

Jens Nielsen: Events i den danske oplevelsesøkonomi – den kollektive brusen. Imagine 2008 (320 sider). ISBN 9788770710046.

Bogen er tredje bind i Copenhagen Business School/Tuborgfondets serie på foreløbig 9 planlagte bind om sammenhænge mellem erhvervsøkonomi, samfundsøkonomi og kulturpolitik i Danmark i begyndelsen af det 21. århundrede. 'Oplevelsesøkonomi' ser ud til at være nutidens udvidelse af 80'ernes og 90'ernes 'kulturøkonomi'. Bindet skitserer en lang række analyseredskaber, og der gives løbende empiriske eksempler, som udbygges med en nærmere analyse af to rimeligt forskelligartede eksempler: det halvoftentlige Århus Festuge og det private eventbureau The Competence Company og samlede erfaringer især fra europæiske kulturhovedsteder. Bogen slutter med en god skitsering af en række udviklingsstrategier og et Executive Summary på dansk, der efterfølges af en meget righoldig litteraturliste.

Events i den danske oplevelsesøkonomi rummer ikke nogen tydelig definition af 'oplevelsesøkonomi', men måske underforstår man serieredaktørerne Trine Bille & Mark Lorenzens definition fra bind 1, *Den danske oplevelsesøkonomi – afgrænsning, økonomisk betydning og vækstmuligheder: Oplevelsesøkonomi = Markedsverdien af oplevelser eller kommercialisering af oplevelser – enten i form af "rene" oplevelsesprodukter/ydelser eller af blanding produkter, hvori oplevelseslementer kobles til funktionalitet eller andet produktindhold* (s. 175). Bind 3 gør til gengæld en del ud af at definere og nuancere 'event'-begrebet. Den idealistiske forståelse lyder således: *En event er en enkeltstående eller periodisk tilbagevendende begivenhed, der er*

planlagt og gennemført individuelt med henblik på overværelse og/eller deltagelse af en målgruppe og med det formål ved hjælp af symbolske udtryk og handlinger og under kollektiv brusen at bringe denne målgruppe en målrettet oplevelse af ny indsigt, bekræftelse og transformation (s. 77).

Derefter præsenteres forskellige, aktuelle typindelinger af events via (Silvers 2004a), Shone & Parry (2004) og Bowdin mfl. (2006), som så igen inddeles i tre størrelser med eksempler: snævre, bredere og bredeste forstand.

Til gengæld følges beklagelsen fra bind 1 op: Der mangler ordentlige økonomiske og statistiske oversigter over, hvilke aktiviteter, erhverv og brancher, der indgår og med hvilken vægt i det svært håndterbare fænomen, 'oplevelsesøkonomi' og det lidt diffuse men dog mindre begreb, 'event'. Det gør det ret vanskeligt at sige noget sikkert om event-andelen af oplevelsesøkonomien. Men der er jo så meget andet at sige om events, som det ses af bogen.

Her vil jeg indskyde, at problemet med 'event' er, at det strengt taget kan betyde alt fra en lille, tilfældig hændelse til en unikt iscenesat megabegivenhed (special event) for forskellige mennesker. Og uanset, hvor stor eller lille en event viser sig at blive, så forsøger markedskrigerne at spænde potentielle modtageres forventning lidt mere end sædvanligt. Det samme gælder 'oplevelse', hvor køberen helst skal have indtryk af at have modtaget en særlig gave, en usædvanlig gunstbevisning, selvom man ofte selv har betalt lidt eller meget ekstra for at få lejlighed til at suggerere sig selv til at have oplevet noget særligt. Under oplevelsesøkonomiens mentale herredømme stiller mange kunder til mange forskellige materielle eller immaterielle produkter efterhånden krav til, at snart sagt alt skal resultere i særlige ople-

velser. Man vil have mere for pengene og kortere og kortere mellem de ekstraordinære fornemmelser. Det kan i længden direkte modvirke oplevelsen af 'den store brusen', for den bliver sjældnere og sjældnere – i nogle tilfælde så sjældent, at man knap opdager den, når den endelig indfinder sig, fordi man er sløvet ned af jagten på det særlige i alting.

Man kan selvfølgelig godt reklamere med en kommende event, men efter min mening kan man først tale om det faktisk også blev en særlig begivenhed bagefter. Jeg opererer med tre typer events: actual, artificial og absent. Eller faktisk, falsk og fraværende (Andreasen: *Multiple Stages* 2007). Hvor er det gode gamle ord, pseudobegivenhed, blevet af i disse hyper-oplevelsesøkonomiske tider? Der økonomiseres i hvert fald ikke ret meget med superlativerne generelt set. Jens Nielsen har dog heldigvis også et afsnit om mulige, negative sider ved og reaktioner på events (kap. 8). De kan forføre, forfladige, fremmedgøre, belaste miljøet og være økonomisk og oplevelsesmæssigt uforudsigelige på en negativ måde fx.

I bogens mest interessante kapitel inddrages Durkheims sekulære, ikke-metafysiske brug af ritualbegrebet fra 1912 som et idémæssigt grundlag for eventforståelsen. Herfra henter Jens Nielsen også begrebet om 'den kollektive brusen' (offervescence), som karakteriserer den altopslugende oplevelse, en særlig begivenhed kan hensætte deltagerne i. Og i forlængelse af Durkheim inddrages Victor Turners ritualteori, hvor der bl.a. skelnes mellem offerriter, overgangsriter, commemorative riter samt katastroferiter og de strukturer, der kendetegner deres forløb. Og forskellige former for forvandling af individet og kollektivet, som kan finde sted i løbet af sådan et oplevelsesforløb. Ideelt set er der tale om, at deltagerne kommer i en afgørende overgangssitu-

ation, en liminal situation, der ændrer deres og andres opfattelse af dem, når de er kommet ud på den anden side af denne prøve eller krise. En liminal oplevelse griber dybt ind i samfundslivet. Men her kunne en inddragelse af Turners *From Ritual to Theatre* (1982) nok have været en gavnlig moderator på den optimistiske analyse af nutidige festivaler, sportsarrangementer, virksomheds-events, familiebegivenheder o.m.a. Turner skelner nemlig her mellem 'liminal' og 'liminoid' trods en række fællestræk. Det første er "for real" og det andet "ligner bare". Det første karakteriserer især traditionelle, førmoderne civilisationer, hvor ritualer havde en fundamental samfunds betydning. Det andet karakteriserer en lang række oplevelser i det moderne samfund, hvor ritualer oftest skal forstås i overført betydning. Det kunne måske være en medvirkende forklaring på, hvorfor "den kollektive brusen" så ofte udebliver idag. Der er måske for mange arrangerede situationer, og de fleste er ikke særlig afgørende eller transformerende, når det kommer til stykket. Så det er egentlig ikke så let at sammenligne en række aktuelle hændelser med egentlig liminale hændelser og oplevelser, som det sker i bind 3. Der kan være strukturelle ligheder, og oplevelser af særlig opløftende art kan ikke udelukkes, men mange af eksemplerne må regnes for liminoide eller mindre end det.

Perspektiver med den kollektive brusen følges også kun sporadisk op i løbet af bogen, selvom der i kap. 6 argumenteres for et genritualiseringsbehov i et senmoderne samfund. Bogens hovedformål er at få overblik over en omfattende empiri og metoder til at bearbejde denne, og ritualaspektet er således mere underordnet end undertitlen antyder, men det er ok.

Til gengæld kunne de illustrerende figurer

godt være anbragt bedre ifht læserytmen. De fleste kommer enten for sent eller for tidligt ifht brodttekstens udsagn. Og et index til bogens omfattende materiale kunne også have været ønskeligt. Aggregeret, monopsoni og enkelte andre fagudtryk burde nok også have været defineret for ikke-fagfolk. Og i den absolutte petitessekategori kunne man nævne, at Pine og Gilmore stod i denne rækkefølge på Experience Economy, men de har byttet plads i *Authenticity* uden at bind 3 er blevet opmærksom på dette.

Alt i alt kunne *Events i den danske oplevelsesøkonomi* - på trods af de særligt inspirerende afsnit om ritualteori og udviklingsstrategier - nok være komprimeret noget. Selvom dens empiriske oplysninger og teorigrundlag er inspirerende, bliver det både for meget og for lidt. Antallet af empiriske eksempler er lidt overvældende, og teoriene og anvendelsen af dem er til tider for sparsomme til at "den store brusen" holder hele vejen. Men det bliver spændende at se, hvor meget de efterfølgende eller sideløbende bind om film, museer, mode, teater o.a. uddyber 'event' indenfor deres specifikke felt. Jens Nielsen har i hvert fald lagt en bred vifte af analyseredskaber ud til fri afbenyttelse.

Lektor John Andreasen,
Afdeling for Dramaturgi, Aarhus Universitet.
John Andreasen underviser bl.a. i kulturpolitik.

Adresse: Aarhus Universitet,
Afdeling for Dramaturgi, Langelandsgade 139,
8000 Århus C, Danmark.
E-mail: dr@ja@hum.au.dk.

Anthony Jackson & Jenny Kidd: *Performance, Learning & Heritage*. Report November 2008. Centre for Applied Theatre Research, University of Manchester, UK. (141 sider plus appendix på 58 sider.)

Rapporten findes i tre størrelser og flere medier: 1) *Executive Summary* på 19 sider, hvor metoder, cases, hovedsynsvinkler og centrale analyseresultater suppleres med en generel tjekliste til folk, der måtte ønske at inddrage teater i museumsformidling, 2) ovennævnte rapportversion, som skal omtales nærmere nedenfor og 3) en CD-ROM-version med DVD med klip fra de konkrete analyseeksempler samt den afsluttende conferences keynotes i uddrag. Sidstnævnte version kan købes. De to andre kan læses eller downloades fra www.plh.manchester.ac.uk/, hvor man også kan få adgang til en database med omfattende materiale fra projektet.

PLH-projektet var et samarbejde mellem The Centre for Applied Theatre Research og Centre for Museology ved University of Manchester og strakte sig over tre år fra 2005 til 2008 og blev finansieret af The Arts & Humanities Research Council - et relativt langt projekt. I dette tidsrum besøgte forskerne en lang række museer og historiske centre især i Storbritannien men også i en række andre lande. Man valgte især at fokusere på og sammenligne fire forskelligartede lokaliteter: 1) National Maritime Museum i Greenwich (Trafalgar Voices), 2) Llancaiach Fawr House i South Wales (household 1645), 3) Herbert Art Gallery and Museum i Coventry (Irving Pollard, The Clown) og 4) The Manchester Museum (Slavery). Fokus var dels på udvalgte skoleklasser, der blev samarbejdet med fra før