

Kulturentreprenøriske by

Som et eksempel på en sådan symbol-ladet trend, se på Københavns havnefront af imponerende og alligevel uvelkommen, stærkt fortificeret og småligt afvisende (fenced-off) firma kontorer, der er ment til at blive beundret på afstand som de skærmede vægge på La Defence, men ikke at besøge.

Deres mening er klar og tydelig – de som arbejder i firmaet inde i bygningen bebor det globale cyber-space; deres fysiske forbindelse med byen er overfladisk, kontingent og skrøbelig – og den hovmodige, selv-bedrageriske monolitiske facades grandiositet med kun annoncerende få indgangspunkter annoncerer netop dette.

(Zygmunt Bauman 'Seeking shelter in Pandora's box', City, Vol.9, No.2, 2005, 161-68)

Hvilken by?

.... Skal blive kendt som en by med et internationalt orienteret mangfold og et levende kunst og kulturliv. Kunst og kulturtilbudet skal have en spændevide fra det nye og udfordrende til det bredt folkelige.

Kulturen skal være motoren i byens udvikling

Byvækst

Teorier om vækst & konkurrence lægger vægt på:

- Evnen til at skifte fra produktion som central økonomisk funktion til avanceret og forretningsrettet service***
- Evnen til at tiltrække middelklassen***
- Evnen til at tiltrække immigranter ift at erstatte jobs i lavindkomstjobs og små firmaer***
- Evne til at stabilisere og lave kontraktforhold for disse for at modvirke konflikter***

Rob A Beauregard (2004) The Resilience of US Cities: Decline and Resurgence in the 20th Century, LSE 'Resurgent City' Conference April 2004.

Kommercielle by

Kulturelle 'clusters' - centrale dimensioner

- 1) *'Intercluster' samarbejde*
- 2) *Kulturelle funktioner involveret*
- 3) *Organisatoriske ramme (SME, privat-off. Etc)*
- 4) *Finansielle regimer (off/privat, off)*
- 5) *Åbenhed/adaption eller lukkethed*
- 6) *Udviklingsretning*
- 7) *Position i det urbane felt*

Mommaas (2004): Cultureal clusters and post-industrial city: towards a remapping of urban cultural policy, Urban Studies, vol.41, No.3, 507-32.

Kommercielle by

Kommercielle bys diskursive felter

- 1) ***Styrke identitet, attraktion og markedsposition***
- 2) ***Stimulere kunstens og kulturens entreprenøriske arbejde***
- 3) ***Stimulere innovation og kreativitet***
- 4) ***Finde ny brug til 'gamle' bygninger og forfaldne steder***
- 5) ***Stimulere kulturel diversitet og kulturelt demokrati***

Mommaas (2004): Cultural clusters and post-industrial city: towards a remapping of urban cultural policy, Urban Studies, vol.41, No.3, 507-32.

Kommercielle by

Birmingham som eksempel

(1) A new urbanism

- 'Ny økonomi' er viden & information**
 - » 'kreative synergier' (investering, viden, reklame etc)
- 'Netværksbyen'**
 - » Koncentration af 'alt' ex. system analytikere, design, bank, jura, forretningsvirksomhed, konsulter, finans mv.
- Global i orientering**
- 'Sælge sig selv'/'Selling places'**
 - » Kultur, arkitektur, sikkerhed, 'herligheder', livskvalitet mv

(Webster 'Re-inventing place. Birmingham as an information city?', City, Vol.5, No.1, 2001)

Kommercielle by

(2) Re-invention, 'at genopfinde byen'

- » Rensede kanalsystemet (18.tallets industrielle revolution)
- » Forbedre for de 'gående' (pedestrianization)(åbne pladser, brede gader etc)
- » Flagskibsprojekter
 - » National Exhibition Center (konferencer, musik, udstillinger)
 - » International Convention Center
 - » National Indoor Arena (Sportscenter)
 - » 'Højkultur': Birmingham Symphony Orchestra, Symphony Hall, Birmingham Royal Ballet, Birmingham Repertory Theatre
 - » Jewellery District (gammel industri-tradition)
 - » Genopbygning af indre by (kontor, arkitektur etc)
 - » Arena Central (højeste bygning i UK;(kontor, hotel, lejligheder etc)

(Webster 'Re-inventing place. Birmingham as an information city?', City, Vol.5, No.1, 2001)

EU-kulturby

Hvad får byerne ud af det?

- ⊖ **Forventer økonomisk gevinst via flere besøgende, imageforbedring, urban revitalisering og ekspansion i kreative industrier**
- ⊖ ***En dags besøgende***
- ⊖ ***Disse kun marginelt relateret til kultur-events***
- ⊖ ***Vanskeligt at fastholde det høje besøg efter et år efter at være kulturby***

(Griffiths 2006:418)

Kulturby 2008

– hvad forventes?

- ***Vægt på forholdet mellem kultur og social sammenhæng***
- ***Kulturer skaber integration, skaber 'bonds' & 'bridges'***
- ***Skaber nye, mere inklusive, identiteter – stærkere 'social kapital'***
- ***Partnerships, deltagelse og inklusion***

(Griffiths 2006:427-428)

Hvad er kultur og hvad ikke?

- ▶ *De fine kunstarter*
- ▶ *Underholdning*
- ▶ *Oplevelser*
- ▶ *Uvanlige oplevelser*
- ▶ *Det offentlige rum (arkitektur)*
- ▶ *Caféer mv*
- ▶ *Sport*

Kulturby-planlægning Stavanger 2008

Problematikker:

- ⊖ *'Hvorfor skal vi bruke 300 millioner på kultur når bestemoren min ennå ikke har fått hofteoperasjon'*
- ⊖ *De lokale kulturkreftene bliver ikke godt nok involvert.*
 - ⊖ *Stavanger 2008 overkjører lokale initiativer*
- ⊖ *Stavanger 2008 bruker for mye penger på administrasjon*
- ⊖ *Saksbehandlingstiden er altfor lang*
- ⊖ *Stavanger 2008 har for svak kunstfaglig kompetans (spesielt når det gjelder de lokale miljøene).*
 - ⊖ *Den kulturelle infrastrukturen i regionen er for dårlig*
- ⊖ *Stavanger offentligheten er for liten*
- ⊖ *Stavanger 2008 er i for stor grad motivert av et ønske om å gjøre butikk av kultur*

(Morgenbladet 'Byen som syklet utfor stupet', 22-28.september 2006)

Problemer

- ± *Mange investeringer ikke lønsomme*
- ± *Mister attraktion over tid*
- ± *Forudsætter investeringer og samarbejde*

Byvækst

Modstandskraftige byer:

- ☺ ***Administrere tilpasning til den økonomiske logik***
- ☺ ***Bevare byen som attraktiv for middelklassen***
- ☺ ***Absorbere immigranter i bolig- og arbejdsmarkedet***
- ☺ ***Skabe et lokalt government som kan støtte lokal udvikling og have opmærksomhed for nærmiljøer og gruppers behov***
- ☺ ***Administrere racemæssige spændinger***
- ☺ ***Føde en vibrerende, mangfoldigt, og inkluderende civil samfund af non-profit organisationer mv.***