

# Håb på kanten



Carl Nors Mariager: 55255  
Laika Marie Frandsen Andersen: 54551  
Frederikke Leonora Auener Gammeltoft: 55549  
Sarah Stausholm Andersen: 54250  
Naja Duus Bendixen: 55285

Gruppe nr. 10  
Hum Bach 46.3  
3. Semester 2015  
Vejleder: Jan Samuelsen  
Anslag: 136.525

## Abstract

This paper examines the development in the fridge areas of Denmark, whom are in a major setback, because of a tendency of negative population growth and a low growth rate. Therefore it is remarkable how the town of Klitmøller in a fridge area, has transformed and changed it's fall-off into increasing economic and population growth. This paper examines the background for this development, focusing on the innovative elements, that underlie the positive processes. These processes are attempted transmitted, to the town of Nors, a nearby city, which is representative of a fridge area town, though declining some of this representation, by being a community with a positive environment, and a voluntary society.

The paper presents the theory "Imagined Communities" by Benedict Anderson, to gain insight in the theoretical construction of a community. Furthermore the investigation is created through collected empirical data, derived from anthropological methods, which explains how to approach field-work, including direct and indirect observations.

The paper states a continuous use of innovation-theory, including idea generating methods, design thinking, market innovation, experience economy, iterative process and user-driven innovation, to gain insight in innovative processes in Klitmøller, and in the development of the papers concept: '*community*'. Ultimately the mentioned concept, is explained through the presented ideas, containing organizational, value and physical community-development strategy. More specific the paper concludes that organizing the forces inside a town, is a necessity, in order for the city to approach common challenges, and realizing common objectives. Being able to identify, define, and discuss, internal and locational-bound values, is a starting point for a better communication and opportunity for development, for a town like Nors. Having a physical meeting place, that is independent of associations, and therefore accessible to all individuals and groups, can be concluded being a community-building factor in a town.

## Indholdsfortegnelse

<b>1. Indledning</b> .....	<b>4</b>
<b>2. Vejen mod konceptet</b> .....	<b>7</b>
2.1 Turen mod det ukendte vol.1 .....	8
2.2 In Between .....	12
2.3 Turen mod det ukendte vol.2 .....	12
<b>3. Arbejde på tværs</b> .....	<b>14</b>
3.1 Innovation en definition .....	16
3.2 Vejen til succes .....	17
3.3 De kreative hoveder .....	18
3.4 Fra idéen til virkeligheden .....	22
3.5 <i>De kloge brugere</i> .....	22
3.6 Nors – de vise borgerer .....	25
3.7 Nors’ lange linjer .....	26
3.8 Sammen om Nors .....	27
3.9 Foreningslivet i Nors .....	28
3.10 Nors-Tved på tværs .....	28
3.11 Idéens forskellige faser .....	29
3.12 Styrkelse af tværgående arbejde i Nors .....	30
3.13 Foreningernes dag .....	31
<b>4. Værdimæssigt fællesskab</b> .....	<b>32</b>
4.1 Kommunikationen om de fælles værdier .....	32
4.2 Synkronisering af platforme .....	33
4.3 Fælles visuel identitet i Nors .....	33
4.4 <i>Kommunikation på tværs</i> .....	35
4.5 <i>Nors visuelle ansigt</i> .....	37
4.6 <i>Nors på papir</i> .....	38
4.7 <i>Det moderne Nors</i> .....	39
<b>5. Fællesskabet i det fysiske rum</b> .....	<b>41</b>
5.1 Nors’ fysiske karakter .....	42
5.2 Ind i Nors’ verden .....	43
5.3 Den vigtige borger .....	44
5.4 Nutid og datid, Nors for altid .....	45
5.5 Nors – en ressourcestærk by .....	46
5.6 ”Forbind, gentænk og styrk” .....	48
5.7 Nye samlingspunkter i Nors .....	50
5.8 Fælleshuset .....	50
5.9 Plads til borgerne .....	51
<b>6. Ressourcer over diskurs</b> .....	<b>53</b>
<b>8. Innovation med kant</b> .....	<b>56</b>
<b>9. Litteraturliste</b> .....	<b>58</b>

## 1. Indledning

Projektet udsprang af en interesse for debatten om Danmarks yderområder, hvor der har været et øget fokus på disse områders tilbagegang. Klitmøller har, som en af de få byer i Thisted Kommune, øget befolkningstilvækst. Byen oplever en markant positiv udvikling, i en tid hvor yderområderne har stor tilbagegang. Klitmøller har vendt den negative omtale, og fremstilles i medierne som en solstrålehistorie i kontrast til yderområderne, der går under betegnelsen "Den rådne banan".

Vi ønsker derfor at undersøge, hvad der har ligget til grund for denne udvikling. Yderområder defineres som områder der ligger langt fra større byer, har dårligere økonomisk aktivitet, samt lav eller negativ befolkningstilvækst. Ud af 98 kommuner i Danmark, betegnes 16 af dem som yderkommuner (Web 1). Det interessante ved Klitmøllers udvikling er, at den er placeret i en af de hårdest ramte kommuner, Thisted kommune (jf. bilag 1, graf 1,2,4). Klitmøller har formået, på trods af den generelle nationale tendens i yderkommunerne, at skabe udvikling og endda befolkningstilvækst. Gennem nyoprettede kontorfællesskaber er flere designere og iværksættere flyttet fra større byer, for at slå sig ned i den tidligere fiskerby. Men hvad ligger til grund for den udvikling der er sket i Klitmøller? Hvordan har byen brudt med diskursen om Udkantsdanmark, og skabt en ny diskurs om sig selv?

Disse spørgsmål udgør motivationen bag vores projekt. Ud fra denne undren besøgte vi Klitmøller, for at undersøge hvilke innovative processer, der havde medvirket til byens succes. Denne viden ønskede vi at benytte i en anden nærliggende by, som ikke havde tilegnet sig samme udviklingsmønster, og derved give et bud på hvordan man kunne bidrage til byens udvikling. Den anden feltby blev valgt ud fra to kriterier: byen skulle ligesom Klitmøller, være en del af Thisted Kommune, for at simplificere sammenligningsgrundlaget. Derudover skulle byen ikke have de samme naturmæssige forhold som Klitmøller, i form af havet. Vi valgte den nærliggende by Nors. Selvom byen indeholder de institutioner og elementer, som danner grundlag for en velfungerende by, er befolkningstallet langsomt nedadgående(jf. bilag, graf 4).

*Herefter udviklede vi følgende problemformulering:*

***Hvordan kan den innovative udvikling i Klitmøller med henblik på de historiske, kulturelle og kommunikative elementer, inspirerer til at skabe udvikling i den nærliggende by Nors?***

Analysen af både Klitmøller og Nors er foretaget ud fra empiriske undersøgelser i form af interviews og feltobservationer. Til indsamlingen af denne empiri har vi benyttet teori om direkte

og indirekte observation, af Russel Bernard (2011). Kirsten Hastrups (red) *Ind i Verden* (2010), har vi benyttet som redskab til at indsamle viden om det at gå til - og forstå felten.

Svend Brinkman og Steinar Kvale (2009) bidrager med metodiske værktøjer til brug i interviewsituationer, som benyttes til at beskrive de interviews, der er blevet indsamlet, på turene til Klitmøller og Nors. Ligeledes benyttes Brinkman og Kvale til at redegøre for brugen af interviewene som vidensproducerende.

For at beskrive hvilke faktorer og elementer, samt hvilke processer, som gør sig gældende de enkelte steder, i hhv. Klitmøller og Nors, er der taget brug af Realdanias *Mulighedernes Land* (2012). *Mulighedernes Land* er en beskrivelse af 16 demonstrationsprojekter, som har haft til formål at fremme udviklingen i 3 af Danmarks yderkommuner. Denne er benyttet som inspiration til fremgangsmåden af analyse af både Klitmøllers og Nors', men også som et begrebsapparat, til at definere de fremtrædende elementer, når man skal udvikle en by eller område, heriblandt begrebet: '*Stedbundne ressourcer*'.

Som et begrebsapparat til beskrivelse af rummets karakter har vi benyttet *Stedets karakter* af Kjeld Buciek (2015).

Da fællesskab er et gennemgående tema i opgaven, benyttes Benedict Andersons teori *forestillede fællesskaber* (2001). Anderson benyttes til at forklare, hvad der ligger til grund for, at man danner en bevidsthed om et fællesskab i en nation. Han argumenterer i sin teori for, at en række historiske forudsætninger er med til at danne en national bevidsthed, og at denne bevidsthed er et forestillet fællesskab. Selvom Anderson skriver om nationer, bruger vi i denne opgave forestillede fællesskaber til at beskrive bysamfund.

Til analysen af innovationen i Klitmøller og Nors har vi benyttet innovationsteorien. Her har vi taget udgangspunkt i IDEO's proces *Design Thinking*, der består af en model med syv faser, beskrevet i *Innovations Antologi*, af Louise Jacobsen (2010). Derudover inddrages også Catharina Juul Kristensen og Søren Vøxteds *Innovation - medarbejder og bruger* (2009), som omhandler social innovation. Da innovationen i Klitmøller omhandler surf miljøet, og oplevelserne forbundet med dette, bliver også oplevelsesøkonomien relevant i analysen heraf. Derfor benyttes Jørgen Ole Bærenholdt og Jon Sundbos *Oplevelses Økonomi- produktion, forbrug og kultur* (2007). Ligeledes

kan teorien skabe en forståelse af '*storytelling*' og styrken herved. Et element som også benyttes ved idéudviklingen af Nors.

Som en konkret metode til idéudviklingen, benyttes Walt Disneys '*kreativitetsstrategi*', fra *Fra Idé til projekt*, som uddybende metode til processen Design Thinking. Ligeledes benyttes Tom Kelleys, *The Art of Innovation* i uddybelsen af innovationsprocessen (2001).

Opgaven er skrevet ud fra en hermeneutisk tilgang, defineret af Hans-Georg Gadamer (2014), og skaber således rammen for projektets udformning, ved at vi benytter den hermeneutiske tilgang til at forstå og fortolke Nors og Klitmøller.

Det er med udgangspunkt i fællesskab, at *subjektivitet og læring* forankres i projektet. Vi undersøger fællesskabet som en konstrueret enhed i en by, ud fra Andersons begreb *forestillet fællesskab*. Her tages udgangspunkt i det enkelte individs opfattelse af fællesskabet. Derudover har vi gennem borgerinddragelse, haft fokus på individers ønske for bymiljøet, og deres oplevelse af at bo i hhv. Klitmøller og Nors. Vi diskuterer til sidst, den samfundsmæssige diskurs i yderområder. Vi har yderligere valgt at forankre opgaven i dimensionen *tekst og tegn*, idet hovedparten af projektets empiri, er interviews. Dermed anvender vi vigtige analyseredskaber fra denne dimension til vores analyse og fortolkning af disse interviews. Vi har gjort brug af analysemetoder og begreber fra Kvale og Brinkmanns værk *Interview*. Herudover anvender vi antropologiske metoder til at forholde os til felten, og den empiri der indsamles ved observationer.

Opgaven er inddelt under overordnede temaer. Analyse og redegørelse sammenflettes i hvert af afsnittene, efter relevans i forhold til temaet. Ovenstående leder således mod en præsentation af de idéer, som de enkelte afsnit præsenterer. De enkelte idéer kan derfor ses som en konklusion på analysen, hvor analysens dele indgår løbende. Det skal dog pointeres, at ideen ikke er det endegyldige svar, men et eksempel på hvordan konceptet kan realiseres i praksis. Konceptet vil blive uddybet i næste afsnit.

## 2. Vejen mod konceptet

*”Vidensbygning i det antropologiske håndværk påbegyndes allerede ved etnografens indtræden i feltet, længe før selve feltarbejdet, og afsluttes først med afleveringen af den antropologiske tekst”* (Hastrup, 2010: 35).

Antropologens ‘vidensbygning’ påbegyndes længe før indtrædelsen i et givent felt. Det bliver igangsat af en ‘undren’ af det undersøgte. En undren kan betragtes som antropologens ‘motivation’, og eksisterer som et fundament for retningen i undersøgelsen (Ibid.: 36). Motivationen for at undersøge Danmarks yderområder, var at finde ud af, hvilke processer Klitmøller havde gennemgået, for at opnå den positive udvikling, som ses i dag. Samtidig drev motivationen os til at se på den nærliggende by Nors, for at undersøge deres byudvikling. Her var formålet, at der med inspiration fra analyse af Klitmøller, skulle fokuseres på at styrke byens potentialer. Som det implicit også fremgår, havde vi en forforståelse af både Nors og Klitmøller: Klitmøller som den succesfulde by, der har formået at bryde den ellers nedadgående udvikling, man ofte ser i yderområderne, og Nors som et klassisk eksempel på en udkants by.

For at opnå en bevidsthed om vores egen forforståelse, samt hvordan vi får den bedste forudsætning for at forstå Nors og Klitmøller, har vi blandt andet benyttet Hans-Georg Gadamer (2014) tilgang til hermeneutikken. Overordnet handler hermeneutikken om forståelsen af menneskets tilværelse, og hvordan vi undersøger dette. Med inspiration fra Martin Heidegger, anså Gadamer hermeneutikken som læren om menneskets eksistens i verden (Web 2). Gadamer adskiller sig fra de traditionelle opfattelser af hermeneutikken, idet han ikke anser det som muligt at opnå forståelse af tilværelsen, ved at benytte en metode eller en teknik. Han anser derimod forståelsen som en evig proces, der bevæger sig mellem forforståelse, forståelse og fortolkning - den såkaldte hermeneutiske spiral (Ibid.).

Vidensbygningen, forud for et feltarbejde, kan betragtes som en forberedende fase, der omfatter research og indsigt (Hastrup, 2010: 36). Det er i denne fase at vi opbyggede den forforståelse som vi tog med os til hhv. Nors og Klitmøller, og som udgjorde udgangspunktet for vores undersøgelse.

Den opstartende *vidensindsamling* havde fokus på at indsamle viden og empiri om Klitmøller, herunder dens demografiske og historiske størrelse. Her bed vi mærke i en lokal konflikt, som siden 70’erne havde sat sit præg på Klitmøller, men som gennem de sidste ti-femten år var blevet

udvisket. Gennem denne kortlægning af Klitmøller, udvalgte vi de ønskede interviewpersoner, som vi fandt relevante til at besvare vores problemformulering.

I vidensbygningen, fra projektets start ved vores undren eller motivation, har vi benyttet os af *'flerstedsfeltarbejde'*. Denne type feltarbejde sammenkobler forskellige metoder, som interview med udvalgte personer i felten, og *'kontekstualiserede'* undersøgelsesformer, som i vores favør omfatter historisk viden om Nors og Klitmøller (Ibid.: 230).

Den kontekstualiserende undersøgelsesform er også tilstede i vores undren eller motivation, i den samfundsmæssige diskurs om udkantsdanmark. Klitmøller har formået at opponere imod selvsamme samfundsdiskurs, og er derfor den første by i vores flerstedsfeltarbejde. Det særlige ved denne type feltarbejde, er ifølge Cecilie Rubow, at der ikke er *"kontinuitet mellem person, handling og kontekst"* (Ibid.: 231). I denne form for feltarbejde gælder det om at forbinde feltets fragmenter, så vores kontekstualiserede undersøgelser hænger sammen med den indhentede viden, fra vores observationer i felten (Ibid.).

## **2.1 Turen mod det ukendte vol.1**

På den første tur, hvor vi opholdte os i Klitmøller, foretog vi interviews med Stian Eide, Robert Sand samt arbejdsfællesskabet Cowork, bestående af Troels Schwartz og Bente Boesen, samt deres kolleger Fie og Peter. Her benyttede vi os af henholdsvis *'narrativ'*- og *'fokusgruppeinterviews'*, med udgangspunkt i Brinkmann og Kvaales metodetilgang (2009).

Ved den narrative interviewform fokuserer interviewereren på den historie, den interviewpersonen fortæller, samt de pågældende histories handlinger og opbygning. Indenfor de fremhævede tre formål, som forekommer under den narrative interviewform, var formålet med ovenstående interviews for det første, at vi gerne ville have indblik i de interviewedes *'livshistorie'*. Vi ønskede de interviewede til at forklare Klitmøllers udvikling og historie fra *deres perspektiv* (Brinkmann; Kvale, 2009: 176). For det andet var formålet at få den interviewede til at blive informant, og bidrage med viden om eksempelvis et lokalsamfund, som rækker ud over interviewpersonens egen historie (Ibid.). Dette formål betegner Brinkmann og Kvale som *'erindringsinterviewet'*. Dette er benyttet for at få flere synsvinkler på Klitmøllers udviklingsprocesser, deres historiske baggrund, samt de interviewedes forhold til byen.

Interviewet med Cowork er dog kategoriseret som et fokusgruppeinterview, da det bestod af fire informanter. Hovedformålet i denne interviewform er at få flere forskellige synspunkter på samme



emne, som i dette tilfælde netop var at få et indtryk af deres holdning til Klitmøller, og samtidig hvad der drev dem til byen, ud fra deres synsvinkler. Hvilket også har elementer af både erindrings og livshistorie interviewet (Ibid.: 170).

Ved transskribering af interviews oversætter man, som Brinkmann og Kvale beskriver, fra "*talesprog til skriftsprog*". I denne proces er det vigtigt at gøre sig nogle overvejelser.

Transskriptioner kan ikke ses som direkte oversættelser, idet man i transskriptionsprocessen gennemgår en fortolkning. Allerede ved overgangen for den egentlige interviewsituation, til den bandede optagelse, er de kropslige interaktioner udeladt. Og igen ved at nedskrive det sagte, udelades endnu et element, det auditive (Ibid.: 200-203). Ifølge Kvale og Brinkmann er *transskriptioner "(...)forarmede, dekonstekstualiserede gengivelser af direkte interviewsamtaler"* (Ibid.: 200). Dog gør transskriptioner analyse af materialet lettere (Ibid.: 200-203).

For at få et overblik over det indsamlede materiale, både med interviewene med hhv. Stian Eide, Robert Sand og Cowork og de øvrige foretagne interviews, foretog vi en temaopdeling, som et alternativ til den fulde transskribering. Dette er gjort, da hvert interview i gennemsnit varer over en time, og derfor vil give et alt for stort og uoverskueligt materiale (Brinkmann; Kvale, 2009: 202).

I gennemgang af de forskellige temaer, af de ovenstående interviews, blev der ofte nævnt ord og sætninger som: "*den særlige mentalitet, mangfoldighed, åbenhed* (Cowork, 2015: 16.59 og Sand, 2015: 18.09-19.30 og Eide, 2015: 02.55)<sup>1</sup> I sammenhæng med interviewpersonernes beskrivelse af Klitmøller og deres forhold til byen. Det er ud fra sådanne begreber og betegnelser, at vi har tilegnet os en ny forståelse af hvordan de oplever Klitmøller som noget særligt. Vi har fortolket os frem til at mangfoldighed, åbenhed og den særlige mentalitet, af disse beboere opleves som nogets særligt for Klitmøllers fælleskab, og som er en stor del af Klitmøllers force og tiltrækningskraft (Cowork, 2015: 14.10-14.19 og Sand, 2015: 18.09-19.30 og Eide, 2015: 02.55 ).

Vi har her foretaget det som Kvale og Brinkmann betegner som en '*meningsfortolkning*'. Her er det netop gældende, at man fortolker sig frem til en mening ud fra det sagte, som ikke nødvendigvis italesættes direkte (Brinkmann; Kvale, 2009: 230-231). I denne sammenhæng, er der taget brug af nogle hermeneutiske fortolkningsprincipper, beskrevet af Kvale og Brinkmann (Ibid.: 233).

---

<sup>1</sup> Som det vises i citatet, er det sådan vi fremover i opgaven henviser til tidskoderne i interviews.

Et af disse bygger på den hermeneutiske spiral. Her skabes en forståelse af teksten (empirien), gennem skiftevis fortolkning af dens enkelte dele, og disses betydning på dens helhed. En metode som temaopdelingen af de enkelte interviews simplificerer.

I fortolkningsfasen er det også vigtigt at være bevidst om sin egen fortolkningsramme, og opmærksom på hvordan et bestemt fokus kan begrænse fortolkningsmulighederne (Ibid.: 133). Ifølge Gadamer har vi, idet vi sætter os for at forstå en situation eller en tekst, en forudindtaget forforståelse, som betinger hvordan vi erfarer denne. Vi er styret af det han betegner som *de skjulte fordømmes tyranni* (Gadamer, 2013: 282). Al forståelse indebærer en forforståelse, der enten er negativ eller positiv, og som påvirker hvordan vi opfatter verden. Det handler derfor om at være opmærksom på denne forforståelse, og ikke lade den komme i vejen for hvordan vi fortolker (Ibid.). Det handler om at bryde ens forståelseshorisont og være åben overfor den andens mening, så det er den der kommer til udtryk og ikke ens egen.

*"The important thing is to be aware of the one's own bias, so that the text can present itself in all its otherness and thus assert its own truth against one's own foremeaning." (Ibid.).*

Forståelse og fortolkning af en tekst eller situation kræver derfor at man tilegner sig den rette horisont, for det man undersøger. *"On the other hand, to have horizon means not being limited to what is nearby but being able to see beyond it"* (Ibid.: 313). Horisonten udgør den situation som vi ser tilværelsen ud fra. Den udgør vores såkaldte standpunkt. Horisonten gør, at vi kan se udover vores egen situation, og er essentiel for at vi opnår en fælles forståelse og kan sætte os i den andens sted. Ifølge Gadamer spiller historien en væsentlig rolle, da mennesket altid har en forforståelse, som er præget af ens kontekst og historie. *"A person who is trying to understand a text is always projecting. He projects a meaning for the text as a whole as soon as some initial meaning emerges in the text"* (Ibid.: 279)

For at forstå verden bevæger vi os konstant mellem delen og helheden, hvilket gør at vi hele tiden opnår en ny forståelse, idet vi udvider vores horisont. Vi bevæger os således mellem de enkelte dele og helheden, sådan at de altid ses i forhold til hinanden, og fusionere til en ny forståelse, en såkaldt horisontsammensmeltning (Ibid.: 317). Vi kommer derfor frem til en fortolkning, der ikke er påvirket af vores eget udgangspunkt, men af den situation, som vi prøver at forstå.

På vores første felttur tog vi, efter vi havde foretaget interviews i Klitmøller, en tur til Nors. Da vi i første omgang, gik til feltet, var vi ikke opmærksomme på vores forforståelse og hvilken indflydelse denne havde på vores tilgang. Vi ankom til Nors med forestillingen om, at alle byer i Udkantsdanmark stod overfor massive udfordringer i form af fraflytning og økonomisk inaktivitet.

Med denne forforståelse foretog vi første interview i Nors, med to repræsentanter fra borgerforeningens bestyrelse. Dette var henholdsvis borgerforeningens formand Hanne Nielsen og næstformand Dennis Jensen. Grundet vores forforståelse var vores indgangsvinkel til interviewet meget problemorienteret. Under interviewet kom vi til at grave efter et problem, som vi igennem en analyse af byen ville finde en løsning på. Vores tilgang var dermed påvirket af vores hensigt og forforståelse af byen. Men jo længere ind vi kom i interviewet, jo mere ændredes vores opfattelse af byen og vi fik en ny forståelse. Denne proces er et eksempel på den hermeneutiske spiral, hvor vi bevæger vi os væk fra vores traditionsbundne standpunkt, der skaber en forforståelse. Derfra bevæger vi os videre til en ny forståelse som er opstået via en sammensmeltning mellem vores forståelse af byen samt Hanne og Dennis forståelse af samme.

Denne forståelse omhandlede særligt fællesskabet i Nors, som var udsprunget af forståelsen fra det empiriske materiale, der var indhentet i Klitmøller, og som netop belyste vigtigheden af Klitmøllers fællesskab. Vi inddrog derfor spørgsmål til interviewpersonerne, herunder Hanne og Dennis', oplevelse af fællesskabet i Nors. Selve interviewet er ligeledes kategoriseret narrativt interview, da det i overensstemmelse med Brinkmann - og Kvaales definition, både havde erindring og fortælling som formål (Brinkmann; Kvale, 2009: 176). Erindring, da det omhandlede deres oplevelse af byen samt byens udvikling set ud fra deres perspektiv, og fortællingen, idet de fortæller byens historie. I løbet af interviewet med Hanne Nielsen og Dennis Jensen, var der særligt et tema, som blev fundet påfaldende. Dette tema omhandlede antallet af foreninger i byen. Her udtaler Hanne Nielsen i interviewet, at: "(...) *der ikke er nogen by i Thy, som har flere foreninger end Nors.*" (Nielsen; Jensen, 2015: 38.12-38.15). Både Hanne Nielsen og Dennis Jensen var enige om, at formålet med de mange foreninger i Nors, kunne være svært at se, hvoraf flere sagtens kunne sammenflettes (Ibid.: 38.33 - 39.40). Derudover italesatte de også et dårligt samarbejde på tværs af foreningerne. Det at Nors havde så mange forskellige foreninger, som samtidig ikke var særlig villige til at arbejde sammen på tværs af hinanden, blev i vores forståelse sat i opposition til den fællesskabsfølelse som var dominerende i Klitmøller.

Da vi dagen efter snakkede med Per Grønkjær, en af de lokale lystfiskere i Klitmøller, blev spørgsmål vedrørende foreningslivet inkluderet i interviewet. Dette interview fokuserede på at få en mere faktuel viden om Nors' historie, samt hvordan det sociale liv er organiseret i byen. Interviewet er derfor, i højere grad, kategoriseret som et faktuel interview end et narrativt.

I Interviewet berettede Per Grønkjær, at der blot var fem foreninger i Klitmøller, som havde et fint samarbejde på tværs (Grønkjær, 2015: 13.30 - 14.10). Her fik vi en ny forståelse af situationen, nemlig at Klitmøller, som har haft succes med sin udvikling, havde et lille antal foreninger som arbejdede på tværs – modsat Nors' brede foreningsliv.

## 2.2 In Between

Efter vores første felttur til Thy, begyndte opsamlingen af den indsamlede empiri. Igennem den hermeneutiske meningsfortolkning, tegnede der sig gennem de foretagne interviews, et billede af beboernes opfattelse af sammenholdets vigtige betydning for byen. Dette blev gjort på baggrund af vores forståelse af Nors som helhed, set ud fra de enkelte dele, i form af interviewene i hhv. Klitmøller og Nors. På denne måde bevægede vi os fra de enkelte dele til helheden, og fra helheden til de enkelte dele, sådan at vi opnåede en ny forståelse af helheden. Heraf, inddrog vi teoretisk og metodisk empiri, til at styrke vores forståelse af netop fællesskabets størrelse og dets indvirken på et samfund. Som Hastrup beskriver, danner feltarbejderen en ny teoretisk viden om et felt, ved arbejdet med refleksionerne af feltets afdækninger. Her er samspillet mellem det praktiske felt, og det teoretiske, en del af undersøgelsens *vidensbygning* (Hastrup, 2010: 36-37). Under vidensbygningen forholder feltarbejderen sig reflektivt til både det praktiske såvel som det teoretiske felt (Ibid.: 36-38).

## 2.3 Turen mod det ukendte vol.2

Ca. to måneder efter det første besøg, tog vi igen af sted mod Vestjylland – denne gang med base i Nors. Indtrædelsen i feltet, var i denne sammenhæng også defineret af en ny disciplinering. Disciplinering er ifølge Charlotte Barts en nødvendighed før et givent feltarbejde: *"forud for ethvert feltarbejde ligger der måneders planlægning og overvejelser i forbindelse med den felt, etnografen begiver sig ind i"* (Hastrup, 2010: 39).

Disciplineringen, går forud for et feltarbejde og er en forberedende fase, som omfatter omstilling til et givent felt. Med dette menes, at man skal indordne sig i forhold til det givne felt. Efter mødet med borgerforeningen havde vi på den foregående tur, dannet os et indtryk om borgerforeningen som repræsentative for resten af byens indbyggere. Vores disciplinering foregik i denne sammenhæng, ved en bevidstliggørelse af forskellen mellem miljøet i en storby på Sjælland og en mindre by i Vestjylland. Dette vil sige, at vi agerede mere ydmygt, under interviewsne i Nors, i højere grad end i Klitmøller.

Ligeledes medførte gruppens forforståelse en anden tilgang til feltet i Nors. Her havde gruppen forforståelsen i baghovedet, under de foretagne interviews. Interviewspørgsmålene bar derved præg af projektgruppens forforståelse af forskellen mellem samarbejdet og antallet af foreninger i henholdsvis Nors og Klitmøller. Her var det særligt interviewene med halvformanden, Ole Christensen, og Nors-Tved-Østervandet-tidendes redaktion, Susanne Søe-Larsen og Kristian Amby, som understøttede forståelsen af problematikken, med samarbejde på tværs af foreningerne. De to interviews er begge, karakteriseret indenfor det narrative interview, hvor det ligeledes er formålet at udlede hhv. Ole Christensen, Susanne Søe-Larsen og Kristian Ambys erindring og livshistorie, i forhold til Nors og byens sammenhold. Herunder udleder Ole Christensen blandt andet, at det er svært at få de forskellige foreninger til at samarbejde om, både givne projekter, og begivenheder i byen. Ole Christensen mener, at foreningerne har egne aktiviteter for øje og derfor i mindre grad, er tilbøjelige til at hjælpe hinanden (Christensen, 2015: 53.20-53.45). Dette udleder Amby fra den lokale avis ligeledes. Ifølge ham er der dog nogle foreninger som er bedre til at samarbejde end andre. Dette begrundes han med foreningernes muligheder for at forene deres aktiviteter. Her bliver spejderforeningen brugt som eksempel på en aktivt deltagende forening, som samarbejder med de øvrige. Kristian Amby begrundes dette udsagn, med spejdernes brede aktivitetspektrum, som gør det let at inddrage dem i forskellige arrangementer, da de kan bidrage med forskellige former for aktivitet (Tidende, 2015: 1.11.05- 1.12.30).

Redaktionen påpeger i denne sammenhæng, at en øget styrkelse af samarbejdet mellem foreningerne, kunne være nyttigt for byen. De foreslår, at en placering af borgerforeningen som den øverst dominerende forening, kunne være en god måde hvorpå byens arrangementer organiseres (Ibid.: 1.13.30-14.00). Borgerforenings repræsentanterne anså ligeledes de enkelte foreningsudvalg som værende for selvstændige til at samarbejde (Hanne, 2015: 59.45- 1.00.15). Ud fra en tolkning af interviewene, fandt gruppen hos interviewpersonerne en generel enighed om, at det manglende samarbejde mellem foreningerne, var et problem for byen og for byens fællesskab. Denne fortolkning bliver en del af forståelse om Nors' størrelse og indhold, og ligger til grund for udviklingen af vores koncept: *Øget fællesskab i Nors*.

Vi benytter her "Fra idé til projekt"s definition af et koncept: "*Konceptet er en ramme som tydeliggør og forstærker idéen. Konceptet tager udgangspunkt i idéen (...)*" (Bindslev et al, 1998: 21). Konceptet '*Øget fællesskab i Nors*', er gennem dets fokus, med til at sætte rammerne for udviklingen af idéerne. Derfor er konceptet også indlejret i de udtænkte idéer. De beskrevne idéer,

er ikke opgavens bærende element, men eksemplificeringer af brugen af konceptet. Ideerne skal derfor ikke forstås som opgavens facit, men blot som mulige løsninger på problemet.

Konceptet har vi valgt at underinddele i følgende temaer: *Fællesskab gennem organisering*, *Værdimæssigt fællesskab* og *Fællesskab i Det Fysiske Rum*. Disse tre temaer danner samtidig rammerne for opgavens struktur.

### 3. Arbejde på tværs

Denne opgave tager udgangspunkt i fællesskabet som en konstrueret enhed, en enhed som borgerne selv er med til at skabe. Dette gøres ud fra Benedict Andersons tankegang om fællesskabet.

Klitmøllers borgere kender ikke alle sammen hinanden, men har alligevel et stærkt forbundet fællesskab. Noget Hanne Nielsen ser som ikkeeksisterende i Nors.

Andersons teori "Imagined communities" argumenterer for nationen, som skabt ud fra sproget og en række historiske og artikulerende forudsætninger. Det handler om hvordan selve bevidstheden og tankegangen omkring nationen er blevet etableret gennem tiden. Andersons teori ligger derfor inden for den konstruktivistiske tilgang og verdensanskuelse, hvor det omhandler, hvad man socialt og mentalt ligger til grund for, hvordan man opfatter nationen. (Web 3)

Anderson definerer selv nationen således: "*I en antropologisk ånd vil jeg derfor foreslå følgende definition af nationen: Den er et forestillet politisk fællesskab – og forestillet som både uafværgeligt, afgrænset og suveræn*" (Anderson, 2001: 48).

Anderson argumenterer for at nationen er *forestillet*, da man i en nation aldrig vil kunne have bekendtskab med alle inden for nationen, men derimod altid vil have en forestillet idé om nationens størrelse og samhørighed (Ibid.). Nationer er ligeledes forestillede som begrænsede. En nation kan umuligt forestilles at rumme alle mennesker i verdenen, og derfor må være begrænset i sit omfang (Ibid.: 50). Endvidere er nationer forestillet som suveræne (Ibid.).

Til slut er nationen et forestillet *fællesskab*, da fællesskabet altid vil blive opfattet som et dybt broderskab mellem individerne i den pågældende nation. Dette er særligt på baggrund af den historie, og herunder de kulturelle forudsætninger, som ligger forud for den pågældende nation.

Anderson fremhæver særligt to kulturelle systemers udmunding, som havende en afgørende betydning, for at kunne tænke nationen. Disse to kulturelle systemer, har alle afsæt i religiøse tankestrømme, som via deres udmunding, ikke bliver erstattet af, men snarere styrker de nationalistiske forestillinger (Ibid.: 66). Anderson mener, at disse kulturelle systemer har nogle

klare referencer, i den måde nationen bliver tænkt og bevidstliggjort. De opløste kulturelle systemer, var hhv. det dynastiske rige og de klassiske religiøse fællesskaber (Ibid.: 54-55).

I det dynastiske rige, blev der gjort op med det hellige kongedømme, som fik understøttet sine handlinger af det guddommelige, i stedet for at få bevillingen fra folket. Det andet, var opgøret med de klassiske religiøse fællesskaber, som havde været centralt i forhold til den folkelige opfattelse af fællesskaber, særligt i forhold til det hellige sprog.

En udmunding af disse kulturelle systemer, betød dermed også ifølge Anderson, en ændret tidsopfattelse. Han mener, at netop denne ændrede tidsopfattelse er vigtig i forståelse af nationalismens skabelse i bevidstheden. Her var middelalderens opfattelse af tid, domineret af en ”*simultanitet-langs-med-tid*”, som blev erstattet med en opfattelse af ”*homogen, tom tid*”(Ibid.: 68), som betød at tidsopfattelsen var ”*tværgående, på tværs af tid*”(Ibid.). ‘*Homogen, tom tid*’ er altså en række tværgående begivenheder, som indeholder et tidsmæssigt sammentræf, som er målt af ”*ure og kalendere*”(Ibid.). Med dette menes det, at mennesket via disse kulturelle systemers opløsning, i højere grad blev bevidst om sin nation, og herunder andre individer i denne. Man har således en idé om de andres tilstedeværelse indenfor nationen samt deres forbundenhed, uden at kende til dem personligt.

Ifølge Anderson er det nødvendigt at se på de historiske elementer på et sted, for at få en forståelse for det forestillede fællesskab. For at forstå hvordan fællesskabet er opstået, vil der derfor fokuseres på de historiske elementer, som binder fællesskabet sammen, og som er en forudsætning, for fællesskabet som det er i dag.

Lige siden 1600-tallet, har Klitmøllers omdrejningspunkt været havet. Klitmøllers hovederhverv har siden 1825 været fiskeri. Dog åbnede Hanstholm i 1867 en fiskerihavn, hvilket skabte erhvervsmæssige problemer for Klitmøllers fiskere (Web 4). I 1970’erne kom et afgørende vendepunkt for byen: tyske surfer opdagede de unikke surfspots ved den jyske vestkyst. Der var i mange år efter, store uoverensstemmelser mellem fiskerne og surferne. Fiskerne mente at surferne tog for meget plads i byen, og at de ikke bidrog nok til fællesskabet. Men efterhånden som surferne integrerede sig i byen, skabte de liv. Skellet mellem surfer og fisker var ikke længere så tydeligt, som det havde været engang: “*Holdningen er gået fra at surferne vil man helst været foruden, til at man ser surferne og det at man kan surfe i området som et aktiv*” (Sand,R, 2015: 00.07.00-00.07.15)

Surferne bosatte sig, deltog i byens liv, meldte sig ind i foreninger, skabte projekter og var med til at sætte Klitmøller på landkortet. Dette skyldes blandt andet, at der blandt surferne var mange ildsjæle, med engagement og gåpåmod (Web 5).

Ildsjæle defineres i denne opgave ud fra antropologen, Mikael Hallstrøm Eriksens, definition. Han definerer ildsjæle som: “*Dem, der kan og vil gøre en ekstra indsats, fordi de brænder for det, de laver.*” (Web 6). Ildsjæle er handlekraftige og dedikerede mennesker, der drives af en indre glød. Derfor ses det ofte at grænsen mellem arbejde og fritid er udvisket (Ibid.).

På trods af de interne stridigheder, om bidragelse til bysamfundet og benyttelse af byen og havets faciliteter, har de stridende parter, surferne og fiskerene, det samme omdrejningspunkt; nemlig havet. Havet danner fundamentet for byens fælles interesse, og er en væsentlig del af byens historie. På trods af eventuelle forskellige erhverv og værdier blandt Klitmøllers borgere, er det dyrkelsen og udnyttelsen af havet, som er deres hovedfokus og fællesnævner, noget som har skabt grobund for at arbejde på tværs (Sand, R, 2015: 00.32.48-00.35.34).

Denne fællesnævner er ifølge *Mulighedernes land* en styrke for byen. Her udleder de netop at: “*Et fælles projekt eller mål kan styrke fællesskabet og give kræfter til at skabe forandring og udvikling*” (Realdania, 2012: 82). Det var blandt andet et fælles mål om organisering af surf miljøet, samt surf som en integreret del af en udviklingsstrategi, som var afsat for *Cold Hawaii Masterplan* i 2005. En plan der i høj grad bundede i en innovativ tankegang og innovative processer (Stian, 2015: 00.18.30-00.18.45). For at kunne redegøre for Klitmøllers innovationsproces, og benytte den som inspiration til idéudviklingen i Nors, er en definition af begrebet nødvendigt.

### **3.1 Innovation en definition**

Der eksisterer ikke en endegyldig definition af innovation. Til at definere begrebet i denne opgave, benyttes Louise Jacobsens beskrivelse fra *Innovations Antologi*.

“*Innovation handler ikke kun om nye ideer, nye måder - men i langt højere grad om at opbygge potentiale og værdier i nye kontekster og skabe transformationsprocesser som fundamentet til fremtidig forventning*” (Østergaard, 2010: 26).

Innovation behøver ikke at være helt nyt, men kan godt være en velkendt idé, produkt, proces eller serviceydelse, som bruges i en anden, ny, sammenhæng. For at skabe de bedste forudsætninger for innovationens succes, skal man analysere konteksten og på baggrund heraf designe et forløb, hvor



man hele tiden har udviklingen og implementeringen af ideen in mente (Ibid.). Med fokus på udvikling og implementering, bliver observation af brugerne samt feedback fra dem en vigtig ressource i processen. Dette kaldes *'brugerdrevet innovation'* og vil blive uddybet senere i opgaven (Ibid.).

### 3.2 Vejen til succes

For at danne de bedste forudsætninger for skabelsen af en innovativ idé, benyttes beskrivelser af innovationsprocesser fra bøgerne *Innovations Antologi* af Birthe Ravn Østergaard (2010) samt *The Art of Innovation* af Tom Kelley (2001). Vi benytter innovationsfirmaet, IDEO's, proces kaldet *Design Thinking*, der er en proces, hvor det handler om at skabe løsninger på et problem via kreativitet, empati og rationalitet. Processen består af syv faser der tilsammen udgør en model, som skal øge værdiskabelsen for brugeren. Disse syv faser er: *'definition'*, *'vidensindsamling'*, *'idégenerering'*, *'prototypeudvikling'*, *'udvælgelse'*, *'implementation'* og *'læring'* (Ibid.: 27). Både Tom Kelley og Jacobsens tilgange er meget markedsorienterede. Her er det produktet som er i fokus. Innovationsprocesserne, som gennemgås i opgaven, omhandler ikke udviklingen af et produkt, men har til formål at løse et socialt problem. Dog mener vi stadig, at den innovative proces, beskrevet af Kelley og Jacobsen, kan medvirke som redskab til at forstå innovationsprocessen i Klitmøller, og dermed fungere som værktøj til at skabe innovation i Nors.

Ovenfor fremgik det, hvordan havet havde været en fællesnævner for Klitmøller. Organiseringen af byens potentiale var ligeledes en vigtig faktor for udviklingen i Klitmøller. I 2007, udkom den tidligere nævnte *plan* for området (Johnsen, 2007). Ved vores undersøgelse af Klitmøller fremgik *Masterplanen* som værende en central del af Klitmøllers innovation. Ved hjælp af fælles definerede mål, satte *Masterplanen* "*Cold Hawaii Masterplan*" rammerne for byens udvikling.

I det følgende vil innovationsteorien, med udgangspunkt i Design Thinking, blive gennemgået i forhold til *Masterplanen* og Klitmøllers udvikling

### 3.3 De kreative hoveder

*Masterplanen* blev udviklet af de to ildsjæle Stian Eide, formand for den lokale surfklub, NASA, og Rasmus Johnsen, lokal surfer og iværksætter (Ibid.). *Masterplanen* skulle indeholde en skriftlig vision for projektet, samt visioner for vestkystens fremtid (Ibid.).

Idéen om en *Masterplan* opstod som reaktion på en konflikt, omhandlende et havneområde ved Hanstholms kyst. Her ville daværende Hanstholm Kommune opføre en vindmøllepark, med placering midt i et eftertragtet surfspot (Eide, 2015: 00.17.48-00.25.11). Rasmus Johnsen fandt disse surfspots langs den jyske vestkyst, unikke. I kampen om at bevare dem, begyndte han i samarbejde med NASA, en indsamling til betaling af eksperter til vurdering af sagen vedrørende vindmølleparkens placering. Deres rapport fastslog, at vindmølleparken sagtens ville kunne placeres et andet sted - og surfernes bølgespot blev dermed reddet (Web 5).

Herefter mødtes Rasmus Johnsen og Stian Eide, med daværende borgmester i Hanstholm, Ejner Frøkjær, for at diskutere, hvordan man bedre ville kunne udnytte de gode surf muligheder, ved vestkysten i Thy (Web 5). Dette blev afsættet for udarbejdelsen af *Masterplanen Cold Hawaii Masterplan*. Selve planen indeholdt tre hovedmålsætninger man ønskede opfyldt:

1. Et årligt event med surfing i fokus.
  2. Surfing skulle være led i en alternativ bosætningsstrategi.
  3. Surfing skulle være en del af et eller flere af de etablerede uddannelsesstilbud i Thy.
- (Johnsen, 2007: 6)

Som det står beskrevet i prologen til *Cold Hawaii Masterplan* blev *Masterplanen* skabt, ud fra et ønske om at udnytte havet som ressource bedst muligt (Johnsen, 2007: 4). 'Det stedbundne potentiale', havet, var allerede eksisterende, men *Masterplanen* som organiseringsværktøj skabte gennem dets målsætninger, grobund for at udnytte dette potentiale og derved at skabe vækst. Begrebet stedbundet potentiale dækker over *Mulighedernes lands* definition af de ressourcer og kvaliteter, som allerede er tilstede et givent sted. 'Stedsuafhængigt nyt potentiale' derimod, er at man tilføjer et nyt potentiale til et sted, som ikke allerede har denne kvalitet eller ressource (Realdania, 2012: 19). Man gentænkte i Klitmøller området, med fokus på både kommune, surfere og den øvrige befolkning. Her blev *Masterplanen* et middel til at opnå et fælles mål, til gavn for alle parter. Som Henrik Jensen fra Thisted Kommunes erhvervsafdeling uddyber:

*“Der var en fællesmængde mellem det surferne gerne ville have, og det som kunne tjene nogle bredere interesser. (...) der begyndte man at få mere struktur på det, og man begyndte at tegne nogle streger over hvor ville man hen med det. Og det kunne man godt se en fælles interesse i”* (Jensen, 2015: 00.09.36- 00.10.00).

Kommunens interesse skyldtes muligheden for, gennem surf miljøet, at udnytte det stedbundne potentiale og derved trække folk til området. Surferne ønskede de bedst mulige forhold for at benytte kysten (Ibid.: 00.09.59-00.10.30). De skabte dermed et fælles mål for udvikling og vækst, som varetog parternes interesser.

Da surf som oplevelse, og selve området, benyttes til at skabe vækst, er oplevelsesøkonomien en vigtig brik til at forstå denne udvikling. Oplevelsesøkonomi handler om at skabe merværdi ved hjælp af en oplevelse. Det er en værdiskabelse, hvor en oplevelse tillægger et allerede eksisterende produkt eller serviceydelse en merværdi (Bærenholdt; Sundbo, 2007: 13).

*”I en tid med tiltagende global konkurrence og i en videnøkonomi som den danske, hvor der i stigende grad konkurreres på innovation og kreativitet, er det vigtigt at differentiere sine produkter fra konkurrenternes og skabe en unik værdi og oplevelse for forbrugerne”* (Østergaard, 2010: 127).

En væsentlig del af danskernes forbrug går til oplevelser som rejser, fritidsinteresser og identitetsbaserede varer (Web 7: 9). Da det ikke længere er nok med et godt basisprodukt, fordi de fleste produkter ligner hinanden, er oplevelser blevet en måde hvorpå en virksomhed eller et produkt kan differentiere sig fra konkurrenten, hvilket gøres ved at tænke innovativt og kreativt indenfor oplevelser. Oplevelsesøkonomi kan f.eks. være i form af et indkøbscenter, der tilbyder koncerter til kunderne når de køber ind, eller når Thisted kommune benytter oplevelser, som Thy Nationalpark eller Cold Hawaii, til at brande området og dermed tiltrække flere turister.

Teorien om oplevelsesøkonomi kan bruges som redskab til at forstå konceptet, Cold Hawaii, og til at bidrage med en forståelse af, hvordan oplevelser kan være med til at udvikle byen Nors.

Pine og Gilmore var dem der introducerede begrebet oplevelsesøkonomi. De definerede oplevelse som *”a distinct economic offering”*, noget som udbyderen tilbyder en kunde. De beskrev oplevelsen som en teaterforestilling: *”An experience occurs when a company intentionally uses services as the stage, and goods as props, to engage individual customers in a way that creates a memorable event”* (Bærenholdt; Sundbo, 2007: 233). Pine og Gilmore ser oplevelsen som en vigtig faktor for virksomheders succes. Produktionen af produkter, markedsføring, samt servicebranchen, afhænger i højere og højere grad, af den oplevelse som tillægges disse (Østergaard, 2010:128 ). I Klitmøller

har oplevelsen været i centrum. Surf har via *Masterplanen*, sat rammerne for oplevelsen af byen. En oplevelse som på sigt, skulle skabe vækst (Johnsen, 2007).

Men hvad er egentlig en oplevelse, og hvordan kan en sådan skabe vækst? En oplevelse er en begivenhed, der er mindeværdig, og som engagerer brugeren på en personlig måde. Alle oplevelser er subjektive, og henvender sig til det enkelte individ. Den enkelte oplevelse er først meningsfuld når individualiteten bekræftes. Oplevelsen er dermed blevet et redskab til at skabe, mærke og forstå sig selv. Oplevelsesorientering er forskelligt fra individ til individ, da vi alle har forskellige behov og interesser, som former sig efter vores omgivelser. Vores stræben efter oplevelser er dermed kulturspecifik, og historisk betinget (Bærenholdt; Sundbo, 2007: 55-56).

Oplevelser opstår i interaktionen mellem individet og omverden, og viser sig som følelser, erindringer eller engagement (Ibid.: 30). Oplevelser er noget, som bestemmes af vores vilje og evne til forbinde os med objekter og repræsentationer. Vi bestemmer selv hvilke oplevelser vi søger, og tilrettelægger dem og vores forbrug efter livsprojekt, livsstil og humør. Det er dermed ikke noget, vi kan pådattes fra udbyderens side, men et indre behov som søges udfyldt. Det er derfor vigtigt, at udbyderen fokuserer på forbrugers behov for oplevelser, når de designer oplevelsen. Her skal de fokusere på hvordan individet emotionelt og kognitivt, efterstræber, bearbejder og opsøger input fra omverden. Oplevelser skal designes således at de behager, bevæger, engagerer, glæder eller overrasker os, så de udvider vores erfaringshorisont, rutiner og præferencer (Ibid.: 47). De oplevelser som formår dette, er dem, som vi husker bedst og er mest mindeværdige. Det er, når vi udfordres, at der sker en adfærdsregulering, hvor oplevelserne bliver meningsfulde og identitetsskabende (Ibid.: 259-260). I Klitmøller har *Masterplanen* været med til at implementere et miljø, hvor man kan opleve ro i forbindelse med den tætte kontakt til naturen, i form af havet og Thy Nationalpark.

Denne nærhed med naturen, som Klitmøller kan tilbyde, kan ses i forhold til en ny tendens inden for oplevelsesøkonomien, som går ud på '*bare at være*'. Bare at være, anses som en værdi som forbrugere længes efter. Det handler om, at forbrugeren tager et sted hen for at føle en form for '*eksistentiel ægthed*'. Der er mange måder at gøre dette på. Det kommer an på, hvordan den enkelte føler ægthed. Det kan f.eks. være ved oplevelsesturisme, hvor forbrugeren opsøger noget uvant og risikofyldt for at definere sig selv, eller det kan være inden for wellnesssturisme, hvor forbrugeren søger et sted hen, hvor han eller hun kan opnå harmoni og balance. Oplevelsesturismen går ud på at opleve noget ukendt og risikofyldt, som ofte opleves i naturen. Her er motivationsfaktoren at

komme væk fra det vante og hen til noget nyt og grænseoverskridende, som kan være med til at udfordre og definere personen (Ibid.: 277-299).

Klitmøller som by, bidrager med begge former for oplevelsesøkonomi, både med de eftertragtede bølger som inviterer til risikofyldte oplevelser, samtidig med at de rolige naturbundne omgivelser indbyder til en oplevelse af harmoni. Der er dermed rig mulighed for at tiltrække turister til området, da Klitmøller har mange af de kvaliteter, som er populære indenfor oplevelsesindustrien. I Surf miljøet i Klitmøller var man netop bevidst om vigtigheden af det oplevelsesøkonomiske aspekt, som samarbejdet krævede. Som Stian Eide udtaler omkring handlingsplanen: *“Hvis vi skulle have en stemme fremadrettet, var surf nødt til at organisere sig på en anden måde”*. Man var nødt til at vise en eller anden værdi, (Eide, 2015: 00.18.30-00.18.45) En værdi som *Masterplanen* skulle være med til at skabe, hvorfor målsætningerne omhandler vækst (Ibid.: 00.24.00-00.24.48). *Masterplanen* bygger, som nævnt på den innovative idé, om at kombinere styrkerne ved surf miljøet, med ønsket om at tiltrække mennesker. Til at beskrive processen efter udviklingen af den innovative idé, benyttes de sidste faser af processen Design Thinking; implementerings- og læringsfasen.

Målsætningerne i *Masterplanen* blev realiseret i perioden 2007-2014, men er som udgangspunkt en prototype på udviklingen af Cold Hawaii, da det er en plan, som løbende i processen skal revideres og gentænkes. Som Rasmus Johnsen skriver i *Masterplanens* prolog:

*“Masterplanen er et første forsøg på at sætte fakta om surfing i Thy ind i en større sammenhæng. Forhåbningen er, at vi løbende kan diskutere og justere den bedste løsning på området, og dermed også sætte gang i mere permanente tiltag”* (Johnsen, 2007: 4).

Den er en prototype af idéen om udnyttelsen af den stedbundne ressource. Prototypens rolle i en innovationsproces, er ifølge Kelley: *“When the projects is especially complex, prototyping is a way of making progress when the challenges seem insurmountable”* (Kelley, 2001: 106). Ved at lave en prototype af en idé, kan man løse kritiske problemer, da man ved at skabe, ting åbner op for nye muligheder, samt undersøger idéens begrænsninger (Ibid.: 109). Det handler om at bygge for at lære. I denne fase udformes ideen, så den bliver synlig og forståelig for alle involverede parter. Det er også i denne fase, hvor man præsenterer ideerne for brugerne og modtager deres feedback, kritik og optimeringsforslag. Efter at man har præsenteret ideerne for brugerne, evaluerer man feedbacken, og udvælger de bedste ideer som man videreudvikler og laver nye prototyper til (Østergaard, 2010: 28). I udarbejdelsen af *Masterplanen* som prototype, har Johnsen og Eide,

involveret lokalbefolkningen samt surferne, via kvalitative undersøgelser og samtaler med fokusgrupper (Johnsen, 2007: 6).

### 3.4 Fra idéen til virkeligheden

Når valget af idéen er taget, gælder det implementeringen heraf.

Den konkrete idé omhandlende Klitmøller, var *Masterplanens* målsætninger. Realiseringen af målsætningerne, kaldes i IDEO's 7-fasemodel for *implementeringsfasen*. Det er her, at praktiske og ressourcemæssige detaljer kommer i spil (Østergaard, 2010: 28). Det kan dog være svært at adskille de forskellige faser i innovationsprocessen, da de i realiteten kan være sammenfaldende og svære at adskille (Kristensen; Voxted, 2009: 27).

### 3.5 De kloge brugere

Innovation er en interaktiv proces, hvor man bl.a. inddrager brugere, medarbejdere samt andre aktører i udviklingen og implementeringen af en innovativ idé (Bærenholdt; Sundbo, 2007: 69). I innovationsprocessen er det derfor vigtigt at skabe innovationsmiljøer, hvor man inddrager brugerne undervejs, sådan at man ender med et slutprodukt der passer til brugerens behov. Det er her vigtigt at de er inddraget i alle faser sådan at man ikke risikerer at implementere en idé, som ingen værdi har for brugeren (Østergaard, 2010: 51).

Ved inddragelse af brugere i en innovationsproces benyttes termen '*deltagende innovation*', beskrevet af Kristensen og Voxted, som de definerer således:

*"Frembringelse, accept og implementering af nye idéer, processer, produkter og serviceydelser i offentlige og private organisationer, hvor deltagernes idéer, viden, tid og kreativitet aktivt inddrages i hele eller dele af innovationsprocessen"* (Kristensen; Voxted, 2009: 23).

Brugerne kan inddrages i dele af - eller i hele innovationsprocessen. De kan f.eks. deltage i udviklingen af den innovative idé, eller i hele fasen fra udviklingen af idéen til implementeringsfasen. Innovationsprocessen bliver dermed en cirkulær proces, også kaldet iterativ proces, hvor man bevæger sig frem og tilbage mellem idéen og brugeren. Brugeren kommer med input til idéen, hvorefter organisationen eller virksomheden vender tilbage til udgangspunktet, og forbedrer den innovative idé ud fra brugerens feedback. Brugere er altså ikke kun med til at afdække problemet, men også med til at finde løsningen hertil. Noget som også er med til at gøre implementeringsfasen lettere (Østergaard, 2010: 51). Innovation er en problemdrevet og kompleks proces, hvor der hele tiden skal revurderes og tilpasses. Der er mange risici forbundet med

innovation, da det er ukendt hvordan den vil ende. Man gennemfører den derfor kun når der er behov for det (Kristensen; Vøxted, 2009: 24).

Brugerdrevet innovation har også været en vigtig del, bag udviklingen af *Masterplanen*. Her var det, som Johnsen skriver, også vigtigt at inddrage brugerne i beslutningsprocessen, for at opnå et godt resultat.

*“Thy er kun et centrum for surfing, hvis brugerne, det vil sige surferne, oplever det sådan. Derfor har projektet et langt stykke ad vejen handlet om at få brugene i tale og præsenteret over for myndigheder og andre interessenter”* (Johnsen, 2007: 6).

Ved implementering af *Masterplanens* første målsætning, at arrangere et årligt event med surf i fokus, besluttede man at afholde World Cup i Windsurfing i Klitmøller. Det første blev afholdt i 2010 (Ibid.). Meningen med et årligt event var - og er, at skabe opmærksomhed på Thy-området, og deraf en øget vækst i område med henblik på bosætning. Som Rasmus Johnsen mener, har et årligt event fungeret som en *“signaturoplevelse (...) som minder folk om hvad Cold Hawaii er”* (Web 5). I første omgang blev tredje punkt på *Masterplanen*, om at kombinere surf med et uddannelsesstilbud i Thy, ikke opfyldt. Dette blev først realiseret af Erik Dose Hvid, vicerektor på Thisted HF, i 2014. Thisted HF åbnede en surf linje hvor skole og uddannelse er kombineret med surfing (Ibid.). Den anden målsætning som omhandlede bosætning, i forbindelse med surf, er ikke lige så konkret som de øvrige to. Til gengæld kan områdets positive fokus på surf, i forbindelse med både det årlige worldcup og de nye uddannelsesmuligheder, gavne bosætningen, og dermed medvirke til implementeringen af dette (Sand, R: 00.37.55-00.39.20, Jensen, 2015: 00.13.28-00.14.10). Implementeringen af konceptet Cold Hawaii, og idéen om at udnytte områdets ressourcer til at skabe vækst i byen, har altså opnået succes.

Den sidste del af IDEO's innovationsproces kaldes for læring. I denne afsluttende fase, er det resultatet af idéens implementering, som er i fokus. Her evalueres processen, og innovationens succes forsøges afmålt.

I Klitmøller kan det stigende befolkningstal indgå i en sådan evaluering, da man her kan se at *Masterplanen* har haft succes og indvirkning på området, i form af befolkningsvækst (jf. bilag 1, graf 5), bedre surffaciliteter og større opmærksomhed udefra (Sand, R, 2015: 00.37.38-00.39.09). Dog kan man samtidig se, ved evalueringen af *Masterplanen* og dens effekt, at den ikke har skabt økonomisk merværdi (Jensen, 2015: 00.24.25-00.25.25). Kommunen er derfor gået

sammen med Rasmus Johnsen, Troels Schwarz og VisitThy om at udarbejde en kommunikationsstrategi så de kan tiltrække flere turister, og dermed opnå økonomisk vækst (Ibid.: 00.25.25-00.26.28). Kommunikationsstrategien vil blive uddybet senere i opgaven .

Innovationen, som blev skabt via *Masterplanen*, var en måde hvorpå man prøvede at løse et socialt problem, der omhandlede fraflytning fra området. Med den nye kommunikationsstrategi, har man sat et nyt projekt i værk. Her handler det om at gøre Klitmøller til en autentisk og aktiv feriedestination, for surfere og mennesker, der elsker naturen.

Indenfor innovationsteorier skelner man mellem social innovation og økonomisk innovation (Fuglsang, 2008: 7-11). Men hvad der skal innoveres, kommer an på udgangspunktet: Kommer man fra en virksomhed der sælger produkter, en institution som skal have en ny struktur, eller skal man løse et socialt problem (Bærenholdt; Sundbo, 2007: 104-105)? Der er forskellige motiver bag innovation, da det kommer an på hvilket udgangspunkt man har. Drivkraften bag kan bl.a. være økonomisk profit, viljen til at vinde, glæden ved at skabe eller ønsket om at løse et konkret problem (Ibid.: 93).

Tidligere har der primært været fokus på såkaldt markedsinnovation. Her er formålet med innovationen at skabe økonomisk vækst for en virksomhed, enten via et produkt eller en serviceydelse. Der er dog kommet et større fokus på social innovation, hvor der tages udgangspunkt i mål og processer, som vedrører samfundet (Østergaard, 2010: 175). Det ses dog ofte, at social innovation og markedsinnovation overlapper hinanden. Formålet med social innovation er at skabe gode betingelser for vækst og velfærd i samfundet (Kristensen; Voxted, 2009: 19). Det er dermed ikke et mål i sig selv, men et middel til f.eks. at skabe øget vækst eller udvikle et samfund. Der er dog en indbyrdes afhængighed mellem markedsinnovation og social innovation, da et produkt både kan have social gavn for brugeren, og samtidig en økonomisk værdi for producenterne (Fuglsang, 2008: 7).

I Klitmøller har innovationen først og fremmest været social innovation men også med henblik på innovative økonomiske tiltag. I Nors har vi i første omgang ønsket at skabe social innovation, idet vores motivation er at styrke de sociale muligheder i Nors. Derudover kan det på længere sigt være muligt at skabe økonomisk innovation i Nors, ved ligesom i Klitmøller at gøre den til en turistattraktion.



### 3.6 Nors – de vise borgerer

For at finde løsningen på et problem, bliver man nødt til først at definere problemet. Det gøres ved at være opmærksom på hvilken målgruppe der henvendes til, samt en konkretisering af de værdimæssige aspekter i projektet. Dette er, ifølge IDEO's proces Design Thinking, det første trin i innovationsprocessen, og kaldes *Definitionsfasen* (Østergaard, 2010: 28). Her er det vigtigt at bestemme målgruppen for projektet, samt projektets formål. Målgruppen er Nors' befolkning, og formålet, altså værdien: at gøre livet som beboer i Nors attraktivt. Succeskriterierne, som dette fokus, medfører er bestemt ud fra undersøgelsen af Klitmøllers udvikling, hvor især sammenhold, fælles målsætninger og organisering var forudsætninger (Jacobsen et al. 2010: 27-28, 51, Kelley, 2001: 6).

For at skabe forudsætninger for at ideudvikle i Nors, benyttede vi observation og interview. Ligesom *Masterplanen* bygger på interviews med brugere, påpeger IDEO, at samtaler og observationer er en vigtig del af innovationsprocessen. Denne fase kaldes for *Vidensindsamlingsfasen*. I denne fase handler det om at få kendskab til konteksten og brugeren. Man skal kende konteksten, hvori idéen skal implementeres og hvilke begrænsninger denne sætter. For at opnå succes er brugerne også her et vigtigt element, og brugerne kommer i denne brugerdrævede innovationsproces i spil, gennem f.eks. fokusgruppe og kvalitative interviews (Jacobsen et al. 2010: 51).

Man inddrager brugeren ved at stille spørgsmål til dennes holdninger til bestemte situationer, kontekster, samt værdier og vaner. Det handler om at kortlægge brugerens behov, sådan at man kan skabe innovative løsninger, og måske skabe et behov som brugeren ikke vidste eksisterede. Interview alene, er ikke nok til at afdække brugerens adfærd, vaner og behov. Derfor inddrages den antropologiske metode, som beskrevet tidligere, også i denne fase, da man gennem observation får kendskab til brugerens hverdag samt adfærd, behov og vaner som ikke italesættes (Ibid.).

Observation bliver i *The Art of Innovation*, beskrevet som et vigtigt og nødvendigt skridt, for at skabe innovation. Her er omdrejningspunktet menneskers adfærd i hverdagssituationer (Kelley, 2001: 6-7). Ifølge Kelley er observation en forudsætning for innovation (Ibid.: 21-52).

Her har viden om Nors historie samt indsamlede interviews fra borgere i byen, medvirket til en forståelse af byens udvikling, værdier, tidligere og nuværende problemer, samt forsøg og forslag til tidligere løsninger af disse.

### 3.7 Nors' lange linjer

Historien bag Nors by, bunder i en tvedeling, på samme måde som der har været en opdeling af surfere og fiskere i Klitmøller. Det nuværende Nors blev etableret i 1969, hvor opdelingen mellem stationsbyen og kirkebyen ophørte. Det skete da man på grund af nedlæggelsen af jernbanen, samt industrialiseringen, måtte tænke i nye baner. Selvom byen ikke længere var opdelt i to, var et skel mellem de to byområder stadig at mærke. Dette bundede mest af alt i et kulturelt skel mellem de mere - og mindre kirkelige, hvor det indremissionske havde stor gennemslagskraft i byen (Andersen et al, 2002: 199). Dette besluttede en række borgere at tage hånd om. I 1976 indkaldte man til borgermøde, for at danne enighed om Nors' fremtid, og om hvordan man skulle håndtere disse konflikter. Her blev man særligt enige om at fokusere på værdierne; sammenhold og fællesskab (Ibid.: 201).

Ved brug af Andersons teori kan man sige, at de planlagde, hvordan man i Nors skulle etablere deres nation på ny. Dette gjorde man bl.a. ved at fokusere på at lære hinanden og egnen, at kende. For eksempel skabte man revyen, lavede temaugen "kend din egn" og tilrettelagde udstillinger om det historiske Nors. Disse tiltag var alle rettet mod at skulle styrke sammenholdet (Ibid.: 202). Ifølge Anderson er de enkelte mennesker i en nation, forbundet til hinanden via en fælles bevidsthed om fortiden. De historiske elementer er med til at skabe et nuværende "os", hvilket ifølge Anderson er det, som sammenknytter de stærke forestillede fællesskaber (Anderson, 2001).

Et andet element, som er vigtigt for sammenholdet i byen, er naturen. Naturen kan ligesom de bevidste fællesskabende tiltag, danne rammerne for fællesskab i byen, ligesom havet har gjort for Klitmøller.

I "Mulighedernes land" understreges vigtigheden af naturen, idet man bor på landet, og det netop er det, som burde forøge styrken i de enkelte landsbyer: *"Historisk har landsbyerne været tæt knyttet til landbruget i det omkringliggende landskab, men i dag er forbindelsen til landskabet mange steder gået tabt – både fysisk og mentalt"* (Realdania, 2012: s.84)

Dette havde borgerne i Nors allerede for øje i 1970. Her valgte de at styrke den fælles relation til den omkringliggende natur. Konkret åbnede man en natursti ved Nors sø, og gennemførte virksomheds- og gårdbesøg. Samtidig skabte man en natursti til Tved, som blandt andet kunne benyttes af børnene, på vej til skole (Andersen et al, 2002: 202).

### 3.8 Sammen om Nors

Selvom byen havde foretaget en del initiativrige tiltag, for at skabe mere sammenhold, var Nors stadig påvirket af den tidligere splittelse. Den indremissionske tilslutning i Nors var ikke positivt stillet over for et nyoprettet ungdomshus. Stedet var ment som et samlingssted for den yngre befolkning, men den indremissionske befolkningsgruppe ønskede nogle mere traditionelle rammer. Det var i denne sammenhæng at idéen om en ny hal kom på banen. Gennem et samarbejde i Nors, indsamlede man penge til at få idéen opfyldt. Dette lykkedes, og i 1974 stod hallen færdig (Ibid.: 205-207). Dette er et eksempel på hvordan byen i fællesskab arbejdede sig frem mod et fælles mål. De havde noget tredje at stå sammen om.

Hallen blev byens nye samlingspunkt, som var for alle, uanset religiøs tilslutning. Idrætten i Nors fungerede som byens fællesnævner, og fik således en fællesskabende funktion - og det tidligere religiøse skel udviskedes (Ibid.: 208). Dette fælles mål for en hal, som skulle indkapsle holdsportsaktiviteter, var således med til at styrke byens fællesskab.

Nors engagement i idræt lignede til dels Klitmøllers engagement i havet, dog med den forskel at Klitmøllers fokus var på et '*eksisterende, stedbundet potentiale*', hvor idrætten i Nors hallen i højere grad var et '*stedsuafhængigt, nyt potentiale*' (Realdania, 2012: 19). Her benytter man innovative processer til at skabe noget nyt, som er med til at styrke fællesskabet og samfundets identitet.

Det at Nors hallen er et stedsuafhængigt nyt potentiale, kan betyde at det i højere grad er afhængigt af befolkningens interesse for stedet. Halformanden, Ole Christensen, påpeger i vores interview, at øget frafald i dyrkelsen af holdsport er en stigende tendens. En tendens der ifølge Christensen er landsdækkende, hvor individuel sportsgrene som løb, cykling og fitness er ved at overtage. Dette kan også mærkes på hallen i Nors, ved færre medlemmer (Ole Christensen: 00:04.50-00:06.43). Det kan derfor tolkes, at dette kan have en konsekvens for hallens potentiale, da denne netop er afhængig af befolkningens interesse.

Idrætten har i Nors været en stor del af det *forestillede fællesskab*, men qua frafaldet pga. de mange muligheder i form af foreninger og nye former for idræt, står idrætten som fællesnævner, ikke så stærkt som tidligere. Ved at benytte begrebet forestillede fællesskabet i samspil med Nors' historie, skabes en forståelse af narrativitet omkring Nors, og byens bevidsthed herom. Derudover beskriver historien et tidligere skel mellem kirke- og stationsbyen, hvor de små bysamfund ifølge Anderson, kan betragtes som tidligere forestillede fællesskaber i Nors.

Hvor byens afgrænsninger tidligere har været tydeligt optrukket, er de i dag mere udvaskede. Hvor der før herskede forestillede fællesskaber, omkring kirke- og stationsbyen, er Nors i dag en samlet enhed. Dog hersker der indenfor denne samlede enhed, mange mindre fællesskaber, i form af foreninger.

### **3.9 Foreningslivet i Nors**

Det brede foreningsliv i Nors, står i kontrast til foreningslivet i Klitmøller. Her har de fem foreninger, som samarbejder på tværs af hinanden. Dette gør, ifølge Per Grønkjær, det let for byen at kunne gennemtrumfe eventuelle ændringer i bysamfundet (Grønkjær: 00.05.53-00.06.41, 00.13.30-00.14.10). Foreningerne i Nors inkluderer en bred interessesfære og skaber et råderum for mange af byens borgere. Foreningerne varetager egne interesser, og har derfor forskellige mål i sigte. I byen er der etableret alt fra korforening, til gymnastik og boldforening (Hanne Nielsen; Dennis Jensen: 00:38.44-00:39.25).

### **3.10 Nors-Tved på tværs**

Denne splittelse mellem interesser blandt foreningerne, forsøgte Sussanne Søe-Larsen, i 2005, at imødekomme (Amby; Søe-Larsen: 00.00.30-00.00.40, 00.11.20-00.11.50). Hun valgte, gennem borgerforeningen, at stifte det, som dengang hed Nors-Tved tidende, for at danne en øget samhørighed blandt foreningerne, ved at skabe en platform, der kunne samle og informere om byen. Bladet eksisterer den dag i dag på 11. årgang, og har fra start være drevet udelukkende af frivillig arbejdskraft, og finansieres gennem annoncer fra byens lokale virksomheder (Amby; Søe-Larsen, 2015: 00.20.00-01.00.00). Den daværende Nors-Tved Tidende indeholdt en aktivitetskalender, hvor aktiviteter arrangeret af de mange forskellige foreninger, skulle noteres, for således at give borgerne et større indblik i byens liv (Web 8). Som det står skrevet i bladets første udgave, var hensigten med publiceringen, at de i Nors- Tved området skulle “*stå mere sammen*” (Web 9) samtidig argumenteres der ligeledes for vigtigheden af samarbejde mellem foreninger, institutioner og erhvervsliv, for at undgå at Nors forsvinder fra landkortet (Web 9). Dette er endnu et eksempel på Nors’ bevidsthed om fællesskabets styrke, og elementerne til at opnå det. Som Anderson ligeledes argumenterer for, er avisen en af de væsentlige midler, til at udbrede en fælles bevidsthed om nationen og dermed styrke den. Dette vil blive uddybet senere i opgaven. Borgerforeningens bestyrelse oprettede ligeledes en hjemmeside (Norsby.dk), og en velkomstfolder, som blev udsendt til alle husstande og efterfølgende uddelt til alle tilflyttere (Web

9). Formålet med folderen var at skabe et overblik over byens foreninger, og disses kontaktpersoner, for således lettere at få kendskab til mulighederne i Nors (Web 9). Hjemmesiden skulle sideløbende fungere som database, for at sikre borgerne en enkel adgang til information, vedrørende Nors og aktiviteter i Nors.

Tilsammen udgjorde disse informationskilder, det som borgerforeningen kaldte *Nors-Tved på Tværs* (Web9).

Man kan sige at denne synkronisering af informationer om Nors aktiviteter og kultur, på sin vis var en organisering af miljøet, ligesom man så i Klitmøller, ved organiseringen af surf miljøet. På trods af dette meget innovative og fællesskabsstærkende initiativ, mener redaktørerne på avisen, ikke at formålet er opnået (Amby; Søe-Larsen, 2015: 00.12.52-00.13.05).

Selvom avisen havde, og stadig har, stor popularitet i byen, har dens resultat, i redaktørernes øjne, ikke knyttet samarbejdet og fællesskabet mellem foreningerne yderligere. Ligeledes blev aktivitetskalenderen i avisen nedlagt, grundet ringe overholdelse af deadlines, hvilket gjorde det svært at sammenfatte kalenderen (Ibid.: 00.11.32 - 00.12.30).

### **3.11 Idéens forskellige faser**

Vi har på baggrund af de to første faser i IDEO's 7-fasemodel, undersøgt Nors' historie, foretaget observation i byen samt interviewet lokale. Dette ledte til en forståelse for borgernes behov. Ideer til løsning af problemet opstår via næste fase i modellen, nemlig idégenereringsfasen (Østergaard, 2010: 28).

I denne fase handler det om at brainstorme og idéudvikle. Til at uddybe denne proces inddrages Kreativitets strategien, fra *Fra Projekt til Idé*. Metoden er udviklet af Walt Disney og går i sin enkelthed ud på at arbejde med idéudviklingen i 'rum'; 'det kreative rum', 'det praktiske rum' og 'det kritiske rum'. Det er utrolig vigtigt for at metoden virker, at man adskiller rummene fuldstændig fra hinanden, og samtidig følger modellen trin for trin, gennem de forskellige faser.

Man starter med fase 1, det kreative rum, som handler om udelukkende at tænke kreativt, at drømme, at få ideer, uden på nogen måde at forholde sig kritisk overfor de ideer der fremsættes. Alt er muligt, alt er en god ide, og man må ikke lade sig begrænse. Dette gøres ud fra forskellige redskaber til idéudvikling, fx brainstorming, som bogen også fremsætter. Målet er at komme med så mange ideer som muligt, og disse skrives ned inden man går videre til næste fase. Fase 2 er rummet for det praktiske, her skal man tænke analytisk og nøgternt, man skal forholde sig helt objektivt til idéerne, og vurdere rent praktisk, hvad der kræves for at realisere denne idé. Det er af største

vigtighed at man ikke er dømmende overfor idéerne endnu. Det er man nemlig i fase 3, det kritiske rum. Her forholder man sig kritisk, vurderer og dømmer, og prøver at finde frem til mulige negative konsekvenser. Her skal der både vurderes positivt og negativt. Det handler om at finde frem til de bedste ideer man vil arbejde videre med. Ønsker man at videreudvikle en bestemt ide, kan man gå tilbage til første fase, og anvende modellen forfra på ideen (Bindslev et al., 1998: 18). Denne idégenereringsfase har vi benyttet undervejs i hele projektet. Vi har således både haft en idéudviklingssession før og efter første felttur og igen efter anden felttur. Ved hver session nedskrev vi en række idéer, hvor nogle af disse er blevet videreudviklet via ny indsamlet viden, mens andre er blevet skrottet. Den hermeneutiske tilgang, har således skabt rammerne for hele idéudviklingen, da vi har benyttet den ny-indsamlede viden til at ændre og udfordre vores forforståelser. Vi er i alt kommet frem til en række ideer til, hvordan man kan løse problemet i Nors. Fælles for idéerne er, at de alle indebærer et fokus på fællesskabet, og elementer herved.

Her har gruppen fortolket sig frem til, at et samarbejde på tværs af de mange foreninger, kan skabe et væsentligt fundament for at styrke Nors' samhørighed. Dette har blandt andet mundet ud i idéen om en organisering af Nors by og foreningsmiljø.

### **3.12 Styrkelse af tværgående arbejde i Nors**

Vores undersøgelse af Nors belyste, hvordan byen på grund af det brede foreningsliv og manglende kommunikation foreningerne imellem, kan have behov for en fællesskabende ramme. Denne funktion kan en paraply-model for Nors' foreningsliv have. Det kunne være en styrkende mulighed, idet Nors består af mange forskellige foreninger, med forskellige interesseområder og aktiviteter. Denne idé har før været på dagsordenen i borgerforeningen, men blev aldrig realiseret. Her blev idéen ved snakken, da det var svært at finde ressourcerne til det (Jensen; Nielsen, 2015: 00.27.56-00.28.14).

Ved at supplere præsentationen af idéen, med en understøttende analyse af nødvendigheden for et fællesskab og tværgående samarbejde, kan det med fordel forsøges igen.

Bestyrelsen af borgerforeningen kunne være bindeledet mellem de forskellige foreninger og kommunikere på tværs af dem alle. Dette ville kunne skabe en form for struktur, hvor Borgerforeningen har, så at sige, et ben i hver af foreningerne og dermed en funktion som styrende instans, i forhold til varetagelsen af problemstillinger og eventuelle projekter i byen. Formålet med

denne model er netop at danne et øget samarbejde foreningerne imellem, som vil kunne være med til at styrke deres ”fællesnævner” som by.

Som forsøgt med Nors- Tved Tidende, kunne en aktivitetskalender være god til at danne overblik over de forskellige aktiviteter og arrangementer, som de forskellige foreninger afholder. Denne aktivitetskalender kunne være en del af den styrende borgerforenings ansvar, som kunne stå for at lave en kalender over byens aktiviteter. Forskellen fra den foregående aktivitetskalender og den nutidige kalender, skulle være at den blev synkroniseret med hjemmesiden, således at den blev lettilgængelig for byens borgere, og lettere at korrigere i. Det vil give alle dem som ikke er medlem af en forening, mulighed for at se hvad der sker bag byens mure, og samtidig give de forskellige foreninger mulighed for at danne sig et overblik over hinandens aktiviteter. Grunden til at det eventuelt kunne lykkes denne gang, i forhold til tidligere, da aktivitetskalenderen stod i avisen, er at det ville være lettere for borgerforeningen at gå ind på hjemmesiden og skrive de forskellige aktiviteter direkte ind.

### **3.13 Foreningernes dag**

Stedets potentiale i Nors bliver af de lokale benævnt som byens foreningsliv. For at udnytte den lokale drivkraft i de forskellige foreninger, kunne en organisering heraf, være en styrke. Som man i Klitmøller, formidlet gennem *Masterplanen*, skabte en fælles forståelse af områdets muligheder i form af surf kulturen, kunne man i Nors forsøge at skabe en fælles formidlende kanal, til at varetage en fælles interesse i Nors. En interesse om at udnytte det brede foreningsliv og de frivillige ressourcer. Hvor Klitmøllers identitet ligger i havet og surf, ligger Nors styrke i blandt andet i byens brede foreningsliv. Klitmøllers årlige begivenhed visualiserer og praktiserer byens ånd og identitet; surf og kysten. På samme måde kan et lignende initiativ måske skabe en fælles begivenhed, med Nors' foreningsånd som rammen.

Idéen kalder vi foreningernes dag: Foreningernes dag skal være en årlig tilbagevendende begivenhed, hvor man samler alle foreningsmedlemmerne i Nors. Her kunne dagen bestå af forskellige aktiviteter med udgangspunkt i de forskellige foreningers interesser. Hver forening kunne bidrage med en workshop, og give byens øvrige beboere mulighed for at afprøve forskellige aktiviteter indenfor de forskellige foreninger. Dette har til formål at skabe et øget bånd foreningerne imellem, gennem et samarbejde på tværs.

Denne dag skal være organiseret af borgerforeningen, men det er selve foreningerne som skal arrangere dagens aktiviteter, sådan at borgerforeningen bliver bindeledet mellem de forskellige foreninger. Dagen er således tiltænkt som en mulighed for at afprøve eller præsentere de forskellige aktiviteter, opvisninger o. lign, så man på den måde, kan få et indblik i byens mange facetter. Som det både står beskrevet i ”Mulighedernes land” og ses på udviklingen af Klitmøller, har fællesskab og samarbejde på tværs af byens instanser, en stor betydning for udvikling af ideer og projekter. Som de også understreger i ”Mulighedernes land”: *”det centrale for, om en idé bliver til et projekt, der skaber forandring, er, at parterne formår at inddrage og bruge hinandens kompetencer både i udviklingen, realiseringen og driften af projektet”* (Realdania, 2012: ). For at man kan få gennemtruffet eventuelle ideer eller projekter, både lokalt men også kommunalt, er et stærkt fællesskab nyttigt.

#### **4. Værdimæssigt fællesskab**

Formålet med ovenstående idéer, er at øge samhørigheden mellem foreningerne samt styrke et arbejde på tværs, ved at fokusere på en organisering af bymiljøet og dets fællesskab.

Med udgangspunkt i organisering, vil der nu fokuseres på betydningen af kommunikationen som fællesskabende element for bysamfundet i Nors. Ud fra vores vidensbygning, inden indtrædelsen i felten, ved undersøgelse af kontekstualiseret materiale, og undervejs i vores feltarbejde i Klitmøller - har vi set organisation og kommunikation som værende fordelagtige for byens innovative processer.

##### **4.1 Kommunikationen om de fælles værdier**

I antropologisk sammenhæng, har vores kontekstualiserede vidensbygning som Hastrup påpeger, været i gang, længe inden vores indtrædelse i felten (Hastrup, 2010: 36). Gruppen har foretaget kontekstualiserede undersøgelser af materiale, omhandlende vores feltbyers historie, hvor splittelse internt i byerne har optrådt i dem begge.

I Klitmøller har den øgede interne kommunikation, beboerne imellem, været med til at etablere et samarbejde og et bymiljø, med en masse fælles aktiviteter, samt et fælles mål for byens ve og vel. Dette ses f.eks. ved suppeaftenerne, der afholdes i redningshuset i Klitmøller, hvor folk på tværs af foreninger, interesser og aldre, deltager (Grønkjær, 2015: 00.35.28-00.36.13). Ifølge Anderson er kommunikation et fundament for fællesskabet og skabelsen af bevidstheden om nationen. Hans konstruktivistiske udgangspunkt, hvor nationen er noget som bliver skabt gennem en fælles



bevidsthed, og forestilling om dets størrelse og indhold, stiller kommunikationen mellem mennesker centralt: *"Faktisk er alle samfund, der er større end urlandsbyer hvor alle havde direkte kontakt med alle (og måske endda også disse), forestillede"* (Anderson, 2001: 49).

Den tværgående samarbejdende kommunikation, som forekommer i Klitmøller, kan siges at være med til at danne denne fælles bevidsthed, om byen som en samlet enhed. Pågældende kan ses i Klitmøllers formåen, ved italesættelsen af deres fælles, kulturelle og historiske egenskaber, samt konkretisering af et fælles mål. Alt sammen noget som reartikulerer og skaber det forestillede fællesskab (Web 3). Vores gruppe betragter derfor kommunikationen, om et fælles mål, på tværs af grupperinger, foreninger og forsamlings, som værende et væsentligt element, bag en bys udviklingsmuligheder, da et fælles mål er med til at gøre byen til en helhed.

## **4.2 Synkronisering af platforme**

I dette tema fokuseres der på kommunikation i Nors by. Indledningsvist præsenteres der, hvorledes mediernes platforme, via visuelle elementer, kan skabe rammerne for en fælles fortælling internt i Nors. Efterfølgende fokuseres der på platformenes kommunikative muligheder, gennem samarbejde, platformene i mellem. Afslutningsvis præsenteres konkrete bud på en videreformidling af Nors værdier.

I Nors foreslår vi en række idéer til en opgradering af Nors eksisterende interne kommunikation. Visse elementer i idéerne er inspireret direkte af Klitmøllers fællesskab og identitet. Pågældende idéer tager forbehold for geografisk divergens mellem Nors og Klitmøller.

## **4.3 Fælles visuel identitet i Nors**

Nors' fælles platforme for kommunikation er avisen *Nors Tved Øster Vandet Tidende*, Facebooksiden *Nors By*, og hjemmesiden [www.norsby.dk](http://www.norsby.dk). Vi ønsker en visuel sammenhæng, medierne imellem, således at eksempelvis ikonets fremtoning, går igen for borgerne på de forskellige medieplatforme i Nors. Lige nu fungerer Nors medieplatforme således:

### **Avis + Sociale Medier + Hjemmeside**

Ovenstående ligning, portrætterer medieplatformenes eksistens, men dog begrænsede interne synkronisering. Avisen, facebookside og hjemmesiden, kunne via en bevidst synkronisering af det visuelle elementer se således ud:

### **Avis = Sociale Medier = Hjemmeside**

Et centralt visuelt element for avisen, er det logo avisen benytter sig af. En idé kunne være at integrere logoet, ikke kun på hjemmesiden, men også på facebookside. Anderson understreger vigtigheden af symbolet for det forestillede fællesskab. Ifølge ham er nationalismens kulturelle produkter med til at dyrke ens egen nation, som bidrager til kærligheden af nationen. Anderson argumenterer for, at nationalisme og den nationalistiske fællesskabsfølelse er en form for familiær kærlighed. Altså kærlighed til det sted hvor man har sine rødder samt til ens næste, på trods af at man ikke kender denne person: “(..) *nationer indgyder kærlighed og ofte selvopofrende kærlighed*”(Anderson, 2001:199)

Det er her de kulturelle produkter kommer ind i billedet. Anderson benævner nemlig at “*Nationalismens kulturelle produkter – poesi, prosatekster, musik, formangivende kunstarter – demonstrere denne kærlighed meget klart i tusindvis af forskellige former og stilarter*” (Ibid.). Altså at de nationale symboler og værdier er en form for kærlighedsdyrkende tilgang til nationen (Ibid.). Klitmøller er en nation der, via Cold Hawaii, har formået at skabe et symbol, som er med til at understøtte det forestillede fællesskab, og understrege stedets værdier, for dermed at illustrere en kærlighed til stedet. Dette udpensles blandt andet af de tanker, der er gjort sig om logoet, hvormed Cold Hawaiis visuelle identitet beskrives således:

“*Cold Hawaii’s kendetegn er havet og det vigtigste symbol. Havet er det, der forbinder og samler Cold Hawaii. Det er derfor Nørre Vorupør, Klitmøller og Nationalpark Thy eksisterer. Det er derfor turisterne og surferne kommer til området. Ved at bruge det konsekvent i al kommunikation over en længere periode, vil symbolet være forbundet med Cold Hawaii og områdets positive egenskaber*” (Thisted Kommune; Visit Thy (u.å.)<sup>1</sup>).

Ovenstående citat illustrerer, hvordan Klitmøller integrerer mange elementer i deres logo. Et af de vigtigste elementer, der inddrages, er byens værdi; havet. Denne værdi er baggrunden for logoet, som forestiller blå-takkede bølger. På den måde benytter Klitmøller ‘*storytelling*’, i deres kommunikation af byen, da de integrerer og identificerer byens vigtigste værdi i deres logo, samtidig med at det fremstiller byens kvaliteter og ressourcer. Ifølge Lena Mossberg er storytelling

et redskab man benytter i oplevelsesøkonomi, til at gøre et produkt attraktivt i form af en historie. Storytelling benyttes dermed i markedsføring af et produkt, hvor virksomhederne bruger det som et middel til at differentiere sig fra konkurrenterne. En virksomhed eller en by kan benytte storytelling til at vise og målrette, et virksomhedskoncept, idet historien der fortælles, er med til at kommunikere produktet eller virksomhedens værdier ud til omverden (Bærenholdt; Sundbo, 2007: 321). Logoet er en bølge, som symboliserer havet. Det repræsenterer byens fælles værdi. Symbolet samler dermed både kulturelle og historiske elementer i logoet, og skaber dermed et forestillet fællesskab, som integreres i byens storytelling. Samtidig fungerer logoet som en måde at markedsføre Klitmøller på, da logoet illustrerer byens værdier og visualiserer konceptet, som danner rammen for byens handlinger.

Derfor kan et forslag være, at Nors kan samle byen om en fælles visuel identitet, gennem et fælles logo, der går igen på diverse platforme.

Ligesådan kan en idé til synkroniseringen mellem platformene være, at avisens nyeste forsidebillede altid går igen på Nors Facebookside, som coverbillede. Forsidebilledet afspejler i forvejen Nors værdier og ressourcer, som kan ses på avisens tre sidste forsider: erhverv/natur, et velfungerende skolesystem samt kultur/forsamling. Hvor coverbilledet illustrerer enkelte værdier i Nors, kan logoet repræsentere byens overordnede værdier. Det var især værdierne; foreningslivet, sportsånden og naturen, der blev benævnt under majoriteten af vores interviews i Nors. Disse tre værdier kunne danne rammen om et nyt logo, og dermed omfavne Nors kvaliteter.

#### **4.4 Kommunikation på tværs**

De tre forskellige medieplatforme i Nors, er under luppen i vores næste kommunikationsidé.

Vi ønsker, som beskrevet i det ovenstående, at platformene deler visuel identitet, men medierne skal ifølge vores idé, også være i stand til at samarbejde.

Medieplatformene i Nors repræsenterer forskellighed. Én er højmoderne, en anden er traditionel - og så har vi hjemmesiden, som befinder sig i midten på denne skala. I øjeblikket arbejder disse medier ikke sammen. Qua følgende medieplatformes diversitet, kunne de med fordel favne deres forskellighed i et samarbejde. Vi mener, at Nors forskellige medieplatforme, kunne have forskellige roller. Med roller menes der at det enkelte medies funktion står fuldstændig klart, og medierne ikke varetager hinandens funktioner som vi ser dem. Som borger i Nors, kunne man i så fald, være klar

over hvilket medie man skal opsøge, i forskellige hverdagssituationer: om man har brug for rutevejledning, information om en begivenhed, eller er interesseret i at læse om håndboldholdet.

De forskellige medier repræsenterer alle et virke, på baggrund af behov for deres eksistens. Beboerne i Nors står klar foran trykkeriet, hvis Avisen ikke er uddelt til tiden (Tidende, 2015, 00.08.30-00.09.47). Anderson understreger, hvordan brugen af avisen er en form for erstatning af det religiøse ritual. Med dette menes, at det er bevidstheden om den samtidige, nærmest rituelle udøvelse, af det at læse avisen, som sammenholder det forestillede fællesskab. Det sker, selvom individet ikke har kendskab til andre individer i den pågældende nation. Dette skaber en forestilling om en opbyggelse af en fælles viden, som stammer fra denne rituelle avislæsning: *“Og alligevel er hver enkelt kommunikator udmærket klar over at den ceremoni han udfører, gentages simultant af tusinder (eller millioner) af andre hvis eksistens han er bevidst om, men hvis identitet han ikke aner det mindste om”* (Anderson, 2001: 81).

Den fælles viden skaber en form for fælles historie, og binder nationen sammen på trods af den dominerende anonymitet. Denne funktion varetager facebookgruppen også. Idet teorien er fra 1983, (dog udvidet i 2001) har Anderson ikke kunnet forholde sig til de moderne medier vi kender i dag. Men alligevel gælder nogle af de samme elementer. Facebookgruppen er på samme måde med til at skabe en fælles bevidsthed, og opbygge en fælles viden, så brugerne føler de indgår i samme fortælling (Ibid.: 80-82). Facebookgruppen har næsten 700 medlemmer, med brugeraktivitet hver eneste dag. Hjemmesiden for Nors By opdateres løbende, hvor der kommunikeres, alt fra aktuelt ejendomssalg til reklame for lokale kræfter, ud til hjemmesidens besøgende. For at kunne opdele medieplatformene i en klar rollefordeling, vil vi udpensle de forskellige mediers potentialer, som de omfavner nu.

**Hjemmeside:** Når man besøger hjemmesiden findes mange forskellige informationer, såsom aktiviteter i byen, planlægning, annoncer for lokale virksomheder og ejendomssalg. Yderligere er det muligt at finde digitale eksemplarer af Nors-Tved Øster Vandet Tidende.

**Avisen:** Her portrætteres de forskellige aktører i Nors, lige fra skolen, til virksomhederne. I avisen finder man som læser, annoncer fra de lokale virksomheder på alle avisens sider.

Derudover opsummerer avisen vigtige begivenheder og hændelser foregået i Nors, siden det foregående nummer.

**Facebook:** Dette er borgernes brugerstyrede medie, som ikke har linje i kommunikationen, men er styret af borgernes individuelle opslag i gruppen. Denne medieplatform bliver brugt til at formidle vigtige datoer og tidspunkter ud til beboerne, samt hvor og hvornår de forskellige aktiviteter foregår (Hanne, 2015: 01.12.52-01.74.01).

I det efterfølgende afsnit opsummeres hvordan de enkelte medieplatformes kvaliteter ud fra vores ideelle rollefordeling, kunne fremkomme i en let gennemskuelig kommunikation.

#### 4.5 Nors visuelle ansigt

Vi ønsker denne medieplatform som et informativt storytelling-univers, som ikke kun kan være brugbart for borgerne i Nors, men også for omverdenen. Formålet med en mere aktiv benyttelse af storytelling, for dette medie, er storytellings ideal om en relation mellem produktet og forbrugeren. I denne sammenhæng betragtes Nors By som produktet, som skal kommunikeres ud til både borgere i Nors og omverden. Teorien om storytelling fortæller os, at historiefortælling kan tale til det menneskelige behov, som gør livet meningsfuldt. Storytelling kan samtidig stimulere menneskets fantasi og forestillinger, hvilket er vigtige instanser der påvirker forbrugers adfærd (Bærenholdt; Sundbo, 2007: 321). Nors værdier i form af naturen, det rige foreningsliv og idrætten, skal formidles på hjemmesiden gennem et narrativt format, som både skal være præcist, relevant og autentisk. Storytelling kunne for Nors, være et redskab til at vise hvordan den som by adskiller sig fra andre byer. Det handler for borgerne om at finde ind til byens kerneværdier, hvad der gør den særlig og unik, og formidle dette ud til omverden. Dette kan hjælpe med, både at styrke byen profil indadtil, men også udadtil. Det er væsentligt, at værdierne ikke er opdigtede, men autentiske, da et vigtigt element i oplevelseskulturen er, at forbrugeren føler en sammenhæng, mellem det personen oplever, og det der bliver sagt (Østergaard, 2010: 135). Dermed bekræftes forbrugers dømmekraft. For at integrere historiefortællingen aktivt, på den eksisterende hjemmeside: [www.norsby.dk](http://www.norsby.dk). Annoncerne for de forskellige lokale virksomheder kunne, eksempelvis tekstforfattes en anelse længere, så hver annonce kan indeholde en kort historie om virksomheden, i tråd med “Kongelig Hofleverandør siden...”, som kommunikerer at en virksomhed har en historie. Som nævnt i idégrundlaget med logoet, som værdiomfavnende symbol, kan historiefortællingen på hjemmesiden fungere på samme måde. Følgende kunne repræsenteres ved inddelingen af kategorier på hjemmesiden, som kunne hedde “oplevel naturen i Nors”, “om byen”, “hvor og hvordan”. Disse kategorier ville kunne favne det informative element, og samtidig lave historiefortælling om byens baggrund, kvaliteter og ressourcer. Hjemmesiden vil dermed kunne benyttes som platform til at

markedsføre Nors, som både en turistattraktion og en beboelsesby. Hvis Nors benytter storytelling som et redskab, til at formidle sine værdier ud, er det vigtigt, at man har gjort sig tanker om hensigten bag, og hvilket segment man vil henvende sig til. Om det er turister eller beboerne i byen.

#### 4.6 Nors på papir

Avisen beretter i dens artikler om det levede liv i Nors. Avisen portrætterer byens værdier gennem historier og er dermed med til at markedsføre byen, primært til det lokale publikum. Vi ønsker, at avisen fortsætter sin historiefortælling om byens historie og bagland, men også fokuserer på storytelling-begrebet: *'varemærkehistorie'* (Bærenholdt; Sundbo, 2007: 323). Der eksisterer forskellige typer indenfor storytelling, alt efter hvem, der markedsfører, og hvad man kan markedsføre. Ved varemærkehistorien tilknytter man en historie til et produkt, som derved knytter følelser og holdninger til produktet (Ibid.). For avisen handler det om at markedsføre byen til den lokale befolkning. Følgende storytelling kunne finde sted ved en formidling af en historie omhandlende byens værdier, som placeres på en af avisens sider, og som går igen i alle numre. På denne måde henvender avisen sig til forbrugers emotionelle side, og skaber et relationelt bånd mellem forbrugeren af avisen.

Avisen skildrer det levede liv i Nors, gennem nærværende fortællinger, som sammenbinder Nors by som et forestillet fællesskab. Ifølge Anderson har det trykte medie en stor betydning for det forestillede fællesskab. Avisen og romanen er to materielle fænomener, som Anderson argumenterer for, var med til at styrke og udbrede det forestillede fællesskab (Anderson: 2001: 69). I forhold til romanen henviser Anderson til, at man ofte møder flere sideløbende handlinger og karakterer, som alle er forbundet i en eller anden forstand, men nødvendigvis ikke har kendskab til hinanden. Den eneste som har kendskab til alle de sideløbende karakterer, og handlinger, som sker på samme tid, er læseren. Begrebet *'homogen, tom tid'* henviser altså til romanuniversets *'i mellemtiden'*. Det er denne homogene, tomme tid som er med til at indfange bevidstheden om nationen, da den netop *"(...)også opfattes som et fast samfund der bevæger sig op (eller ned) gennem historien."* (Ibid:70). I et individs nationale bevidsthed har man ikke kendskab til alle sine landsmænd, men individet har stadig *"(...) tiltro til deres regelmæssige, anonyme og samtidige aktiviteter"* (Ibid.) der foregår på tværs af landet (Web 3).

Anderson fremhæver avisens betydning for denne tværgående tidsanskuelse. Her argumenterer Anderson for, at avisen er en ekstrem udgave af romanen, da den netop bliver trykt i massevis, og kun har en kortvarig interesse, indtil næste avis udkommer. Samtidig er den også ekstrem i forhold

til romanen, da den påviser meget præcist, hvordan forskellige hændelser kan ske samtidig, på tværs af tid og land. Altså, at der i avisens artikler, er forskellige aktører og hændelser, som sker og handler på samme tid, uden egentlig at kende til hinanden, men netop kun bliver bundet sammen via kalenderdateringen på forsiden af avisen (Anderson, 2001: 70).

Nors er med en avis, med til at opbygge det forestillede fællesskab, ved at give borgerne informationer og kendskab til hinanden, selvom der stadig eksisterer en anonymitet. På den måde skabes der et forestillede fællesskab, idet de får kendskab til hinandens færden, på samme måde som i romanen. Fortællingerne er samtidig nærværende fortællinger, med dybdegående historier, som skaber kendskab til byens borgere og byens historie. Dette medie fungerer derfor efter hensigten, og skal fortsætte med at sammenbinde byen, gennem den nærværende fortælling om herom (Ibid.).

#### **4.7 Det moderne Nors**

De sociale medier kan benyttes til hurtig spredelse af information og informationssøgning samt organisering af grupperinger. Dette er Facebook-gruppens nuværende virke. Videreformidling af historiefortællingen, som har til formål at danne relation mellem forbrugere og produkt på hjemmesiden, kan med fordel finde sted på Facebookgruppen. Der er en eksisterende administrator på Facebookgruppen. Denne person kan synkronisere med avisens redaktion og hjemmesidens administratorer, så de forskellige medieplatforme er bevidst om større events og forsamlinger i Nors.

Facebookgruppen er borgernes digitale mødested, og som tidligere nævnt er de forskellige opslag divergerende, når der tales om formål. At have en repræsentant for de andre medieplatforme, i form af en administrator, som kan videreformidle hjemmesiden og Avisens kommunikation, kan være et frugtbart kommunikationsled. Facebookgruppen er med sin brugeraktive størrelse og daglige aktivitet, taget i betragtning, en meget aktiv platform i Nors. Facebook har, som medieplatform, mange tekniske mekanismer, som kan aktivere publikum. Undersøgelses-mekanismen: 'undersøgelser', kunne med fordel benyttes af borgerforeningen, eller andre foreninger, som måtte ønske at inkludere Nors beboeres meninger på en ny måde.

På [www.norsby.dk](http://www.norsby.dk) er der enkelte steder, hvor den besøgende kan stille spørgsmål, eller kommentere indhold via en integreret e-mail funktion. Følgende funktioner kunne aktivt inddrages i Facebook-gruppen, hvor repræsentanter for foreninger, medieplatforme og grupperinger kan indsamle viden og meninger fra borgerne.

Anderson taler om trykkekapitalismen (Anderson 2001: 91) som en samfunds-relational faktor, som med masse-aviserne udfordrer det traditionelle fællesskab. Det skyldtes at det voksende kapitalistiske marked, ensrettede information blev tilgængeligt for et bredere publikum. Det kan vurderes at de sociale medier, har dannet en form for modpol til de større mediestrømme. Individet på de sociale medier er en formidler af viden og oplevelser, og danner selv deres sociale fællesskaber i grupperinger på disse medier. Nors Facebook-gruppe kan siges at være et digitalt forestillet fællesskab, og borgerne er i dette medie selv i stand til at forme dette fællesskab. Idéen om en administrator som kan videreformidle byens narrativ og informationsunivers fra hjemmesiden og kanalisere det ud på Facebook-gruppen, kan ses som en bevidst handling for at samle byen. om disse værdier der måtte videreformidles om natur, sport og foreningsliv.

Som tidligere påpeget, er en af Nors største værdier byens smukke omkringliggende natur i form af Thy Nationalpark, og Nors sø. Disse to naturressourcer kan sammen eller hver for sig, udgøre et trækplaster, som tiltrækker flere mennesker til byen, der søger at opleve den smukke natur og de rolige omgivelser. Disse ressourcer er unikke for området og er en måde, hvorpå Nors kan differentiere sig fra de andre byer i området. Byen kan dermed skabe merværdi, ved at tillægge Nors en oplevelse, i form af naturen. Som nævnt tidligere kan hjemmesiden for eksempel benyttes til at markedsføre byen, via storytelling, der viser byens historie samt værdier. Dette kan enten gøres via billeder eller et logo (Bærenholdt;Sundbo, 2007:323).

En anden idé til branding af Nors, kunne være at sætte Nors sportslige værdier i forbindelse med naturen. Her kan man tage udgangspunkt i Nors sø, som er Danmarks reneste. Håndboldholdet er ganske succesfuldt, og er ifølge vores feltarbejdes afdækninger, ved interviewet med formanden for Nors Hal, Ole Christensen, lige rykket op i Danmarksserien (Christensen: 00.08.30-00.08.45). Håndboldholdet repræsenterer i forvejen Nors ved sportslige sammenhænge, og vil i denne sammenhæng, kunne betragte holdet som facilitator for videreformidlingen af Nors værdier. Grundlaget for parringen med Nors sø, er det rene vand - og sportsfolk drikker jo vand. 'Vi har det reneste vand i dunkene', kunne være et bud på at kommunikere disse værdier ud til omverdenen. Idéen om en fælles visuel identitet, i form af et fælles logo, Nors medieplatforme i mellem, vil ud fra Andersons teori om forestillede fællesskaber og redskabet storytelling, højne muligheden for en opgradering af Nors' beboers tilhørsforhold til deres egen by. Vi mener, at medieplatformene kan



styrke det værdimæssige fællesskab i Nors, ved at skabe en visualisering og synkronisering af medie-plattformenes roller i byen. Det har til formål at tydeliggøre Nors kerneværdier i den daglige behandling af nyheder, organisering og information via. medieplatformene. Ovenstående styrkelse af fællesskaber, vil kunne strømline Nors' værdier, så de er brugbare at kommunikere videre til omverdenen. For at tiltrække turister og bosættere, kan Nors' natur være en oplevelse som man tillægger produktet, Nors. Nors er dermed ikke kun en by i Danmarks yderområde men også en oplevelse, som byder på smuk natur samt en følelse af ro og harmoni. Ved idéen om kombinationen af de sportslige og naturmæssige værdier, bruges håndboldholdet som facilitator for eksponeringen af Nors rene sø.

## 5. Fællesskabet i det fysiske rum

Det er i det ovenstående blevet forsøgt at redegøre for, hvorfor fællesskabet er vigtigt for byen som nation, og hvorfor byen har brug for at noget at stå sammen om. Samtidig er det blevet forsøgt at udpege de vigtigste elementer i det organiserede fællesskab, samt det værdimæssige fællesskab.

Det følgende afsnit tager udgangspunkt i stedet som fællesskabende, med fokus på hvad et fysisk samlingspunkt har af betydning for byen. Som Hanne Wittorff Tanvig, fra Københavns universitet, uddyber ”*Nyere forskning viser at det er vigtigt for et driftigt lokalsamfund at have et velfungerende mødested*” (Realdania, 2010: 125).

*Mulighedernes Land* har bidraget til en forståelse af, hvordan en stor del af de mindre bysamfund, har arbejdet for at løse nogle af de samme udfordringer som Nors står overfor. Samtidig med byernes tab af institutioner og kulturelle elementer, kæmper de for at sammenholde og fortsat styrke byens fællesskab. De udfordringer de konfronteres med, kommer af kommunale omstruktureringer og fraflytning. Samtidig er mange af byernes styrker og kvaliteter overvejende sammenlignelige, hvilket betyder, at der eksisterer et fundament for at dele sine erfaringer og tilegnede kompetencer på tværs (Realdania, 2012).

For at finde frem til en ny løsning i Nors, tages der brug af Keld Bucieks artikel “*Stedets karakter*”, hvor han introducerer en metodisk struktureret tilgang til analysen. Denne metodiske analysetilgang er blevet anvendt i forbindelse med ideudviklingen til et givent byrum i Nors. ”*Metoden er et systematisk redskab til at analysere den specifikke kulturbetingede stedskarakter og de særlige rumlige og visuelle forhold i forskellige områder*” (Buciek, 2015: 1).

Denne metodiske tilgang til analysen sker, ud fra 3 elementer. Første element, er ‘*stedets karakter*’, som har til formål at lave en kortlægning og analyse af stedet (Ibid.). Dette gøres i opgaven ud fra den antropologiske

kortlægning og vidensbygning, som ligger til grund for analysen (Hastrup, 2010, s. 36-37). Derefter laver man en 'stedsvurdering', for at finde frem til stedets karaktergivende elementer, samt kvaliteter og sårbarheder. Det sidste element, 'planstrategi', udarbejdes på baggrund af analysen og kortlægningen, og har til formål at finde frem til konkrete ideer til forandring af byplanlægningen.

## 5.1 Nors' fysiske karakter

Stedet som analysefelt, kan umiddelbart virke uhåndgribeligt og udefinerbart. Hvad bidrager til, at et sted opfattes overvejende positivt? Hvad karakteriserer steder, der betegnes med negativt ladede ord? For hvordan forstås den følelse, som bestemte steder kan fremkalde? Som tilflytterne i arbejdsfællesskabet Cowork gav udtryk for, har Klitmøller en helt særlig stemning og mentalitet: "*Der er også en mentalitet.. man tager imod, man byder nye velkommen, det er meget særligt for Klitmøller*" (Cowork, 2015: 00.14.10-00.14.19). Atmosfæren og oplevelsen af et sted kan ofte være svært at definere med konkrete ord. Her strækker stedet som genstandsfelt sig over mange elementer og studiefelter, og bevæger sig gennem adskillige forskningsområder. Til at kunne forklare dette mere konkret, kan Keld Bucieks begreb '*genius loci*' anvendes til, at få en forståelse af oplevelsen af et sted (Buciek, 2015: 1). Genius loci kan ifølge Buciek, betegnes som stedets ånd, som beskriver hvordan et sted opleves. Her er det stedets karaktergivende træk, der skaber oplevelsen af stedet (Ibid.).

For at identificere den oplevelse som Klitmøller skaber, er man ifølge Buciek, nødt til at se på Klitmøllers historiske udvikling, da dette er med til at påvirke stedet. En anden måde at sammenholde stedets særlige karakter, er gennem begrebet det stedbundne potentiale fra *Mulighedernes land*. Dette element understreger samtidig nødvendigheden af den udførlige feltundersøgelse, for at finde frem til potentialerne, ved at tage udgangspunkt i stedets helt særlige og unikke karaktertræk (Realdania, 2012: 20). Mulighedernes land lægger fokus på netop de stedbundne potentialer, og vigtigheden i borgerinddragelse, som både er ressourcer i sig selv, men samtidig også et fundament for byudvikling (Ibid.: 41). Dette uddybes senere i opgaven.

## 5.2 Ind i Nors' verden

Til at undersøge Nors' potentialer samt stedets karakter, har det antropologiske feltarbejde været nødvendigt for at indsamle viden om byens indhold og udtryk. Ifølge Buciek, kan *genius loci* identificeres ved feltundersøgelser. Som hjælpende metoder til dette, inkluderer vi '*indirekte*' og '*direkte*' observationer, beskrevet af Russel H. Bernhard. Disse observationer benyttes i denne sammenhæng til at karakterisere stedets særlige konstellation af sociale og fysiske karakteristika.

Størstedelen af vores anden felttur, hvor vi udelukkende befandt os i Nors, havde til formål at undersøge byen via direkte og indirekte observationer (Bernard, 2011: 306).

Der blev foretaget indirekte observationer, da vi var rundt i byen for at udforske udtryk og sammenhæng. Denne type observation blev forsøgt foretaget uden at påvirke byens borgere. Dette var særligt ved de indirekte observationer vi foretog af byens centrum, hvor spar, børnehuset, lægehuset og beboerhuset er placeret, at vi udforskede stedets potentiale, og hvordan stedets fysiske muligheder hang sammen (Ibid.). Samtidig gav det mulighed for at undersøge bymidtens funktion og æstetiske udtryk (Jf. bilag 2, billede 3).

De direkte observationer blev primært foretaget i form af interviews, hvor vi indgik i sociale interaktioner med Nors' beboere. Hensigten var netop, at få et indblik i borgernes forhold, viden og tanker om Nors, således at vi kunne komme med en kvalificeret idé til videreudvikling af byen. Da det meste af tiden gik på direkte observationer i form af interviewundersøgelser, lå fokus dermed ikke på at blive en del af sociale sammenhænge, som for eksempel en deltagerobservation kræver. Deltagerobservationen er en antropologisk metode, skabt af Bronislaw Malinowski, som kan bruges til at tilegne sig viden i felten (Hastrup, 2010: 12-13). Metoden er traditionelt betinget af, at feltarbejderen bruger lang tid i felten, for at "gå i et med tapetet", eller for at blive en ligelig del af de undersøgte sociale sammenhænge. Selvom deltagerobservation ikke var vores formål med de to ture, er der, set i bakspejlet, alligevel forekommet enkelte eksempler på deltagerobservationer (Bernard, 2011: 306-307). Et eksempel ses blandt andet, hvor vi deltog i en bankoaften i Nors' beboerhus, hvor vi observerede de lokale borgere spille banko, samtidig med at vi deltog i spillet på lige fod med de lokale (jf. bilag 2, billede 1). Denne deltagerobservation medførte en viden om de sociale sammenhænge og interaktioner, som foregår i byen, uden at det var påtænkt.

Det, at der har været en blanding mellem direkte og indirekte observationer, samt enkelte tilfælde af deltagerobservationer, medførte, at empirien, som resultat af undersøgelserne, dannede en forståelse for Nors fysiske, såvel som sociale størrelse. Der blev dannet et overblik over byens

særlige karakteristika, som bidrog til oplevelsen af stedet. Dette var både i form af borgernes fortællinger om stedet samt vores egne indirekte observationer af området og de få deltagerobservationer, hvor vi fik indblik i de sociale samspil i byen. Dette skabte muligheden for at kunne beskrive oplevelserne af byens *genius loci* (Buciek, 2015: 1).

Et tilbagevendende tema var, i både de direkte og indirekte observationer og de få deltagerobservationer, som vi foretog, at der ikke eksisterede et samlingspunkt for alle byens borgere, uafhængigt af foreninger. Flere af byens borgere gav udtryk for, at der ikke fandtes et neutralt sted i byen, hvor man kunne søge noget socialt, uden at det var i forbindelse med en foreningsaktivitet. Her udleder avisens redaktør Susanne Søe-Larsen blandt andet, at hun håber at det gamle ældrecenter, som nu er blevet til et slags 'olle-kolle', samtidig kan være et form for samlingssted eller kulturhus, hvor folk kan komme og gå, uafhængig af tilhørsforhold til foreninger (Amby; Søe-Larsen, 2015: 00.49.57-00.50.15). På feltturen oplevede vi selv på første hånd, hvordan aktiviteterne var spredt ud over byen, som sagt i forbindelse med foreningslivet. Som for eksempel banko i beboerhuset, strikkeklub i paletten, redaktionen i Susanne Søes private hjem osv. Formanden for Norshallen, Ole Christensen, udleder at der manglet et sted, hvor det er muligt at samles. Her var kroen hans bedste bud på et sådant sted: "*Vi har jo en kro, men den er ikke åben som sådan for offentlige ting*" (Christensen, 2015: 00.31.52 - 00.32.33). Det fysiske rum, i byens centrum, blev heller ikke benyttet som socialt samlingspunkt. Her mødte man som oftest mennesker med et praktisk formål, for eksempel: hente/bringe børn, købe ind, gå til lægen. Her kom stedets karakter til at have en mere flygtig og praktisk funktion, noget, som vi registrerede gennem vores direkte - og indirekte observationer.

### **5.3 Den vigtige borger**

Som tidligere nævnt i forbindelse med brugerdrevet innovation, er borgerinddragelse i idéudviklingsfasen essentielt. En metode som også er et bærende element i *Mulighedernes Land*. De understreger netop at "*Den fælles erfaring er, at det betaler sig at inddrage både borgere og erhvervsliv undervejs i processen*" (Realdania, 2012: 48). De pointerer at dette er med til at få projekterne til at være længerevarende og dermed bæredygtige (Ibid.). Ligeledes understreger Buciek, også vigtigheden i borgerinddragelse, ift. hvordan borgere benytter og tænker om stedet: "*Et steds *genius loci* ligger også i det sociokulturelle – hvad andre gør på stedet, tænker om stedet*

og udtrykker om stedet” (Buciek, 2015: 1). Som det læses i citatet, skal oplevelsen af stedet også identificeres ud fra de sociokulturelle elementer. Der er en stor sammenhæng mellem oplevelsen af stedet, og det sociale miljø, som udspiller sig på stedet. Det har derfor været afgørende for undersøgelsen af Nors, at inddrage borgernes synsvinkler.

I henhold til ovenstående, er den frivillige arbejdskraft og ildsjælene i en by, afgørende for realiseringen af en idé. Det er disse frivillige kræfter som, ifølge *Mulighedernes land*, er væsentlige at styrke i byen. På denne måde får man samlet ressourcestærke mennesker, som sammen kan være med til at styrke stedets potentiale (Realdania, 2012: 82).

På trods af, at det ofte er svært at få størstedelen af Nors’ borgere til frivilligt at hjælpe til, eller bakke op om forskellige aktiviteter, praktiske gøremål osv. i byen, er der stadig en række ressourcestærke mennesker, som er væsentlige at styrke. Her er der for eksempel redaktøren på avisen Susanne Søe-Larsen, som opstartede avisen og siden 2005, sammen med blandt andet Kristian Amby, har stået for at lave og udgive avisen hver anden måned (Amby; Søe-Larsen, 2015: 00.00.32-00.00.40). Redaktionens medlemmer, ligesåvel som borgerforeningens bestyrelse og de nye ejere af Palletten er blot eksempler på ildsjæle, som i Nors, kæmper for byens udvikling. Tilsammen udgør de en essentiel ressource, som kan samles gennem organisering, og derved udvikle et fælles mål - som for eksempel, at skabe et fælles samlingssted (Realdania, 2012:48).

## **5.4 Nutid og datid, Nors for altid**

Et andet væsentligt element, som ligger til grund for at man kan beskrive stedets karakter, potentiale og betydning, er byens historie. Dette har også haft betydning for hvordan både Klitmøller og Nors ser ud i dag. Det er derfor interessant at se på byens historie samt, hvilken betydning den har for byen og byens borgere i dag. Ifølge Buciek, er det ligeså vigtigt at have fokus på stedets ‘*patina*’, som på stedets *genius loci* (Buciek, 2015: 1). Stedets *patina* er en betegnelse for de aktiviteter stedet rummer, set i et nutidigt og et forhistorisk perspektiv. Det er en måde at omtale hvordan stedets kvaliteter påvirker og præger stedet. Et sted kan aldrig afskrive dets historie, og vil altid bære præg af den samtidige historie som udspiller sig. Ligeledes kommer også fortidens aktiviteter til udtryk i stedets karakter. Derfor er den historie der ligger bag både Klitmøller og Nors interessant for at forstå stedets betydning i dag (Ibid.).

I Klitmøller kommer havet som fælles interessesfære, også til udtryk ved at være et fysisk samlingssted. Den nybyggede foreningsvej, en asfaltbelagt sti langs kysten, bygget af Realdania, understøtter netop dette. Ved dets placering tæt på havet udgør det et fysisk samlingspunkt for havets forskellige aktiviteter. Vejen er blevet bygget med det formål at gavne alle byens borgere (Realdania, 2012: 97-99). Foreningsvejen skildrer dermed havets betydning som samlingspunkt for byen. Dette mener lystfiskeren Per Grønkjær ligeledes, hvor han ligeledes udtaler, at foreningsvejen og dets placering ved kysten *“er med til at skabe Klitmøller”* (Grønkjær, 2015: 00.00.40 - 00.00.44). Vejen er som samlingspunkt, med til at trække alle byens borgere tættere på kysten, og skabe et stærkere bånd til det fællesskabende element: havet.

Et rum som symboliserer byens fællesnævner, styrker byens fællesskab og identitet. Et sådant rum eksisterer ikke i Nors. Nors har dog en bymidte, som kan komme til at fungere som et aktivt samlingspunkt. Bymidten rummer historiske elementer fra Nors historie. F.eks. henviser bymidtens vejnavne i Nors til byens fortid, og hvormed stedets patina også kommer til udtryk. Vejene er kaldt Kirkebyvej, Stationsvej og Skellet. Disse tre vejnavne, er med til at berette om byens splittede historie samt hvordan de har overkommet dette, og dermed medvirke til at styrke byens bevidsthed om det forestillede fællesskab (Anderson, 2001). Det er derfor også vigtigt at styrke dette narrativ i mødestedets udformning, da det ifølge teorien ville kunne styrke borgernes bevidsthed om en fælles fortid trods tidligere forskelle og skel.

Det fysiske rum kan således være med til at skildre den fortidige samt den nutidige historie. Foreningsvejen i Klitmøller visualiserer hvordan man i dag forenes omkring havet og symboliserer et sted hvor der er plads til alle. Bymidstens rum i Nors, kan på samme måde som i Klitmøller, benyttes til at skildre den fortidige historie. Her kan især storytelling være et relevant redskab til at styrke byens karakter som en helhed og derved skabe et fællesskab omkring bymidten (jf. bilag 2, billede 3).

## **5.5 Nors – en ressourcestærk by**

Nors har overvejende mange gode ressourcer samt gode institutioner. Her er der alt fra skole, købmand (Spar), læge, børnehave, idrætshal, osv. Disse elementer er med til at skabe en levende by, og være rammeskabende for et godt byliv. Ole Sand, den lokale ejendomsmægler i Nors, påpeger at de elementer som gør byen attraktiv, er de natur-, ressource- og institutionsmæssige elementer samt byens beliggenhed tæt på større byer (Sand, O., 2015: 00.11.00-00.12.31).

Det kan derved synes paradoksalt, at byen muligvis mangler et mødested, eftersom byen har et højt aktivitetsniveau, ildsjæle, gode ressourcer og faciliteter. De mange foreninger i Nors er med til at puste liv i byen. Dog fremstod det for os, som om at det sociale liv i Nors, oftest eksisterede i kraft af foreningerne. Hermed ikke sagt, at der *ikke* også eksisterer et socialt liv udenfor foreningslivet, men at det oftest er i forbindelse med foreningsaktiviteter at man samles.

I Nors vil et fysisk samlingspunkt for alle, være med til at skabe sammenhold. En plads vil ligesom i Klitmøller, kunne skabe en særlig stemning samt et mødested, der vil frembringe en god atmosfære i byen. Det vil også kunne bryde med den nutidige tendens i Nors, til at det sociale liv kun eksisterer i foreningslivet. Anderson benævner i sin teori *forestillede fællesskaber*, at essensen af en nation, er at man samles om noget kulturelt betinget (Anderson, 2001: 199). Det at man skaber et sted, som er fælles for alle i Nors, kunne være med til at styrke deres bevidsthed om at være en enhed og en "nation" (Ibid.: 48-50). Her vil byens borgere netop få en forestilling om hinandens tilstedeværelse i byen, på tværs af foreninger, interesser og værdier, og dermed skabe en øget bevidsthed om deres overordnede *enhed*, som by. (Ibid.: 40)

Det at den sociale interaktion oftest eksisterer i kraft af foreningslivet, bevirker også at social aktivitet oftest er planlagte. Det er fastbundet af bestemte mødetidspunkter og mødesteder, og træder i kraft af en forudindgået aftale. Dette åbner ikke op for muligheden for det spontane møde, og er dermed begrænsende for den tilfældige interaktion. Det sted hvor man dog netop kan mødes spontant i Nors, er Spar hvor folk ofte befinder sig af praktiske årsager. Dette udleder fotografen Kristian Amby også hvor han siger: "*det som missionshuset havde, det er det som er ved købmanden nu. Alle kommer ved købmanden.*" (Amby; Søe-Larsen, 2015: 00.47.15-00.47.40) En videreudvikling af et fysisk sted i Nors, som fx pladsen foran Spar, skulle derfor være med til at skabe en base for alle, forening eller ej. Et sted der byder velkommen og lægger op til social interaktion (jf. bilag 2, billede 2).

I forhold til Klitmøller, er deres møde og samlingspunkt hele kyststrækningen i byen, som udgør et fundament for tilfældige og spontane møder. Dette underbygger surfklubben NASA's formand, Stian Eide, i forbindelse med hvorvidt surfing er en social ting i Klitmøller:

*"Men når du sådan kommer på land, der hænger man jo ud, hvis man ikke skal på arbejde og så kan man jo være der i fem-seks timer, hvor man kan snakke med de andre og hygge sig. Det samme er nede på parkeringspladsen, der er man også meget social."* (Eide, 2015: 00.05.55-00.07.00).

Mødet i Klitmøller er derfor ikke en betingelse af organiseret planlagte møder og mødetidspunkter.

Dette kan have indvirkning på den enkeltes mulighed for at være social, når man har behov for det, ikke når det er organiseret til det.

I henhold til Andersons teori, kan man sige at et mødested, hvor man kan komme og gå som man vil, uafhængig af ens tilhørsforhold, kan danne en øget forestilling om et fællesskab (Anderson, 2001: 48). Denne forestilling om et fællesskab, skal være hævet for eventuelle interesser, foreninger og værdier, som Anderson selv udleder det: *“uanset den faktiske ulighed og udbytning der måtte være fremherskende i den enkelte nation, skal nationen altid opfattes som et dybt horisontalt kammeratskab”*(Ibid.: 50). Med fællesskab mener Anderson, at det er en form for broderskab som bliver dannet borgerne imellem, og som er ophævet over alt andet. Hvis man ikke har denne tilknytning til sine “medbrødre”, men derimod grupper sig i andre små broderskaber (som for eksempel foreningerne), kan man argumentere for at disse små grupperinger, i sig selv er små enheder eller nationer, som dermed har deres egne forestillede fællesskaber (Ibid., 2001: 50).

Visionen om et samlingspunkt skal kunne varetage samtlige, måske oversete interesser, og ikke kræve et bestemt tilhørsforhold. Det skal være et neutralt og indbydende område, som giver mulighed for at alle kan deltage. Samlingspunktet skal være tilgængeligt for alle byens borgere på samme måde som havet er det i Klitmøller. Det skal kunne være fundament for et spontant ønske om social interaktion, på samme måde som havet i Klitmøller er fundament for tilfældige møder.

## **5.6 ”Forbind, gentænk og styrk”**

Stedet har samlet nogle af byens vigtigste funktioner, som ofte tages i brug af borgerne. For eksempel holder spar ejeren somme tider arrangementer, såsom grillaftener og vinsmagning, hvor folk kan stå og hygge sig. (Amby; Sussanne-Søe, 2015: 00.45.20-00.46.20)

Derved er der et potentiale for at skabe et centrum i byen, som kan tages i brug og anvendes af byens borgere. Et potentiale der allerede er eksisterende i byen. Fremgangsmåden i at videreudvikle bymidten, så den bliver mere indbydende for social interaktion, kan defineres ud fra *Mulighedernes lands* tre strategier for forandring i et område eller i en by. Dette er henholdsvis *forbind, gentænk og styrk* (Realdania, 2012: 59).

*Forbind* handler om, at skabe sammenhæng og synergi mellem stedets allerede eksisterende potentiale og ressourcer. Det handler blandt andet om, at skabe fysiske forbindelser, således at de enkelte steder indgår i en større sammenhæng (Ibid.: 61). I en udvikling af bymidten i Nors vil der



fokuseres på at forbinde og integrere bymidtens allerede eksisterende fysiske elementer (jf. bilag 2, billede 2, 3, 4) Disse er alle sammen væsentlige elementer, som danner et godt fundament for en bymidte. Dog er den nuværende integrering af disse elementer, ikke eksisterende. Pladserne ude foran bygningerne bliver, som tidligere pointeret, kun benyttet til at parkere eller som gennemgang til Spar eller lægehuset. At forbinde disse centrale elementer, via en udvikling af deres omkringliggende, ubenyttede pladser, kunne muligvis være med til at bringe mere liv til byens midte.

Nors placering ved en unik og smuk natur, som adskiller Nors fra andre landsbyer, er en del af byens potentiale. Denne force kunne derfor også være noget man kunne inddrage i bymidtens rum. Det kunne derfor være en mulighed, at integrere og plante træer eller buske, og dermed inddrage den smukke natur (jf. bilag 2, billede 5). Dermed benytter man den omkringliggende natur til at karakterisere byens fysiske rum. Man inddrager hermed den fællesskabende forestilling om den særlige natur, som et element i byens centrale rum.

*Gentænk* omhandler, at gentænke allerede eksisterende steder så de skaber nyt potentiale. I *Mulighedernes land* pointeres det, at man ved at skabe nye rammer omkring forladte og tomme bygninger, kan skabe muligheder ved at gentænke. Nye muligheder for både de lokale og turismen (Realdania, 2012: 69). Ved overvejelser omkring en øget udnyttelse af Nors bymidte, gøres der brug af '*gentænk strategien*', idet der gentænkes hvordan man på anden vis kan benytte området, så potentialet bliver bedre udnyttet.

Igennem ideudvikling, samt en systematisk analyse af stedets karakter, er det blevet gentænkt hvordan man vil kunne gøre rummet i bymidten, mere socialt funktionelt. Da Nors bymidte allerede indeholder centrale elementer for et velfungerende centrum, men mangler en form for sammenhæng, er det blevet *gentænkt* hvordan dette kan udnyttes og udføres.

*Styrk*, handler om at styrke de eksisterende kvaliteter, gennem lokalt engagement, planlægning og nedrivning. Noget som alt sammen bidrager til en udvikling (Ibid.: 79). Ved at videreudvikle Nors' centrum, er hensigten netop at styrke den sociale interaktion, og dermed skabe et rum i bymidten, som indbyder til ophold og spontane møder.

## 5.7 Nye samlingspunkter i Nors

I det følgende afsnit, vil to idéer, med udgangspunkt i det fysiske rum i Nors, blive præsenteret. Idéprocessen har taget sit udgangspunkt i den ovenstående analyse, og fokuserer derfor på et fysisk fællesskabende samlingssted i Nors bymidte. Via interviews inddrager vi en idé som Grundet vigtigheden af borgerinddragelse som tidligere er blevet beskrevet, med fokus på lokale som eksperter i egen by, inddrager vi en idé som byens borgere selv har haft for øje i længere tid. Herunder kommer en begrundelse for hvorfor et fælleshus er enormt vigtigt for byen, og hvordan det eventuelt ville kunne lade sig gøre. Der viderarbejdes derfor med ideen om et fælleshus i midtbyen, samt ideen om en fælles plads foran Spar. Da vi blot befinder os i idéudviklingsfasen og ikke i implementeringsfasen, er alle elementerne, økonomiske osv., ikke medtaget i vores idéforslag. Dette ville være en del af en eventuelt implementeringsfase, hvis vi besluttede at gå videre med projektet og udføre det i selve felten, Nors.

## 5.8 Fælleshuset

At skabe et fælles samlingspunkt, hvor social aktivitet kan opstå, er i flere tilfælde blevet indikeret som et ønske fra byens borgere. Klitmøller står her som inspiration, idet de har formået at skabe et fælles samlingspunkt. Et sted som kunne tænkes at indeholde vores to konkrete idéer, kunne f.eks. være beboerhuset. Bymidten skulle have til formål, at være fundamentet for fællesskabet med konkrete steder, der kunne indbyde til social aktivitet.

Et fælleshus kan fungere som et opholdssted som byens borgere kan bruge til aktiviteter, uafhængigt af foreninger. Det skal kunne varetage en bred diversitet af interesser og arrangementer, samt være fundament for diverse aktiviteter. Fælleshuset skal kunne varetage koncerter, foredrag og rumme aktiviteter som er åben for alle. Dette er ifølge Pia Heike Johansen, Center for landdistriktsforskning, vigtigt: *”Undersøgelser viser, at det tilfældige og uformelle møde i hverdagen er vigtigt for oplevelsen af at bo i en levende by. Ved at skabe et mødested for mange forskellige aktiviteter øges muligheden for at genetablere den uformelle snak, som er gået tabt ved lukning af institutioner og services. Nye ideer og grundlaget for en dynamisk udviklingsproces skabes ofte i den uformelle snak”* (Ibid.: 131).

Alle skulle have mulighed for at anvende stedet, noget som kunne skabe liv i fælleshuset, og således grobund for yderligere social interaktion. Man ville for eksempel, kunne arrangere fællesspisning i huset, som de har gjort det i Klitmøller, hvor der afholdes suppeaften (Grønkjær,

2015: 00.08.20-00.08.40). Fælleshuset kunne styres og organiseres, af byens eventuelle paraplyforening, borgerforeningsbestyrelsen.

Beboerhuset er allerede en del af byens midte, og varetager flere funktioner som kunne være attraktive ved et fælleshus. Dog er beboerhuset på nuværende tidspunkt, privatejet og i dens nuværende indretning ikke ideel som socialt samlingspunkt.

Hvis byen kunne stå sammen om et sådant projekt ville det kunne skabe et øget sammenhold, som det tidligere er set i Nors historie ved oprettelsen af Norshallen (Andersen et al., 2002: 204-206) samt i andre mindre bysamfund (Realdania, 2012: 46).

Hvis et fælleshus skal eksistere i byen, er det afhængig af frivillige kræfter. Både i driften, men også i vedligeholdelsen. Et fælleshus i en mindre by, er afhængig af frivillige, fordi det kan være svært at skaffe kommunal støtte til driften.. Det ville også kunne give kommunen et incitament for at hjælpe med at sparke projektet i gang, hvis det derefter kan klare sig selv, og ikke er afhængig af offentlige midler. Derudover vil det kunne medvirke til et større ejerskab i byen, ved selv at varetage og stå sammen om stedet. Frivillige i huset, vil samtidig bidrage til fællesskabet ifølge Næstformanden i, Hannik, en lokal forening, der er oprettet i forbindelse med udarbejdelsen af et fælleshus i Frøstrup, Poul Erik Kjærgaard: *”Det store frivillige engagement giver også lokal stolthed og fællesskab. Det giver respekt i byen, at man engagerer sig i arbejdet, og gennem arbejdet får vi skabt grundlaget for det frivillige engagement, som er afgørende for, at huset kan blive fyldt med liv, når det står færdigt”* (Realdania, 2012: 123).

En evt. rotationsordning, og skemalagte tider for frivillige kunne her tages i brug. Fælleshuset skal være selvkørende, og leve af innovative påfund, som kan holde liv i stedet

Ungdomsklubben kan fortsat have lokaler til rådighed, som Thisted kommune kan leje.

Indretningen kan bestå af møbler fra genbrugsforretningen, som det er muligt at købe, hvilket vil skabe et samarbejde mellem genbrugsforretningen og fælleshuset. Derudover kan der forekomme leje til private arrangementer samt ville man kunne kræve en mindre entre ved kulturarrangementer. Mulighederne er utrolig mange. Hertil vil avisen som kommunikationskanal, samt Facebook have en vigtig funktion ift. branding af arrangementer osv.

## **5.9 Plads til borgerne**

Den anden idé omhandler parkeringspladsen, som et fællesskabende samlingspunkt. Meningen med denne idé er at tage udgangspunkt i at skabe et rum der indbyder til social aktivitet, der hvor byens

borgere er. Spar er et central sted for borgerne i Nors, da det er her det tilfældige og uformelle møde ofte opstår. Alle borgere skal handle ind, uanset om de er medlem af en forening eller ej. Dermed er spar en afgørende faktor for det tilfældige møde i byen(jf. bilag2, billede 2). Et møde, som ifølge Heike, er vigtigt, for at etablere et grundlag for udvikling, og dermed også innovation. At skabe et sted, som ligger op til det *tilfældige og uformelle møde i hverdagen*, er derfor målet med parkeringspladsen (jf. bilag 2, billede 2). Målet er at stedet imødekommer borgernes behov for et fælles samlingspunkt, men samtidig udnytter byens nuværende mødested.

Byens borgere er bevidste om vigtigheden af at have en købmand, der giver byen en ekstra ressource, som gør byen attraktiv, og er med til at sikre dens overlevelse (Amby; Søe-Larsen, 2015: 00.45.20-00.46.15). Det betyder at mange anvender Spar, og derved etableres Spar som en social platform. Det vigtigste og mest centrale for pladsen, er at den kompromisløst kan varetage alle byens borgere, og skabe et rum, som alle føler de kan være en del af. Ligesom Spar ejeren har gjort et par gange, hvor han har afholdt arrangementer ude på parkeringspladsen foran supermarkedet for byens borgere. Idéen er dog, at parkeringspladsen skulle blive et permanent opholdssted, for Nors befolkning.(Amby; Søe-Larsen, 2015: 00.45.20-00.46.15) Det ønskes at inddrage parkeringspladsen, som er området foran de store vinduespartier ved indgangen. I sin enkelthed vil pladsen kræve at blive afgrænset, for at skabe et lille rum, som indbyder til at borgerne skal sætte sig.

Afgrænsningen skal ske gennem anvendelse af den natur, som netop er et af byens største potentialer. Det kunne for eksempel ske ved at plante nogle af de dominerende træer i området, etablere højbede og dermed skabe en hjemlig terrasse-stemning. Man kunne på mange måder anvende et af Nors' største potentialer, som bærende element i etableringen af pladsen, og på den måde viderebygge byens storytelling.

## 6. Ressourcer over diskurs

“Urbaniseringen går hurtigt i disse år, men måske er der også skabt en mediekultur og et sprogbrug, som bidrager til, at den går hurtigere, end godt er” udtaler Martin Dam, formand for kommunernes landsforening i et interview (Web 10). Har medierne en betydning for måden hvorpå vi omtaler yderområderne i Danmark, som Martin Dam påstår? Kan man i så fald, hvis dette udsagn er sandt, diskutere om medierne bidrager og understøtter et forvrænget virkelhedsbillede af yderområderne i Danmark?

Vi indledte vores feltundersøgelser, med henblik på at undersøge, hvad Klitmøller havde gjort for at vende den negative diskurs, som en by umiddelbart står overfor, ved at være kategoriseret som værende en by i Udkantsdanmark. Som tidligere nævnt, var vi farvede af vores forforståelse, i både Klitmøller og Nors, netop pga. denne diskurs. Vi anså Nors som værende en soveby, hvor omgivelserne var i forfald. Men som vi har redegjort for i det ovenstående, blev vi konfronteret med en helt anden by end vi forventede. Dette satte gang i en række refleksioner over, hvordan denne forestilling om Nors er opstået. Hvorfra stammer den diskurs, som vi tilsyneladende implicit havde tilskrevet os, før vores undersøgelse af Nors?

Er problemet i virkeligheden, at der sættes lighedstegn mellem det at være et område præget af fraflytning, og det at være et område uden social aktivitet? Det ene forudsætter vel ikke det andet? Kan man argumentere for, at den eksisterende diskurs omkring yderområder på de landsdækkende medier, har været med til at præge vores forforståelse af Nors?

Følges Martin Dams udsagn, kan dette godt have været tilfældet: ”*Udtryk som ‘den rådne banan’ og ‘Udkantsdanmark’ har gjort betydelig mere skade end gavn. Og vi risikerer, at den negative italesættelse i sig selv skræmmer folk, der egentlig godt kunne tænke sig at komme tættere på naturen – og samtidig får dem, der allerede bor der, til at tvivle på deres eget valg,*” (Web 10).

Anderson argumenterer for, at avisen er med til at skabe et forestillet fællesskab, men han skriver ikke, hvordan artiklerne skal skrives. Avisen som formidlingskanal, der danner det forestillede fællesskab, besidder magten til at skabe en fælles bevidsthed. Den magt kan argumenteres for at være en afgørende faktor for udbredelsen af en diskurs, qua dannelsen af den fælles bevidsthed. Avisens betydning for nationen som en forestillet og konstrueret størrelse, sætter sit præg på vores forståelse af hinanden.

Ifølge Liv la Cour Belling, der er cand.scient.pol, kan diskursen ende med at skabe et endnu større skel, mellem vækstområderne og Udkantsdanmark: “*Men diskursen om ‘Udkantsdanmark’ risikerer*

at forstærke modsætninger og skel mellem dem, der styrer, og dem, der skal 'reddes'." (Web 11). Det syn, diskursen er med til at præge, betyder måske i endnu højere grad, at der kommer en yderligere distancering til Udkantsdanmark. Ifølge Jørgen Ørgaard, formanden for borgerforeningen på Mols, er omtalen af yderområderne, afgørende for hvordan vi ser dem: *"På røven i Nakskov var blot det seneste udtryk for en generel tendens i de landsdækkende medier, hvor der siden 2009 er sket en voldsom stigning i negativ omtale af områder udenfor Valby Bakke og det østjyske bælte"* (Web 12). Ifølge ham, er der en klar tendens til at omtale Udkantsdanmark negativt. Hvis der via omtalen skabes et billede af et øde landskab bestående af stemningsforladte byer, er det måske ikke så underligt, at man kan ankomme til Thy med en forventning til et område, der er langt fra virkelighedens Thy.

Den negative diskurs på de landsdækkende medier, kan derfor argumenteres for at være medvirkende til vores opfattelse af Udkantsdanmark, selvom virkeligheden kan se helt anderledes ud, ifølge Ørgaard: *"Livet på landet bliver oftest italesat af landsdækkende medier, der kun orker at se tingene fra eget ståsted – og det er i hovedstaden – mens situationen i reglen ser ganske anderledes nuanceret ud i den lokale presse."* (Web 12).

Det er rigtigt at der er problemer i Udkantsdanmark, f.eks. med nedadgående befolkningstal og tilbagegående erhvervsliv. Men dette retfærdiggør ikke det generelle billede af Udkantsdanmark som vi eksempelvis så det i Nors.

Ofte er byerne i Udkantsdanmark velfungerende og fyldt med et aktivt foreningsliv som Ørgaard fortæller. Finn Slumstrup, der er forfatter til en ny bog: *Oprør fra udkanten*, mener at den opfattelse der er af Udkantsdanmark, er helt forkert: *"Det er en fuldstændig myte, at udkanten er tømt for kultur, her er så levende og rigt et kulturliv, at man slet ikke kan følge med."* (Web 13). Det kan synes paradoksalt, at der er skabt et billede som i overvejende grad ikke passer.

Nors og ovenstående citater er bare eksempler som kan afkræfte det negative billede. Ifølge Finn Slumstrup, har udkantsdanske selv været med til at påvirke billedet af Udkantsdanmark, simpelthen ved ikke at gøre opmærksom på sig selv. Ligeledes påpeger Slumstrup, at folk i Udkantsdanmark, lever et godt liv, men ikke viser dette til den øvrige del af landet. Han påpeger dermed, hvordan udkantsdanmark selv er med til påvirke hvorledes Udkantsdanmark omtales: *"Og så har udkantsdanske svigtet den offentlige mening. Vi har levet det gode liv, men holdt det for os selv. Ser man på billedet i medierne, har det gjort at man taler om os, ikke med os. Det er i høj grad en del af vores oprør at kæmpe for, at udkanten kommer på banen og viser, at billedet af*

*pædofile landsbytosser og folk med et alkoholproblem er så forkert. Det er ikke fordi, problemerne ikke findes. Det er ikke sandheden om hele Udkantsdanmark?*

(Web 13). Det er netop her Klitmøller adskiller sig, ved at have været dygtige til at gøre opmærksom på sig selv, og sine kvaliteter, hvilket Hanne Nielsen, fra borgerforeningens bestyrelse i Nors, ser som en kontrast til Nors: *“Jeg synes de er gode til at fortælle de er der. Der tror jeg nok vi andre måske er knap så gode til det”* (Nielsen; Jensen, 2015: 00.04.30-00.04.40).

Dette kan resten af Udkantsdanmark tage ved lære af, for at vende den negative diskurs og undgå yderligere udfordringer. Allerede ved det vores første interview, kom den ydmyge opfattelse af egen by i tale, af borgerforenings næstformand *“Vi har heller ikke rigtig noget sådan rigtig hvor vi kan gå ind og sige, det her det kan blive stort, hvor man kan tiltrække det her til for eksempel. Der er ikke sådan rigtigt de helt store muligheder”* (Ibid: 00.04.40 - 00.04.50).

Klitmøller har formået at anvende storytelling som et vigtigt redskab i at italesætte og sætte fokus på byens vigtigste værdier. På samme måde kan enkelte byer i Udkantsdanmark, være bedre til at italesætte byens værdier og gøre lokalbefolkningen opmærksomme på byens ressourcer og kvaliteter, så byens profil både styrkes indadtil og udadtil. Derudover ligger der en vigtig faktor i at markedsføre byen og dens værdier ud til resten af Danmark, for dermed at undgå den negative diskurs, ved at gøre omverden opmærksom på byens kvaliteter, som det også eksemplificeres i denne opgave.

## 8. Innovation med kant

Ud fra denne opgave kan det udledes, at der er tre faktorer, som kan have stor betydning for at løse den hovedsagelige udfordring Nors står overfor. Denne er formuleret i konceptet: '*Øget fællesskab i Nors*', med fokus på temaerne *fællesskab gennem organisering, det værdimæssige fællesskab og fællesskab i det fysiske rum*.

Vi har gennem undersøgelsen kunne udlede, at det er nødvendigt for en by at organisere byens drivende kræfter, for at den kan stå sammen om fælles mål og dermed realisere fælles projekter. Uden en konkret og velfungerende organisering, kan der opstå en risiko, for at interne grupperinger har svært ved at samarbejde på tværs, og endda modarbejde hinanden. Vi har ydermere kunnet udlede, at den interne kommunikation i Nors, kan være med til at styrke byens forestillede fællesskab, såfremt kommunikation har fokus på visuel og samarbejds-mæssige værdier. Byen skal være opmærksom på, og anerkende sine værdier og dets stedbundne potentialer, for at bruge dette aktivt i deres interne og eksterne kommunikation.

Endelig kan det, ifølge opgaven, konkluderes, at et fysisk rum i Nors, som uafhængigt af foreningslivet, henvender sig til alle byens individer, kan være et styrkende element for fællesskabet i Nors. Samlingspunktet skal fungere som et neutralt rum, der indbyder til social interaktion, og lægger op til den uformelle snak og det spontane møde, som er vigtigt for oplevelsen af at bo i en levende by.

Denne konklusion bygger på analysen af de historiske, kulturelle og kommunikative elementer i Klitmøller, som har bidraget til den innovative udvikling i byen, hovedsageligt igennem *Masterplanen*. Med fokus på dette i undersøgelsen af Nors, fandt vi via de antropologiske metoder: observation og interview, at fællesskabet og organiseringen af samme, kunne styrkes. Ud fra dette, definerede vi opgavens koncept; "*Øget Fællesskab i Nors*".

Vores indgang til felten udsprang af en forforståelse af den diskursbelagte motivation; Danmarks yderområder i tilbagegang. Undervejs i processen har vi bevæget os mellem undersøgelsens enkelte dele og helheden, der mandede ud i en ny forståelse af yderområdet.

Vi har ved anvendelsen af Benedict Andersons forestillede fællesskaber, i samspil med byernes historiske fortællinger, dannet os en forståelse, for byernes kulturelle udvikling, samt en viden om relevansen - og dannelsen af et forestillet fællesskab. De historiske elementer i Klitmøller, kan også implementeres i den storytelling, som byen brander sig selv på.



Vi har anvendt forskellige innovationsteorier, for at skabe de bedste forudsætninger for at kunne analysere de innovative processer i Klitmøller, samt skabe innovation i Nors. Vi har taget udgangspunkt i design thinking for at forklare innovationsprocessen faser. For at skabe den bedste forudsætning for innovation kan man inddrage den iterative proces, hvor brugeren løbende inddrages i processen. Brugerdrevet innovation, hvor borgeren inddrages, er vigtigt for at sikre et slutprodukt, der er tilpasset borgernes behov. Derudover skaber borgerinddragelse ejerskab over projektet fra borgernes side, som er altafgørende for opretholdelsen af driften på sigt.

Empiriens omfang har i denne opgave været begrænset af felturens korte varighed. Derfor skal det understreges, at analysen i dens indhold, begrænser sig til et fåtal af interviews og observationer fra Klitmøller og Nors. Havde vi haft flere ressourcer, kunne en grundigere indsamling af empirisk materiale, have bidraget til vores analyse, og forståelse af de to bysamfund.

Derudover ville en længerevarende process kunne indebære, et tættere samarbejde med de lokale i Nors, for således, i fællesskab, at udvikle en idé, ud fra det pågældende koncept. En idé, som gennem den iterative process, efterfølgende ville kunne implementeres.

## 9. Litteraturliste

### Bøger

Andersen, Knud Holch; Poulsen, Orla; Skipper, Flemming (2002): *Thisted Købstads Historie - mellem opbrud og tilpasning Thy 1970-2000*. Thyholm, Forlaget Knakken

Anderson, Benedict (2001): *Forestillede fællesskaber - refleksioner over nationalismens oprindelse og udbredelse*. London, Roskilde Universitetsforlag

Bernard, H. Russel (2011). *Research methods in anthropology: Qualitative and quantitative approaches*. Maryland: AltaMira Press

Bindslev, Claus; Brockenhuus-Schack, Anne; Gaihede, Tine (1998): *Fra idé til projekt - håndbog i kulturprojekter*. Århus, Gyldendals Boghandel Nordisk Forlag A/S Copenhagen

Brinkmann, Svend; Kvale, Steiner (2009): *Interview- introduktion til et håndværk*. København, Hans Reitzels Forlag. 2. udg

Bærenholdt, Jørgen Ole (red); Sundbo, Jon(red) (2007): *Oplevelsesøkonomi - produktion, forbrug, kultur*. Frederiksberg, Forlaget Samfundslitteratur

Dodgson, Mark; Gann, David (2010): *Innovation - a very short introduction*. New York, Oxford University Press

Drucker, Peter F. (1985): *Innovations and entrepreneurship - practice and principles*, New York, Harper & Row Publishers

Fuglsang, Lars (Red.) (2008) *Innovation and the Creative Process - Towards Innovation with Care*, UK, (i.s).

Gadamer, Hans-Georg (2014): *Truth and method*. London, Bloomsbury Academic. 2. udg.

Graubæk, Anne-Mette (red) (2010): *Patientologi - at være patient*. Gads Forlag

Hastrup, Kirsten (Red.) (2010): *Ind i verdenen - En grundbog i antropologisk metode*, Litauen, Hans Reitzels Forlag

Karlsen, Bernt (2002): *Nors Tved - fortid og nutid*. Nors, Nors Tved Borgerforening. 2. udg.

Kelley, Tom; Jonathan Littman (2001): *The Art of Innovation*. New York, Doubleday

Kristensen, Catharina Juul; Voxted, Søren (2009): *Innovation - Medarbejder og bruger*. Viborg, Hans Reitzels Forlag.

Nors- Tved - Østervandet- Tidende. 11. årgang november - december 2015, Trykkeriet Friheden

Sundbo, Jon (1995): *Innovationsteori - tre paradigmer*. Gentofte, Jurist - og Økonomforbundets Forlag

Sunbo, Jon: (2001): *The theory of innovation - entrepreneurs, technology and strategy*. Chippenham, Edward Elgar Publishing Limited

Sundbo, Jon (2002): *Strategic Reflexivity - the driving force in the innovation process*. Antwerpen, Maklu-Uitgevers nv

Østergaard, Birte Ravn (red); Mejer, Preben et al (2010): *Innovations Antologi - 12 forskellige bud på innovation*. Viborg, Systime

Web 7: Würtz, Søren (red.) (2014) Aalborg, Aalborg universitetsforlag: [http://aauforlag.dk/UserFiles/file/Oplevelsesoekonomi\\_og\\_Innovation\\_e-bog.pdf](http://aauforlag.dk/UserFiles/file/Oplevelsesoekonomi_og_Innovation_e-bog.pdf)

### **Andet**

Buciek, Keld (Juli 2015) “*Stedets karakter - at opfange Genius loci*” Roskilde universitet

Web 3: Ivarson, Søren: “Benedict Andersons forestillede fælleskaber - Globale og lokale perspektiver på det nationale” (u.å.), Historisk tidsskrift; [http://www.historisktidsskrift.dk/pdf\\_histtid/107\\_2/509.pdf](http://www.historisktidsskrift.dk/pdf_histtid/107_2/509.pdf)

Johnson, Rasmus (2007): Cold Hawaii Masterplan (i.s): [http://issuu.com/rasmus.johnsen/docs/180209\\_ch\\_masterplan\\_rapport](http://issuu.com/rasmus.johnsen/docs/180209_ch_masterplan_rapport)

Realdania (2012): *Mulighedernes land - nye veje til udvikling i yderområder*, Cool Grey A/S

Thisted Kommune; Visit Thy (u.å.) 1: *Cold Hawaii - design & inspiration*

Thisted Kommune; Visit Thy (u.å.) 2: *Cold Hawaii - kommunikationsstrategi*

### **Internetsider**

Web 1: Kristensen, Lisa M: “FAKTA rundt om ‘Udkantsdanmark’”. Last Edit: 11. juni 2015, 12.13, <http://www.dr.dk/nyheder/politik/valg2015/fakta-rundt-om-udkantsdanmark>

Web 2: Malpas, Jeff: “Hans-Georg Gadamer” Last Edit: 7. juli 2014, <http://plato.stanford.edu/entries/gadamer/>

Web 4: Mandrup, Louise et. al.: “Cold Hawaii”, (u.å), hjemmeside: <http://www.grubler.dk/bootstrap/kapitel1.html>

Web 5: Mandrup, Louise et. al.: “Cold Hawaii”, (u.å), hjemmeside: [http://sk.nordjyske.dk/Cold\\_Hawaii/kapitel2.html](http://sk.nordjyske.dk/Cold_Hawaii/kapitel2.html)

Web 8: Nors-tved Øster vandet tidende, September - oktober 2005, 3 udgav <http://www.norsby.dk/wp-content/uploads/2014/07/2007-03.pdf>

Web 9: Nors-Tved Øster vandet tidende, Maj-Juni 2007, 3 udgav  
<http://www.norsby.dk/wp-content/uploads/2014/07/2005-01.pdf>

### **Artikler**

Web 6: Eriksen, Hallstrøm Mikael: (5. April 2013) “Når ildsjælen bliver en ressource” Information:  
[www.information.dk/456399](http://www.information.dk/456399)

Web 11: Belling, la Cour Liv:(1. Oktober 2015) “På kant(en) af Danmark” Information  
<http://www.information.dk/547135>

Web 12: Ørgård, Jørgen: (24. September, 2015) “Herover føler vi os stadig som den grimme ælling” Information: <http://www.information.dk/546282>

Web 13: Søgaard, Lise: (27. Marts, 2015) “Kan man redde Danmarks “rådne banan”?” Kristeligt Dagblad: <http://www.kristeligt-dagblad.dk/debat/kan-man-redde-danmarks-raadne-banan>

Web 10: Uden forfatter, Kommunernes Landsforening (26 Februar 2015) ““Den rådne banan” og “Udkantsdanmark” gør mere skade end gavn.”. Kommunernes landsforening.  
<http://www.kl.dk/menu/Den-radne-banan-og-Udkantsdanmark-gor-mere-skade-end-gavn-id174836/>

### **Interviewpersoner:**

Eide, Stian (2015). Klitmøller

Nielsen, Hanne (2015): Nors

Jensen, Dennis (2015). Nors

Grønkjær, Per (2015): Klitmøller

Christensen, Ole (2015): Nors

Jensen, Henrik, (2015): Thisted

Søe-Larsen, Susanne; Amby, Kristian (2015): Nors

Sand, Ole (2015):Nors

Sand, Robert (2015): Klitmøller

Cowork: Schwarz, Troels, Boesen, Bente og vennepar (2015): Klitmøller