

Busy busy Oslo

Tekst av Maria Tjader-Knight (*Taide & Design*), oversatt av Liv Aure Olli (*Norges ambassade, Helsingfors*)

Det summer i Oslo. Gatene i sentrum i den kosmopolitiske byen preges av bygningsarbeid på alle gatehjørner, et resultat av den økonomiske nedgangstiden. Her bygger de en vakrere framtid.

Også turiststedene på vestkysten av Norge bygges om, man vil gjøre det enklere å nærme seg den overveldende naturen med hjelp av design og arkitektur. Prosjektet *Detour*, ledet av Norges samferdselsdepartement, startet allerede i 1994 med et grundig utredningsarbeid. Byggearbeidet begynte i 2005 og det er planlagt at de atten punktene på ruten skal være ferdige senest 2015. Allerede nå kan vi beundre rasteplassen og minnesmerket over hekseforfølgelsene i **Varanger** ved Ishavet, hvor **Louise Bourgeois** var med på planleggingen i tillegg til norske arkitekter; den utrolig spartanske betongtrappen over havet på klippestranden i **Hellågan** vest for **Mo i Rana** og utsiktsplattformen ved **Geirangerfjorden**.

I Oslo er det nye operahuset ved fjorden ferdigbygget. Det er tegnet av arkitektkontoret **Snøhetta** og ble innviet våren 2008. Taket på operahuset er blitt ett av de mest populære utsiktsstedene i Oslo; rundt regnet har over en million mennesker klatret opp på taket. Akkurat nå er det arkitekturen til **Munch**-museet som planlegges ved siden av operaen som opptar Oslos innbyggere, og bekymringen over at det nye bygget kan stenge for den fine utsikten.

I Oslo er det masse ung energi, man kan tydelig merke en virkelig boom av nye design- og arkitektkontor. Design-filosofier og -konsepter blir skapt og markedsført med entusiasme. De avspeiler seg i statlige program og mekanismer, at lokal håndverkskunnskap og produksjon utnyttes og videreføres, og i de ressursene som er til disposisjon.

Men hva er det særegne i norsk design? Hva kjenner du norsk design på? Alle har mye å si om dette og uttalelsene resonerer, transponerer fra en kjerne som er vanskelig å definere. Kulde, mørke, historie og naturelement, økologi, bærekraft og lekenhet; her og nå, det som skal bli hånd i hånd med det som har vært – intrigen begynner å bli klarere. Hygge er ikke lenger nok, nå skal verden erobres. Og nordmennene har strålende forutsetninger for å erobre verden med hjelp av design.