

# **BILAG 3**

## **VÆRKTØJER**

# **BILAG 3**

## **VÆRKTØJER**

### **Sydhavnens ånd**

Afgangsrapport - Forår 2017

Bilag 3

Claire Donohoe

Signe Houvenaeghel Willersted

Vejledere:

Nikolaj Knop

Morten Noer Andersen

# KAFFEBORDET OG SÆTNINGSKORTENE

Det første, vi gjorde efter programaflevering, var at stille os ud i byrummet i Sydhavnen for at komme i kontakt med dem, vi nu havde læst så meget om og kun kort observeret i programskrivningsfasen. Med os havde vi et lille kaffebord med dug, kaffe, fløde og småkager. Herudover havde vi designet nogle sætningskort, som de beboere, vi mødte, kunne skrive på, så vi undervejs kunne få noget af undersøgelsen registreret. Formålet var i høj grad at få skabt nogle egne erfaringer og møder, der kunne supplere og nuancere vores forudgående research af andres viden. Vi håbede, at kaffebordet kunne fange de forbipasserendes opmærksomhed i bybilledet og få dem til at stoppe op og blive hængende lidt. Samtidigt skulle det skabe en mere uformel og venskabelig ramme om mødet, så det blev mere på beboernes præmisser. Sætningskortene var nogle små kvadratiske kort i to udgaver; et med sætningen "Jeg passer ind i Sydhavnen fordi ..." og et med sætningen "Det er kun i Sydhavnen at ...", som folk kunne skrive videre på. Visuelt tænkte vi, at den designede ramme, som kortene udgjorde, i kombination med de personlige håndskrevne svar, ville hænge godt sammen med vores gadeplanstilgang til projektet. Vi gik efter at komme i snak med så mange forskellige sydhavnere som muligt for at få et bredt indtryk af miljøet. Først havde vi tænkt os at stille os på Mozarts Plads, men fordi der virkede lidt åbent, og de eneste perso-



Sydhavneren Carl Gustav var glad for kaffen.

ner til stede var øldrikkere, valgte vi i stedet at stille os foran Fakta på Borgbjergsvej. Dette er en levende plads i bydelen, også i hverdagens omkring middagstid, som var tidspunktet for vores undersøgelse, så vi kunne derfor "nasse" lidt på de eksisterende brugere af dette offentlige rum. Efter at have stået i tre timer foran Fakta, gik vi hen til kulturhusets café dog uden kaffebord, fordi vi frøs for meget - det var start marts - og lavede samme øvelse med samtaler og sætningskort.

Hvad fandt vi så ud af? På pladsen foran Fakta, oplevede vi, at både stedet og tidspunktet gjorde, at den type beboere, der kom hen til os, var de mere ressourcetsvage beboere, som ikke var på arbejde i løbet af dagen, og som mødes på denne plads. Dette var godt, fordi vi kom i kontakt med flere af dem, der ofte bliver omtalt ift. bydelen og oplevede den venlighed, der findes i miljøet, men det blev også et lidt ensformigt udsnit. Hvor hensigten var at komme i snak med mange forskellige sydhavnerne, blev det primært fulde folk og beboere uden arbejde af den ene eller anden grund. De forbipasserende, der så mere ressourcestærke ud, kiggede væk og skyndte sig videre. Både foran Fakta og i kulturhuset virkede brugen af kortene kluntet at få ind i samtalerne, og mange beboere ville ikke selv udfylde dem, fordi de var for fulde, gamle eller undveg på anden vis. Vi kom derfor i en situation, hvor vi selv blev nødt til at udfylde dem. Desuden havde vi en følelse af at stå og overvåge dem, der rent faktisk udfyldte kortene selv. Kortene fungerede ikke optimalt dels pga. undersøgelsens gadeform, men også grundet deltagertypen, der virkede mere ivrige efter at få en sludder end rent faktisk at deltage. Kaffebordet virkede derimod rigtig godt, fordi det vakte nysgerrighed, så folk frivilligt kom hen til os, og de blev rigtigt glade for den gratis kaffe og småkager.

## AVISANNONCEN

Efter vores kaffebord satte vi en avisannonce i lokalavisen Valby Bladet/Kgs. Enghave Bladet. Avisannoncen var en efterlysning af Sydhavnsånden og et forsøg på at få sydhavnerne i tale og skaffe ny information samt kontakter i bydelen. Intentionen var også at skabe en undren hos beboerne, så der automatisk kom fokus på Sydhavnens ånd. Annoncen var begrænset af kun at måtte fylde 20 ord. For at vække læserens nysgerrighed valgte vi at udforme den lidt kryptisk uden nogen yderligere forklaring. Det blev også en måde at afprøve det efterforskningskoncept, som vi på dette tidspunkt tænkte kunne være en spændende vinkel. Da vi ikke havde nogen indflydelse på det visuelle design af annoncen, havde vi i stedet fokus på at skabe et koncept med udgangspunkt i sproget om projektet i annoncen. Lokalavisen var en god måde at ramme bredt i bydelen og gå ind på beboernes lokale banehalvdel. I annoncen stod der: "SYDHAVNSÅNDEN??? Vi søger efter Sydhavnsånden. Fortæl hvad du ved om den og red dens fremtid. Kontakt 27219063 eller cldon@edu.kadk.dk"

Hvad fandt vi så ud af? Vi fik ikke nogen konkrete svar på annoncen ud over en enkelt gang telefonis fra nogle små piger. Da vi satte annoncen i, var vi da også bevidste om, at sandsynligheden for, at vi fik respons, var meget lille. Vi håbede derfor, at det i hvert fald som minimum ville sætte en lille bølge af

refleksioner i gang hos læserne. Efter et stykke tid blev vi bevidste om, at vi ikke helt ville kunne argumentere for dette, hvis der ikke kom nogle svar, men da vi senere i projektet var ude og tale med beboere i bydelen, var der flere gange nogen, der spurgte, om det var os med efterlysningen i avisen. Avisannoncen blev en måde at komme ind i sydhavnernes hjem på uden at kende dem og plante nogle små frø, der forhåbentlig ville begynde at spire.

Efterlysning  
i lokalavisen.



## EFTERLYSNINGS- SEDLEN

I forlængelse af annoncen i avisen, designede vi en fysisk efterlysningsseddel, som vi hængte op rundt om i Sydhavnen, for dels at prøve at få folk i tale, men også for at synliggøre, at der var en dialog om bydelens ånd, der skulle tages. På sedlen efterlyste vi Sydhavnsånden, som om den var forsvundet for os, og vi derfor havde brug for hjælp fra sydhavnerne til at finde den. Vores målgruppe var sydhavnerne generelt, da det på dette stadie i projektet handlede mest om at komme i kontakt med nogle beboere. Efterlysningssedlen blev udformet med inspiration i de klassiske hjemmeprintede A4-sedler med efterlysninger af f.eks. katte i byrummet, for på denne måde at spille på en velkendt reference. Selvom vi ikke brugte så lang tid på udformningen af det visuelle udtryk, blev efterlysningssedlen alligevel mere designet i sit udtryk end de klassiske hjemmeprintede sedler. Layoutet var klassisk med en stor overskrift til at fange folks opmærksomhed, en kort uddybende tekst herunder, et billedeområde i midten og små lapper med kontaktinformationer nederst. I udviklingen af designet afprøvede vi forskellige visualiseringer af den efterlyste Sydhavnsånd, som vi på dette tidspunkt ikke havde et særligt stort begreb om, hvad var. Derfor måtte visualiseringerne holde sig på et relativt abstrakt niveau, så de ikke styrede svarene i en bestemt retning. Vi valgte efter adskillige forsøg at gå med en spejlløsning, hvor efterlysningssedlens

billede blev erstattet med et spejl, der under gennemlæsning viste læserens eget ansigt, og ellers afspejlede byrummet og -livet i de omgivelser, den blev hængt op i. På denne måde blev det en en metafor for projektets på dette tidspunkt åbne tilgang til, hvad Sydhavnens ånd er. På samme tid fungerede spejlet som blikfang i byrummet. Farvemæssigt valgte vi nogle iøjnefaldende farver, så sedlerne ville blive lagt mærke til. Vi hængte fire efterlysningssedler op; en på kulturhusets opslagsvæg, en på plakatvæggen på Mozartsvej, en på byggehegnet ind til Metrobyggeriet på Mozarts Plads og en på café Hullas toilet. Tre sedler hængte der i flere måneder, men den seddel, der blev hængt op på plakatvæggen på Mozartsvej, var allerede revet ned næste morgen, fordi der var sat nye plakater op. Der blev taget tre informationslapper på Mozarts Plads og en i kulturhuset. Vi blev kontaktet af en person. Det var en udefrakommende kulturaktør i Sydhavnen, der er med til at bygge den nye plads på Sjælør Boulevard, og som syntes det lød interessant for hans eget arbejde.

Hvad fandt vi så ud af? Ligesom med avisannoncen var det primære formål med efterlysningssedlen ikke at få svar tilbage, da vi regnede med sandsynligheden for dette ville være ret lav. Vi tænkte dog, at hvis der var nogen, der svarede, ville de være ret engagerede og interessante grundet den skæve og

kryptiske form. Det primære formål var i stedet at få introduceret os selv bredt i det miljø, vi arbejder i uden nødvendigvis at stå ansigt til ansigt med alle de involverede. Dette viste sig at virke godt. Vi mødte som sagt flere mennesker senere hen i vores projekt, der refererede til efterlysningen. Vi formåede derfor at skabe en relation og et kendskab til os, før vi stod ansigt til ansigt med den enkelte person og ikke virke helt fremmede.

Efterlysning på Mozarts Plads.



# SÆTNINGSKORTENE I HOLDERE

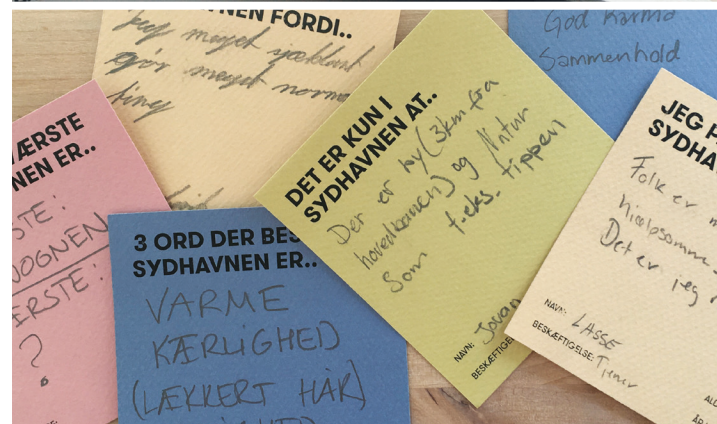
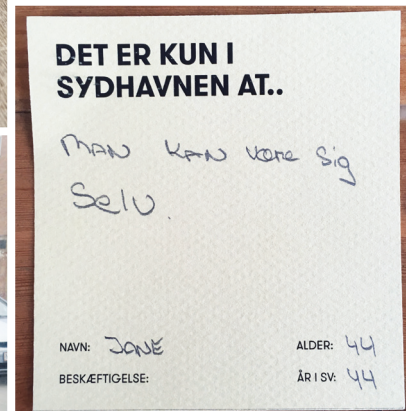
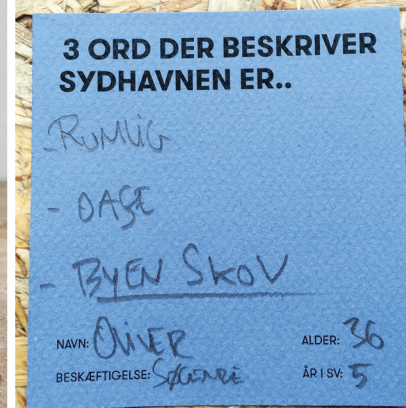
Da vi havde oplevet, at sætningskortværktøjet ikke fungerede optimalt i brugen uden for Fakta og i kulturhuset, men da vi samtidigt mente, at det var brugen og ikke selve værktøjet, der var galt, valgte vi at videreudvikle det. Vi havde en tese om, at folk ville have lettere ved at bruge værktøjet, hvis de kunne tage sig den tid, de havde brug for uden at føle presset ved at have os "kiggende over skulderen". Vi valgte derfor at lave nogle holdere til kortene med en forklaring af projektet og efterlade det forskellige steder i Sydhavnen. Udover de to tidligere kort "Det er kun i Sydhavnen at.." og "Jeg passer ind i Sydhavnen fordi..", valgte vi at tilføje sætningerne "Det bedste/værste ved Sydhavnen er.." og "3 ord der beskriver Sydhavnen er..", for at udvide den viden, vi ville få tilbage. Vi tænkte, at de 3 ord kunne be- eller afkræfte vores første research af ordbruget om Sydhavnen. Hvert sted fik to slags kort. Da vi i denne del af undersøgelsesfasen havde fokus på konkrete ord, valgte vi at sætte kortet med "3 ord der beskriver Sydhavnen er.." ud hvert sted sammen med et af de andre sætningskort. Vi satte en lille dåse med nogle blyanter i, som folk også kunne lægge de udfyldte sedler i. Visuelt afprøvede vi et mere afdæmpet farveudtryk end kortene, som vi brugte foran Fakta. Vi ønskede, at det på den ene side var et rent, moderne udtryk, men uden at virke for smart, for at ramme en så bred målgruppe som muligt. Udover at tilegne os en større

viden om Sydhavnen og dens ånd og få be- eller afkræftet vores tese om ordbruget, var formålet også, at værktøjet kunne stå og indsamle information til os, mens vi arbejdede med noget andet. Vi valgte at stille kort og holdere forskellige indendørs steder, hvor der dels kommer mange besøgende, og hvor de dels kunne "passes lidt på". Om tirsdagen satte vi værktøjet ud på caféerne Rallys, Hulla og South Harbour. Om torsdagen i pølsevognen, i genbrugsbutikken og på biblioteket. Vi ønskede en så bred deltagergruppe som muligt for at få et bredt indblik i Sydhavnen, men havde også en tese om, at værktøjet talte bedst til den yngre del af beboerne grundet deres referenceramme.

Hvad fandt vi så ud af? Vi var meget positivt overraskede over, hvor mange kort, der blev udfyldt, og at stort set alle havde seriøse svar. Ift. værktøjets funktion var der flere indsigter, vi gjorde os. Da vi efter nogle dage var ude og tjekke op på kortene, var meget få kort udfyldt, og vi bekymrede os lidt om, hvorvidt kortene overhovedet fungerede. Men da vi indsamlede kortene efter henholdsvis syv og ni dage, var langt de fleste udfyldte - 74 kort i alt. Et eksempel på dette var, at ingen kort var udfyldte efter to dage hos South Harbour, men efter ni dage var alle på nær fire udfyldte. Det gik op for os, at man i miljøet og med denne type værktøj skal give det lidt tid, før man

ved, om det fungerer. Flere af medarbejderne på de steder, hvor værktøjet stod, fortalte at flere personer havde sagt, at de lige skulle tænke over det eller havde taget et kort med hjem for at udfylde. En anden indsigt var, at vores tese om, at de gamle og oprindelige beboere ikke ville bruge værktøjet, ikke holdt stik, men var et udtryk for vores egne fordomme. Efter at have placeret kortene i pølsevognen kunne vi nemlig konkludere, at der var besvaret lige så mange som på biblioteket og flere end i genbrugsforretningen, og at svarene var lige så seriøse og stemte godt overens med de andre steders svar. Ift. den viden om Sydhavnen og dens ånd, som dette værktøj gav os, fik vi både nogle utroligt inspirerende og sigende citater, men også en viden til at kunne inddele ordene i to typer; stemningsord og værdior. Vi talte brugen af de forskellige ord op og fik bekræftet vores antagelse om, at ordene mangfoldighed, rummelighed og fællesskab var hyppigst, men at også venlighed og tryghed blev brugt ofte, og at naturen fyldte lige så meget som mangfoldighed. Derudover erfarede vi, at kortet: "Det er kun i Sydhavnen at.." gav rigtig mange sjove og interessante citater om hverdagslivet i Sydhavnen. Flere af de erhvervsdrivende udtrykte, at det visuelle design var et plus ift. at have værktøjet stående i deres forretning.

Mange forskellige sydhavnere gav deres mening om Sydhavnen til kende.





# BIBLIOTEKS- INSTALLATIONEN

Imens vi havde de forskellige sætningskort stående rundt omkring i Sydhavnen, begyndte vi at udvikle på et mere rumligt værktøj. Vi fik sat en aftale i stand med Sydhavnens Bibliotek, om at vi kunne bruge et valgfrit område i biblioteket til at bygge en værktøjsinstallation. Vi havde et ønske om, at bygge et rumligt værktøj, der kunne fungere over en længere periode. Årsagen til at vi valgte biblioteket som afprøvningssted for et mere rumligt format var, at vejret på dette tidspunkt stadig var koldt, og da vi ønskede at lade installationen stå i en længere periode, gav det derfor mest mening at bygge den på et offentligt sted indendørs. Vi designede biblioteksinstallationen med det valgte biblioteksrum i tankerne og ud fra en idé om, at den skulle kunne fungere som et slags møde- eller samlingssted. Installationen var derfor bygget op omkring et kasseformet bord med to skamler omkring. Til bordet havde vi udformet et bydelskort over Sydhavnen, som var sat fast til bordet med en skumplade. På bordet havde vi placeret fem små holdere med fem kategorier af flag inddelt med forskellig tekst og farve. Gult flag: "Her er det bedste sted at..", blå flag: "Her føler jeg mig fremmed", grønt flag: "Her bor jeg", lyserødt flag: "Her er det ægte Sydhavnen", rødt hjerteflag: "Her er mit ynglings sted". Formålet med kortet og flagene var at få sydhavnerne til at mappe forskellige vigtige og betydningsfulde steder i Sydhavnen. Derudover designede vi en ny

Installationen fungerede godt som dialogværktøj.



version af sætningskortene med udgangspunkt i den indsamlede viden derfra. På sætningskortene skulle folk skrive om, hvordan de bl.a. oplever mangfoldigheden, trygheden eller venligheden i Sydhavnen. En sætning kunne f.eks. lyde "Fortæl om hvordan du oplever mangfoldigheden i Sydhavnen". Hver kategori af sætningskort, havde deres egen farve. Over bydelskortet byggede vi en trækonstruktion, der dannede et rum rundt om bordet, således at installationen blev et lille rum i det store biblioteksrum. Idéen med trækonstruktionen var, at folk skulle hænge deres valgte sætningskort op på et selvvalgt sted i et net af snore mellem trælægterne. På den måde kunne Sydhavnens beboere være med til løbende at forme og udvikle installationen. De farvede sætningskort i netværket af snore skulle fungere som en slags sky af meninger og holdninger og kunne på den måde blive et billede på Sydhavnens mangfoldighed. Ift. det visuelle udtryk var dette værktøj det hidtil mest designede. Vi havde brugt god tid på at idéudvikle på funktionen, skitsere på formen og sammensætte farver. Farverne skulle medvirke til, at give installationen et mangfoldigt og levende udtryk.

Hvad fandt vi ud af? Vi fik bl.a. visualiseret brugen af Sydhavnens områder, afprøvet et interaktionsskabende værktøj og indsamlet viden om, hvad beboerne mener, der skal bevares i Sydhavnen.

Bydelskortet fungerede godt og intuitivt på folk. De mange farvede flag tiltrak opmærksomhed og i kombination med kortet, forstod folk hurtigt, hvad de skulle bruge det til. Især flagene "Her er mit ynglings sted", "Her er det bedste sted at.." og "Her bor jeg" blev brugt af mange. Det lyserøde flag med sætningen "Her er det ægte Sydhavnen" virkede derimod ikke let for folk at svare på. Gennem vores undersøgelser erfarede vi, at mange sydhavnere har svært ved at forholde sig til ordbruget "ægte" om Sydhavnen. Efter nogen tid valgte vi derfor at udskifte dette flag med et nyt, hvorpå der i stedet stod "Her er det mest Sydhavnsagtige". Dette flag fungerede langt bedre. Sætningskortene virkede ikke nær så opsigtsvækkende og fængende på folk, som flagene gjorde. Først mente vi, at det skyldtes placeringen af dem - de var hængt op på trækonstruktionen lige over kortet - og vi valgte derfor at flytte dem til den modsatte side af konstruktionen. Derudover lavede vi to workshopdage på biblioteket, hvor vi aktivt inviterede folk til at bruge installationen. Til dette formål fungerede installationen godt - jo flere der brugte installationen, jo flere mennesker tiltrak den. På den måde fik vi udfyldt en hel del sætningskort, og det fik installationens rum til at træde yderligere frem. Efterfølgende måtte vi dog indse, at kortene ikke blev udfyldt, når vi ikke var tilstede, og vi konkluderede derfor, at sætningskortene var for svære at svare på.

Vi valgte derfor at udforme en række nye kort med inspiration fra vores tidligere sætningskort (som f.eks. "Det er kun i Sydhavnen at..."), hvor sætningerne var mere åbne. På et af de nye sætningskort stod der bl.a. "Det vigtigste at bevare i Sydhavnen er...". De nye sætningskort blev udfyldt langt hurtigere end de forrige - også selvom vi ikke var til stede. Vi erfarede derfor ved denne installation, at måden, hvorpå man stiller folk spørgsmål, har stor betydning for folks engagement og lyst til at svare. Yderligere erfarede vi, at en installation som denne skal kunne vække opsigt samt virke intuitiv let at gå til, hvis man ønsker mange forskellige deltagere. Desuden fandt vi ud af gennem samtaler med bibliotekarerne, at installationen vakte begejstring hos mange af bibliotekets brugere, og at den skabte samtaler mellem folk på kryds og tværs. Vi så det som et absolut succeskriterie, at installationen kunne skabe disse nye møder mellem Sydhavnere. Bibliotekarerne havde været glade for, at have installationen stående i biblioteket, fordi den skabt nyt liv og energi i biblioteksrummene. De har efterfølgende spurgt, om de måtte beholde installationen og løbende bruge den til forskelligt indhold - det har vi med glæde sagt ja til.

## VIDEOINTERVIEWENE

Efter at have tilbragt megen tid i felten og talt med mange sydhavnere fik vi behov for at få registreret noget af den viden, vi havde fået, og få uddybet de konkrete elementer, vi på dette tidspunkt havde sporet os ind på ift. Sydhavnen og ånden. Det gjorde vi i form af nogle halvstrukturerede interviews, som vi filmede med et videokamera. Videointerviewene skulle også være en måde at få nogle ansigter på bydelen og nogle personlige vinkler på det indhold, projektet begyndte at have fået. Vi inddelte interviewspørgsmålene i seks kategorier; om den interviewede, udviklingen, karakteren, personlig mapping af bydelen (se værktøj nedenfor), landsbyen og tiden (se værktøj nedenfor). Vi havde planlagt at tage ud og interviewe beboere i byrummet i de forskellige boligområder i Sydhavnen for at se, om der var forskel på dem. Vi planlagde og overholdt, at hvert interview varede 20-25 minutter pr. person. Værktøjet blev også en måde at introducere kameraet som form i vores projekt. Vi var spændte på, hvordan den lidt mere formelle form ville virke i mødet med beboerne, og hvordan kameraet ville gå ind. Vi havde valgt at tage et så lille kamera og mikrofon med som muligt for ikke at fremstå som et alt for stort fremmedelement i bybilledet.

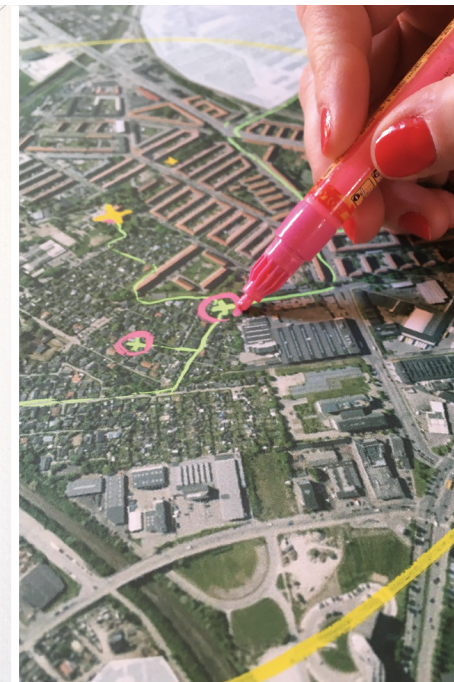
Hvad fandt vi så ud af? Den halvstrukturerede form virkede godt ift. det sted, vi befandt os i processen, fordi vi fik spurgt ind til og uddybet meget af det, vi ønske-

## KORTENE MED PERSONLIG MAPPING

de. Hvor en mere åben og uplanlagt tilgang fungerede bedre i starten af projektet til at åbne bydelen og problemfeltet op, fik vi på dette stadie stor gavn af den mere specifikke viden, denne form gav os. Vi oplevede også, hvordan udefrakommende aktører som medier og kommunen i nogle dele af miljøet i Sydhavnen ikke er på særlig god fod, da flere forbipasserende vredt henvendte sig, fordi de troede, vi var fra Områdefornyelsen/kommunen, men blev mere afdæmpede og venlige, da vi svarede, at vi var studerende og beboere. Kameraet gav på denne måde en mere officiel ramme om projektet, som ikke nødvendigvis ved første øjekast faldt i god jord. Vi oplevede også flere beboere, der takkede nej, da kameraet kom på banen. Man kan dog samtidigt sige, at kameraformen var god til at tiltrække folk, der rigtig gerne ville tale en masse og være på, så der var rig mulighed for at få registreret og uddybet projektets emne. Vi har haft stor gavn af at have kunnet gå tilbage til videoerne og trække citater ud, og den viden, vi fik ud af værktøjet, var i høj grad en bekræftelse af det, vi tidligere havde tilegnet os i felten, men ikke registreret. Et punkt, vi havde været for ambitiøse på, var at tro, vi kunne nå rundt i hele området og interviewe beboere. Vi besøgte haveforeningerne, hvor vi dog ikke kunne finde nogle deltagere, kulturhuset, hvor vi fik interviewet en og Stubmøllepladsen, hvor vi fik interviewet tre personer.

Da vi var begyndt at have mere fokus på at undersøge Sydhavnen og dens ånd ud fra flere vinkler end sprogbruget, ønskede vi et værktøj, der kunne fortælle os mere om sydhavnernes fysiske brug af bydelen. Derfor printede vi nogle store kort over bydelen, som folk kunne mappe deres hverdags- og weekendruter på, det område de føler sig hjemme i og det mest sydhavnsagtige/karakteristiske sted. Efter vores negative erfaring med brugen af ordet ægte i Sydhavnen - som de fleste stejler over, fordi det i højere grad refererer til udefrakommende folks fascination af bydelens ægthed i form af det oprindelige i stedet for det liv, der rent faktisk bliver levet - valgte vi at

Kortet var godt at tale ud fra.



prøve ordene mest sydhavnsagtige og mest karakteristiske af, fordi det har færre sammenhænge med ovenstående og samtidigt kan fortælle noget om det, der er specielt i bydelen. De forskellige mapper blev tegnet med forskelligt farvede tuscher.

Hvad fandt vi så ud af? Mappingen viste, at folk for det meste forlader bydelen for at arbejde, men at de i nogen grad holder sig indenfor deres egne boligområder, når de befinder sig i bydelen og har fri. Da vi ikke fik brugt værktøjet på mange beboere, handlede den viden, vi fik ud af det, i høj grad om, hvordan kortet og et sådant værktøj kan få åbnet samtalen op. Med kortet har folk noget at forholde sig til, få associationer ud fra og at tale om.

## TIDSSKALAERNE

Dette værktøj sprang ud af vores indblik i og idé om den specielle tidsfornemmelse, man kan tale om, der er til stede i Sydhavnen, og at det kunne være et muligt spændende koncept. Vi tænkte, at man på den ene side kunne tale om, at der er et særligt tempo i gadebilledet, hvor ingen stresser afsted, og at de fleste har fri, når de befinder sig i bydelen grundet dets afgrænsning til resten af byen. På den anden side tænkte vi, at der også er nogle ting, man kun kan gøre og gør i Sydhavnen, fordi der er en anden tidsfornemmelse f.eks. at sætte sig på bænken og tale med en fremmed. Vi valgte derfor at lave to tidsskalaer, der på den ene side kunne åbne op og konkretisere over for deltageren, hvad vi mente med tid, og på den anden side kunne konkretisere over for os, hvad deltageren mente. Det var en måde at visualisere det abstrakte tidsbegreb og få be- eller afkræfte vores idé om tid. Vi lavede to skalaer; en over den generelle tid og en over deltagerens egen tid. Deltageren skulle udfylde begge tidsskalaer fra 1 til 10, hvor 1 var, at tiden var gået i stå, og 10 var, at man altid var to skridt bagud. Visuelt bærer dette værktøj præg af, at vi havde designet nogle værktøjer forinden, der visuelt havde taget lang tid at udvikle og udforme, og at vi gerne ville hurtigt videre. Derfor er der ikke tænkt lang tid over udførelsen, og det er bare et printet stykke A4 papir med to tidsskalaer på. Vi brugte til at starte med tidsskalaen i forbindelse med videointer-



viewene, men også mere spontant til sydhavnere, vi mødt på vores vej f.eks. på biblioteket i forbindelse med at tjekke op på biblioteksinstallationen.

Hvad fandt vi så ud af? Vi oplevede, at deltagerne havde svært ved at forstå værktøjet. Det skyldtes flere ting. Folk forstod ordet tempo bedre en begrebet tid, fordi ordet tid er for abstrakt, at bruge i den sammenhæng. Dette tog vi med videre i vores proces, når vi skulle tale med beboerne. Derudover havde vi skrevet to skridt fremfor ti skridt, så flere ikke forstod, hvad det betød. Ift. den viden, værktøjet gav os, bekræftede det, at sydhavnernes opfattelse af det generelle tempo og deres eget tempo i bydelen er et andet og langsommere tempo end i resten af København.

Det langsommere tempo i Sydhavnen.

## PORTRÆTTERNE

Vi ønskede at lave nogle personlige og menneskelige billeder på det Sydhavnen, vi arbejder med, og valgte derfor at tage fat i portrætformatet. Til portrætteerne forsøgte vi at ramme de grupperinger og boligområder, vi havde klarlagt i løbet af projektet, så bredt som vi kunne - se boligområder Bilag 1 og grupperinger Bilag 2- for at få et overordnet billede af sydhavnerne. Vi tog fat i to beboere, vi havde mødt tidligere i projektet, to gennem vores egen omgangskreds og en, vi tilfældigt mødte på biblioteket dagen forinden. De portrætterede er:

Kirsten, der er 70'er tilflytter, pensionist, fra haveforeningen Frederikshøj H/F, sydhavner på 30. år, tog os med til Mozarts Plads

Henrik, der er førtidspensionist, fra Musikbyen, sydhavner på 31. år, tog os med til Valby Parken

Suzette, der er 4. generationssydhavner, tidligere receptionist og for tiden arbejdsløs, fra Bavnehøj, sydhavner hele sit liv, tog os med til Vestre Kirkegård

Helene, ung tilflytter, nyuddannet i litteraturvidenskab og arbejdsløs, fra Frederiksholm, sydhavner  $\frac{3}{4}$  år, tog os med til Tippen

Peter, ung indfødt, arbejdsløs, også fra Frederikshøj H/F, sydhavner hele sit liv, tog os med til fodboldklubben FREM

Det skal nævnes, at det ikke er bevidst, at alle de portrætterede står udenfor arbejdsmarkedet, men at det samtidigt også er karakteristisk for den bydel, vi arbejder med. I stedet for at lave et klassisk hjemme-hos-portræt, som vi regnede med ville være for grænseoverskridende og svært at få folk med til, besluttede vi at lave portrættet som et gåtursformat, hvor vi hentede den portrætterede ved deres hjem, og de selv valgte, hvorhen vi skulle gå - til et sted, de opfattede som meget sydhavnsagtigt eller et sted, der betød meget for dem. Vi portrætterede gåturen og den enkelte person gennem video og fotos. Denne gang valgte vi dog at tage et endnu mindre videokamera med, et almindeligt lille håndholdt kamera for at gøre formen mest mulig uformel og afslappet - med inspiration i Steiner Kvale. Ligesom med videointerviewene havde vi lavet nogle halvstrukturerede spørgsmål hjemmefra, som vi kunne tage udgangspunkt i, med flere af de samme kategorier; om personen, karakteren, væremåderne og steder, det konkrete sted, de tog os med til.

Hvad fandt vi så ud af? Gåtursformen fungerede utroligt godt, da det langt hen ad vejen gjorde den formelle form mindre formel, fordi man bevægede sig. De portrætterede virkede kun de første minutter lidt akavede omkring kameraet og syntes ikke at ænse det resten af tiden. Udover at indfange den

portrætterede, indfangede det også i flere tilfælde noget af det liv, der findes i bydelen, og som vi har arbejdet med; man hilser på hinanden og kontrasten mellem bylivet i handeleggaden og roen i naturområderne. Det, som værktøjet gav os mest af, var et endnu mere personligt forhold til og indblik i de mennesker, vi arbejder med, og deraf meget inspiration til den efterfølgende idéudviklingsfase. Fordi portrætterne gav mulighed for det mere personligt uddybende, var de i høj grad med til i sidste ende af undersøgelsesfasen at spore os ind på det endelige problemfelt. Se portrætterne under Bilag 4.

Kameraets størrelse gav en mere uformel ramme.

