



DEZINE er en spalte av HALVOR BODIN,
grafisk designer i SUPERLOW/OSLO COLLECTIVE
fornis.superlow.no & www.oslocollective.com
online-versjon med back-katalog publiseres på www.superlow.com/dezine
feedback: dezine@superlow.com
arbeider vist i dette nummer: * ELISABETH PEDERSEN
DEZINE-logo dette nummer: Rothenburg Decorative
foto på location, Nybrua, Fernander F. Flux
brodtekt: SCALA
musikk: THE MACHINES «Stereotypes»,
SQUAREPUSHER «Ultraviolet» & FOUR TET «Rounds»
drikke: Ajinomoto Birdy, Robusta Ice Coffee
[www.ajinomoto.com]

ELISABETH PEDERSEN er mastergradskandidat ved Arkitektthøyskolen i Oslo (AHO), Institutt For Industridesign (IFID). Masteroppgaven hennes har tittelen Eksplorativ studie av tapet, og leveres mai 2004. En delstudie i oppgaven er installasjonen «Stunt Tapetti» under Nybrua, som går over Akerselva ved Oslo legevakt.

Dezine besøkte Nybrua mens tapetseringen foregikk og lærte seg viktigheten av mønster-rapport.

Renessansen for tapet i 2004, og særlig florale, dekorative mønstre, er selsagt å surfe med stor glede på en slags halvslapp retrobølge. Norske hjem går sakte lei av bare «rene flater», T-skjortebutikken T-Room i Hegdehaugsveien har en akkurat passe tidsriktig tapetvegg og Homobaren «Som» boltrer seg i drøy tapet og matchende puter.

DZ: Slik jeg oppfatter noe av problemstillingen med ditt prosjekt så legger du grunnlag for å tenke nyskaping i forhold til tapetens prinsipielle egenskaper i nye former, nye funksjoner og nye lokasjoner. Kan du forklare om din intensjon med prosjektet?

EP: Prosjektet tar et dyddykk ned i temaet tapet for å utvikle et teoretisk og visuelt landskap. Bak et produkt, eller et hvilket som helst tema, ligger det en historie og et sett av kvaliteter og egenskaper som kan sammenstilles og sammenlignes med tverrfaglige aspekter. Samlet danner dette en idéverden hvor nye tankesett, ideer eller funksjoner kan oppstå. For å transformere tapetens tradisjonelle idéverden, har jeg etter å ha undersøkt tapetens historie, visuelle mønstre, paralleller i bybildet, samt relaterte referanseprosjekter fra kunst og arkitektur, tatt utgangspunkt i tre essensielle kvaliteter til tapet; *privat*, *temporær* og *romlig*, og satt disse inn i en komplementær logikk ved å teste tapet ut i offentlighet, permanens og objekt. Dette gjør at tapet kan spille på helt nye arenaer enn tidligere. Stuntet «Tapetti» er et ledd i utprøvingen av tapet i offentlige uterom. Det er et velkjent fenomen, i hvertfall i Norge, at befolkningsveksten øker i de større byene, mens den minker i utkanten. Denne generelle urbaniseringstrenden viser at flere og flere ønsker være på samme sted, «der det skjer», der hvor man kan møte kjente og ukjente. Dette ønsket om å eksponere seg, og bli eksponert for andres blick, smak og meninger gjør at vi bruker byen som oppholdsrom i langt større grad enn før, og at grensen mellom privat og offentlig brytes ned,

forflyttes eller endrer karakter. Tar man utgangspunkt i tapeten som et produkt som tradisjonelt sett har blitt brukt i private innerom, er det interessant å spørre seg hvordan tapeten kan bukes i en mer transparent sosial setting. Nybrua, har en deling med to ulike former som skaper et spennende rom som er avskjermet fra den ene siden, og åpent fra den andre. Rommet som dannes under broen kan assosieres med et oppholdsrom eller en stue med bjelker i taket og gamle lysarmaturer på veggene. Det skapes et avskjermet «innerom» i uterommet. I en videre forstand problematiserer stuntet forholdet mellom personlig identitet og det offentlige rom som et «fellesskapskonsept».

DZ: Da jeg besøkte tapetseringen ved Nybrua kom en relativt voksen kar med skateboard under armen bort og hadde ferska at det var noe tapetsering på gang. Han virket ikke veldig overrasket og så umiddelbart tapetveggen relatert til graffiti. Sikkert fordi han drev med graffiti selv. Han ble tydeligvis litt inspirert og lurte på om han kunne lage en «piece» på tapeten. Nå får man faktisk veldig bra graffiti-cans som har en lysektehet på over 10 år (Montana Cans). Det betyr at graffiti har et ikke-temporært aspekt. Begrepet «stuerent» dukker opp i mitt hode. Kan du si noe om tapet relatert til graffiti?

EP: Graffiti er i dag sett på som en individuell uttryksform som ikke er akseptert av myndighetene i det offentlige rom. Tapet, eller «tapetti» er en crossover mellom tapet og graffiti. På samme måte som folk forskønner husets innvendige vegger med tapet og gjør det til «sitt», tar taggerne i bruk marginaliserte offentlige rom, steder som ingen «eier». I forkant av stuntet hadde jeg to alternativer. Stunten kunne bli utført om natten i det skjulte, eller i dagslys med en offentlig tillatelse i lommen som bidro til å gi stuntet en mer akseptert form. Etter noen få dager fikk jeg klarsignal fra Samferdeseletaten. Selv om tapet i denne sammenhengen er mer temporær enn graffiti, er det interessant å se at det offentlige stiller seg positive til temporære installasjoner. Dette viser muligheten for at Akerselva kunne bli et temporært kunstgalleri som ville gitt en ny arena for uavhengige kunstnere.

DZ: Har du fått andre reaksjoner fra publikum som ferdes ved veggen?

EP: Under monteringen lørdags formiddag passerte det naturligvis mange forskjellige mennesker forbi. Mange stoppet, så seg rundt og gikk videre. Andre

spurte spørsmål og kommenterte prosjektet. «Det er bra noe gjøres her...», «så flott», «tapet?», «det vekker visse følelser», eller «byfornyelse er noe tull»... Intensjonen har selvfølgelig vært å få folk til å reagere, tenke eller stille spørsmål ved prosjektet fordi det handler om et sted som angår oss alle og som det er viktig å debattere rundt.

DZ: Jeg syns det er morsomt at tapeten med plante-motiver blir brakt tilbake til (den riktignok urbane) naturen, hvor den egentlig kommer fra. Det er iallfall en slående sammenstilling av ekte planter og planter representert som tapetmønstre. Jeg lurer på hva anda som padler forbi tapetveggen tenker? Eller duefamilien som utstråler «domestic bliss» i sitt koselige reir under broen i nærheten av tapeten?

EP: Prosjektet bidrar til Akerselva som kulturlandskap (menneskeskapt natur), og ikke et stykke ordentlig natur. Ved første øyekast kan natur virke som om det er et fristed uten regler. Ser man nærmere etter er det ikke slik. Naturen har en orden, en egen indre logikk, og det er dette som gjør den vakker, på samme måte som et offentlig rom. I dag preges ikke Akerselva av et helhetlig konsept, verken som natur, kultur eller crossover. Det er et «ikke-sted». Stuntet søker å nøste sammen fragmenter av naturmotiver, og sosiokulturelle assosiasjoner og integrere disse i et brolandskap for på denne måten å foreta en konseptuell opprydning.

Når det gjelder endene, så bor de på forskjellige steder. Langs Akerselven har de nå hatt en mulighet til å bo ganske flott... Det ville selvfølgelig være interessant å se nærmere på hvilke kriterier som gjelder når man skal lage et sted for ender, ikke bare for mennesker, og hvordan dette kunne gi videre inspirasjon til prosjektet.

DZ: Reklameflater er blant andre paralleller i byrommet du har tatt for deg i oppgaven din. Jeg har lagt merke til at i Italia så brukes fasadesegl og stillas ved oppussing av bygårder til reklameplass. Alternativt maler man en kopi av fasaden som dekkes til mens arbeidet pågår. Det gjør man ikke i Norge. Her er det grønn netting og alle syns kanskje det er stygt, men det er positivt nøytralt. Siden hele reklamebransjen «leser» Kreativt Forum kunne du kanskje si noe om reklame i byrommet?

EP: På mange måter kan byen sies å være «tapet-ert» med temporære mønstre. Funnene i bybildet kan fysisk sett sammenlignes med tapet. Duker

som dekker til en byggeplass, billboards, plakater etc. Alle sammen kan legges utenpå, og er et nytt og midlertidig lag som tilpasser seg overflaten under. Tapet er imidlertid et transdisiplinært produkt som på den ene siden er veggbekledning av eksempelvis papir og kan slikt sett sees som et objekt. På den andre siden er tapet et romlig mønster som påvirker selve rommet, dets visuelle struktur/stofflighet/materialitet, og øyets oppfatning av rommets proporsjoner. Slik kan tapet oppfattes som en integrert del av det rommet den befinner seg i. Billboards kan sees som bilder, eller objekter, som henges opp på byens vegger. De forholder seg til en «billedramme», men hvor «bildet» stadig skiftes ut og erstattes med nye. Problemet med billboards og andre løsevegne utsagn i bybildet, er kanskje at disse ikke intergreres med konteksten. Tar man derimot på seg arkitekten, landskapsarkitekten, eller byplanleggerens briller, søker man å integrere denne type elementer i en lokal kontekst, og dermed berike et reelt sted. Kan man tenke seg at reklame får en mer romlig form, at den ikke lenger er et løsevegt objekt som hovedsaklig forholder seg til en global markedsøkonomisk kontekst? Stunten kan sees som en form for reklame ettersom jeg stiller ut en spesifikk tapet (produkt), som folk kan bli inspirert til å ta i bruk andre steder. Forskjellen ligger i at produktets navn og pris ikke er i fokus, men snarere som en bieffekt i en installasjon eller en opplevelse.

DZ: Har du tapet hjemme?

EP: Må innrømme at jeg ikke har kastet meg over den store tapetbølgen, og hjemme er det fortsatt overmalt tapet i lyse farger. Men jeg har selvfølgelig utallige tapetprøver liggende rundt som inspirasjon til oppgaven...

DZ: Hva er dine favorittsko og hva hadde du på deg under tapetseringen?

EP: Favoritten er et par nyinnkjøpte sommersko med tegneseriemønster. Fargene er i pasteller og hver sko er forskjellig. Under tapetseringen vekslet jeg mellom joggesko, fjellsko og til slutt et par lånte høyvannsstøvler for dokumentasjonsfotografering ved siden av tapettien ute i vannet.

RELATERTE LINKER:
www.aha.no
www.montana-cans.com

