bygninger og kultur- og naturmiljøer som en kulturarv, der tilhører hele menneskeheden, og derfor skal beskyttes i særlig grad.

Siden midten af 1990'erne har de nationale diskussioner af, hvordan kulturhistoriske spor i landskabet bevares og forvaltes fået fornyet sit begrebssæt via kulturmiljøbegrebet. Hvad er baggrunden for den store interesse for dette begreb, og hvilke samfundsmæssige og kulturelle forandringsprocesser afspejler denne interesse? Hvordan skal begrebet forstås og kan det operationaliseres, og “hvordan kan universiteter, museer og den offentlige forvaltning samarbejde og udfordre hinanden i forhold til at arbejde med og forske i kulturmiljø?” (citater fra kursislitteraturen). Dette er nogle af de centrale spørgsmål vi forsøger at besvare i løbet af denne kursusgang.

Et kulturmiljø er defineret som et geografisk afgrænset område, der ved sin fremtræden afspejler væsentlige træk af den samfundsmæssige udvikling. Kulturmiljøer opfattes således som en helhed i form af landskabet og de kulturhistoriske spor. Eksempler på kulturmiljøer kan bl.a. være (efter Skov- og Naturstyrelsen):

- En fiskerihavn med ophalingsplads eller fiskerhuse, eller et fiskerleje
- Et landsbyerlav, eller en husmandsudstykning
- Et herregårdslandskab
- Et industrimiljø
- En stationsby eller et bykvarter

Hovedinteressen her er imidlertid ikke præsentationer af konkrete kulturmiljøer (selv om mange eksempler vil indgå) eller afklaring af metodiske spørgsmål (selv om de forskellige metoder vil blive kritisk belyst), men i stedet forsøges det at anskue kulturmiljø i en bred kulturel og samfundsmæssig kontekst, med en særlig interesse i den måde, hvorpå vi som samfund og stat omgås vores fortid gennem eliminering og forglemmelse såvel som bevaring og erindring.

Kursuslitteratur:

Carlberg, Nicolai & Søren Møller Christensen (red.):  
"Kulturmiljø. Mellem forskning og politisk praksis"  
2003, 180 s., hft

ISBN 87-7289-871-2  
Serie: Etnologiske Studier  
Vol. 9  
ISSN 1398-8980

Duncan & Ley (eds) (1993): "Place / Culture / Representation". Routledge.

## 4. Forelæsning den 9. september 2006

### **Turisme og Oplevelsesøkonomi: Om mobilitet og sted.** Ved Lektor ph.d. Jørgen Ole Bærenholdt, RUC

Oplevelser spiller øjensynlig en stadig mere central rolle i samfundsudviklingen. Der tales om en transformation til et samfund, hvor kreative erhverv, kultur og oplevelser spiller en hovedrolle. I økonomisk forstand, sammenfattes denne transformation i den udbredte brug af begrebet 'oplevelsesøkonomi'. Begrebet bruges som en sammenfatning af en række meget forskelligartede aktiviteter så som medier, turisme, temaparker, gastronomi og cafe'liv, sport, arkitektur og design, kunst og mode, film, TV og radio, teater, musik og koncerter, bogforlag, rollespil, computerspil, oplevelser på Internettet og på mobiltelefon, festivaler og andre events.

Oplevelsesøkonomien rummer en række udfordringer i forhold til vante forestillinger om hvordan erhvervsvirksomhed iværksættes, organiseres, ledes, innoveres og lokaliseres. Sammenligner man de forskellige dele af oplevelsesøkonomien med andre former for økonomisk aktivitet, såsom industriel fremstilling og service, fremkommer der en række betydningsfulde distinktioner. En hovedskillelinie går således mellem fremstilling af oplevelsesprodukter, som kan produceres i et industrielt center/distrikt og som artefakt (film, CD, reproduktion etc.) sendes ud på markeder over store afstande – og så oplevelser, der kræver kundens direkte tilstedeværelse, i lighed med megen service. Filmindustrien er et eksempel på den første, mere industrielle, form. Men denne kursusgang sætter særlig fokus på den anden form for oplevelsesøkonomi. Der er en den form som kræver kundens fremmøde, tilstedeværelse og endda deltagelse i oplevelsesrummet, hvor turismen er et centralt eksempel - og i vækst. Her bliver det mere det direkte samspil mellem front-stage personale og kunder, som kommer i centrum af den nødvendige service- og oplevelsesledelse. Eftersom det konkrete møde med front-stage personale, artefakter og omgivelser udgør en konstituerende del af f.eks. turistens, teatertilskuerens eller festivaldeltagerens oplevelser. Ligeledes er samlokalisering og agglomeration med andre virksomheder ikke nødvendigvis nogen fordel, og hvis det er en fordel, er det fordi dette letter kundernes adgang mere end på grund af direkte former for samarbejde og samhandel mellem de enkelte (ofte indbyrdes konkurrerende) virksomheder. Blandt de aspekter som indgår er en særlig type meget tidsorganiseret styring af økonomien i form af projekter, strategisk ledelse vendt mod virksomhedens generelle eksponering i medier og offentlighed samt særlige former for netværksorganisation og former af nye sociale grupper.

Kursusgangen former sig som en diskussion om disse spørgsmål. Der trækkes både på oplægsholderens forskning og på deltagerens erfaringer.

#### Kursuslitteratur:

Bærenholdt, J.O. and Haldrup, M. 2006. Mobile Networks and Place Making in Cultural Tourism; Staging Vikings and Rock Music in Roskilde, *European Urban and Regional Studies*, 13 (3): 271-286

Bærenholdt, J.O. and Haldrup, M. 2004. On the Track of the Vikings, in Sheller, M. and Urry, J. (eds): *Tourism Mobilities, Places to Play, Place in Play*, London: Routledge, pp. 78-89

Pine, B.J. and Gilmore, J.H. 1999. *The Experience Economy*, Boston: Harvard Business School Press, chap. 9: 'The Customer Is the Product', pp. 163-183

## 5. Forelæsning 28. oktober 2006

### Urbane fortællinger og hverdagslivets kultur. *Ved kulturgeografisk konsulent Hanne Louise Jensen, KultPlan.*

Det er et alment menneskeligt vilkår at forholde sig til sine omgivelser, og i en globaliseret verden er der blevet en større mængde omgivelser at forholde sig til. Menneskers erfaringer med verdens mange afkroge er vokset og der tales om at verden er blevet mindre som følge af en tid/rumlig kompression. Hvilke resultater, der følger i kølevandet af globaliseringen, er der mange forskellige holdninger til. Der tales på den ene side om en berigelse af det lokale samfund og på den anden side om en forarmelse af det lokale stedstilhørsforhold. I denne kursusgang vil vi se nærmere på, hvad der kan være indeholdt i menneskets oplevelse af og forholdet sig til sine omgivelser. Vi vil se på hvordan vi hver især anvender vores erfaringer, overvejelser og drømme når vi forholder os til verden omkring os, og på hvordan vi italesætter dette. Vi vil også se på, hvordan nogle stedsopfattelser ender med at blive selvfølgeligheder eller institutionaliserede nationale narrativer, som indgår på anden vis i vores erfaringsdannelser. Afslutningsvist vil der blive fokuseret på det store potentiale for lokal udvikling, det er muligt at opnå gennem en kortlægning af borgernes kulturelle præferencer og ressourcer og gennem anvendelsen af drømme som et handlingsredskab. Som case vil indgå et en kortlægning af husbåde drømme knyttet til Københavns havn.

#### Kursuslitteratur:

Massey, Doreen (1994): "A Global Sense of Place" I Space, Place and Gender. Polity Press.

David Harvey

Richard Florida

Carlberg, Nicolai & Søren Møller Christensen (2005): "Byliv og havnefront" Serie: [Etnologiske Studier](#)

Vol. 12

## 6. Forelæsning 28. oktober 2006

### Kultur entreprenøriske byer – hvorfor og hvordan? af lektor dr.Art. John Pløger RUC.

Kultur er blevet et plus-ord i politik, den nationale såvel som den bypolitiske. Kulturbegrebet kan i den sammenhæng dække alt der kan tænkes at gøre en by eller bydel attraktiv for investorer, turister, politikere og lokale borgere. Kultur-planlægning anses for vigtig for enhver by der vil byudvikling og i Norge har man gået så langt som til at udvikle en national vejleder for kulturplanlægning (se [www.kryss.no](http://www.kryss.no)). EU tildeler hvert år en række byer status som 'kulturbyer' for et år af gangen, kulturkonsulenter/rådgivere/strateger har kronede dage, og Richard Florida har givet bykulturen en vækst-strategi hvor han særlig opfordrer til at satse på 'den kreative klasse'. Det gør så alle byer med respekt for sig selv i dag.

Forelæsningen vil diskutere fænomenet 'den entreprenøriske urbanisme', hvor kultur indgår som en særlig strategi – præcis dens hvorfor og hvordan med udgangspunkt i primært engelske studier.

#### Forelæsning og opgaver

*Forelæsningen handler giver et indblik i hvordan byer tænker omkring og planlægger for at blive attraktive byer i den internationale konkurrence, med særlig brug af kulturelle virkemidler. En senere forelæsning ved Ragnhild Skogheim kommer også ind på dette set fra Norge. Baggrundsmaterialet – Griffiths & Mommas – illustrerer mange af de facetter af byernes forsøg på at positionere sig f.eks. gennem (1) dannelse af kulturelle 'clusters' (Mommas) og (2) deltagelse i den nationale konkurrence for at blive årets kulturby indenfor EU (Griffiths).*

*Reflekter over muligheder og begrænsinger i kulturplanlægning som del af bykonkurrencen ift følgende spørgsmål:*

- ≡ *De erfaringer som artiklerne giver, er det de strategisk gode måder at gøre det på set ift danske forhold? Hvorfor? Hvorfor ikke?*
- ≡ *Reflekter over spørgsmålet gennem en diskussion af hvad kan kulturel planlægning tilføre byerne? Er kulturplanlægning relevant for alle byer?*

*Som baggrundsmateriale findes:*

- ≡ *Ron Griffiths (2006) 'City/Culture: Evidence from the Competition to Select the European Capital of Culture 2008, European Planning Studies, Vol.14, No.4, 415-30.*
- ≡ *Hans Mommas (2004) 'Cultural Clusters and the Post-industrial City: Towards a Re-mapping of urban Cultural Policy, Urban Studies, Vol.41, No.2, 507-32.*

## 7. Forelæsning den 17. November 2006

### **Cultural Planning** af kulturkonsulent og -planlægger Lia Ghilardi, NOEMA

#### ***What is cultural planning?***

Since the 1980s, the concept of 'cultural planning' has seen a considerable development in the USA and in Australia where it has been associated with the increased importance of the arts and culture in urban and economic development. This method involves two main aspects:

- An action-research approach based on a wide and anthropological definition of 'culture' and of 'cultural resources' which looks at a city or area from the point of view of its history, heritage, local traditions, urban tradition, architecture, the arts, the crafts, recreation, entertainment, festivals, sports, tourism and the local media
- The strategic use of those cultural resources for the integrated development of communities at local, regional and national level. In this context, cultural policy and cultural resources act as mediators between the efficiency objectives of economic development and the human development objectives related to cultural policies.

Cultural planning can also be defined as a culturally sensitive approach to urban and regional planning and to environmental, social and economic policy-making. Through this approach, people and feel they belong to a community community which has a distinctive character, identity and its own social and economic dynamic.

#### ***Lecture's Aims***

The lecture aims to give an understanding of both the theoretical issues related to contemporary urban living and planning and to develop a practical 'urban' framework for the analysis and identification of cultural resources in modern cities, so that a cultural planning approach can be fully understood and applied in practice.

The first part of the lecture, will have a special focus on recent European approaches to the government of culture. Cultural policy will be assessed within the context of contemporary models of urban regeneration and as an image and identity making instrument. The notion of a cultural industries' sector will be introduced and discussed within the context of a new economy for cities as an important source of employment and as a catalyst for community development.

The second part of the lecture will have a practical focus, but will also look at the definitions that underpin the cultural planning framework. Definitions of culture and cultural resources will be critically assessed with reference to strategic cultural planning. Notions of cultural identity and community will also be used in the same context.

Examples of cultural planning from the USA, Australia and Europe will be assessed. This will be followed by a simulation exercise involving the application of the cultural planning model to a place of chosen by the students.

## 8. Forelæsning den 17. november 2006

### Kreative byer og kulturel byplanlægning af Dorte Skot-Hansen, Center for Kulturpolitiske Studier

Hvordan skal en model for planlægning af bylivet se ud, som ser kunst og kultur som en ressource for æstetisk oplevelse og erfaring i den kreative by og ikke kun som et strategisk redskab for udvikling af storbyer i kortsigtet konkurrence? Her er hverken en snævrere, sektorbaseret kulturpolitisk planlægning af kultur eller den bredere, geografisk definerede cultural planning med kultur svaret.

Richard Floridas's bog *The Rise of the Creative Class* udkom i 2002. Hans hovedtese at økonomisk vækst sker i byer, der er tolerante, mangfoldige og åbne overfor kreativitet, og at livsbetingelserne for de nye kreative klasser skal understøttes, har givet ny næring til diskussionen om byudvikling. Begejstringen for denne "bløde" model for udvikling af infrastruktur frem for en ren økonomisk baseret strategi kan ses som et eksempel på den kulturalisering af byplanlægningen, der er slået igennem i de sidste 10-20 år.

Florida's bud på en strategi for storbyudvikling ligger op ad den model for *cultural planning*, der karakteriserer den geografisk definerede anglo-amerikansk kulturplanlægning præget af en bred, antropologisk tilgang til kultur. Denne model kan ses som en modsætning eller udfordring til den mere snævre *kulturpolitiske planlægning*, der handler om sektorbaseret planlægning af kultur ud fra et relativt snævert kulturbegreb.

Hvor vi i de nordiske lande traditionelt har opereret med en forståelse af *kulturpolitisk planlægning* som en disciplin, der er foregået ud fra mere eller mindre veldefinerede kulturpolitiske mål inden for et relativt snævert veldefineret rum, handler *cultural planning* om en bredere integration af kunst og kulturelle udtryk som en del af revitaliseringen af bylivet. Hvordan forene planlægning ud fra storbyernes behov for social og økonomisk revitalisering med udviklingen af kunst- og kulturliv baseret på kvalitative krav?

#### Litteratur

Florida, Richard (2003). Cities and the Creative Class. In: *City & Community* nr. 2, pp. 3-19.

Skot-Hansen, Dorte (2005) Why Urban Cultural Policies? In Eurocult 21 IntegratedReport , [www.eurocult21.org](http://www.eurocult21.org)

## 9. Forelæsning 18. november 2006

**Kulturens kommersialisering** af Erika Andersson Cederholm och Elisabeth Höglund från Institutionen för Service Management, Lunds universitet

Kursmomentet kommer att inledas med 60 minuters föreläsning, följt av 2x45 minuters workshop.

Föreläsningen tar sin utgångspunkt i en introduktion av begreppet "kulturell ekonomi" och en kort introduktion till dess olika dimensioner och betydelser. Begreppen "kommersialisering" och "kommodifiering" introduceras och exemplifieras i olika företeelser. Framför allt kommer föreläsningen att visa på de spänningsförhållanden som ofta uppstår då värden som äkthet, mångfald, konstnärsskap och intimitet paketeras, iscensätts och marknadsförs i ett kommersiellt sammanhang. "Den sociala konstruktionen" av dessa värden presenteras, dvs hur föreställningar skapas i olika sociala sammanhang och ges värden som genom praktiker och berättelser/diskurser reproduceras, bekräftas och ibland ifrågasätts och förändras. Kommersialisering kan också ses som en process som skapas både genom strategiska projekt som initieras "uppifrån" genom inflytelserika aktörer, och det som kan betraktas som "underifrånprojekt". De senare ofta skapade genom mindre aktörer och kanske inte med kommersialisering som mål och uttalat syfte. Exemplifieringar kommer att ske genom djupdykning i några specifika problemfält. Diskussion kommer att föras kring intimitetens kommodifiering i landsbygdsturism, samt kulturarvets iscensättning och marknadsföring i kommersialiseringprocesser. I det senare exemplet synliggörs spänningen mellan mångfaldsdiskursens betoning på nyanser och komplexitet i identitetskonstruktioner å ena sidan, och stereotypernas slagkraftighet och kommersiella användbarhet å andra sidan. Föreläsningen kommer att förankras i kurslitteraturen.

Workshopen är en form av analysövning. Med utgångspunkt från olika former av text/bild- underlag (t ex marknadsföringsmaterial, hemsidor mm) analyserar kursdeltagarna (uppdelade i mindre grupper) materialet enligt en stegvis analysmetod. Genom att tolka materialet med hjälp av dikotomier, bl a fint/fult, moraliskt/omoraliskt, äkta/oäkta, traditionellt/modernt, kommersiellt/icke-kommersiellt problematiseras och diskuteras innebörder och värden som ofta betraktas som självklara. I slutet av analysövningen ska gruppen generalisera sin analys, gärna relaterat till sin egen yrkeserfarenhet, dvs hur kan lärdomarna appliceras i andra sammanhang? Avslutningsvis gör grupperna en kort muntlig presentation inför hela klassen.

Kurslitteraturen består av boken "Platsens kommersialisering" av Hultman, Johan & Ek, Richard (red), samt en samling artiklar.