

Kulturens roll i en föränderlig värld

Den 16-17 april deltog vi i konferensen "Kulturens roll i en föränderlig värld", anordnad av Teknologisk Institut. Deltagarna bestod främst av aktörer från den offentliga sektorn, så som kommuner, kulturförvaltningar och kulturskolor runt om i landet, men även av en och annan privat aktör. Konferensen bjöd på ett smörgåsbord av tidsaktuella frågor gällande kulturens olika sammanhang och några av de områden som lyftes fram var kulturens vikt för barn och unga, integration och segregation samt samhällsplanering och tillväxt.

Nedan delar vi med oss av några av de för oss mest relevanta och intressanta sakerna att ta med sig från de två dagarna.



Bildkälla: Tillbyggnad till Landskrona teater (2011) Wilhelmsson Arkitekter AB

ATT BYGGA VARUMÄRKE OCH IDENTITET MED HJÄLP AV KULTUREN

Sarah Bragée på Tyréns har varit med och tagit fram rapporten "Stadstrender", i vilken drivkrafterna och framgångsfaktorerna bakom nutidens och framtidens städer har kartlagts. Hon berättade bland annat att en av de starkast pågående trenderna just nu är urbaniseringen och att städer runt om i världen allt eftersom denna pågår blir allt mer lika varandra. Därför blir det också allt viktigare att som stad skapa sig en tydlig identitet för att sticka ut och attrahera invånare och besökare, och kulturen har i detta arbete stora möjligheter att bidra.

De tio städer som ligger till underlag för rapporten (Hong Kong, Istanbul, London, New York, San Francisco, São Paulo, Shanghai, Sydney, Tokyo och Toronto) tillfrågades bland annat om hur de arbetar för att uppnå deras så kallade "drömmars stad" och bland svaren framkom fyra tydliga områden som de alla fokuserar på: mångfald, hållbar utveckling, samverkan och själ.

Mångfald syftar till att ha "enkel tillgång till allt", och ett exempel på en stad som tydligt arbetar med och står för mångfald i den bemärkelsen är New York. *"New York does not thrive on being beautiful, but on being impressive and offering something to everyone."* – Elizabeth Currid, docent och författare. Givetvis spelar kulturen en viktig roll i att skapa och erbjuda en sådan mångfald.

Kulturen gör sig även gällande inom samverkan, vilket i det här sammanhanget simpelt uttryckt står för utbyte, och här lyfte Sarah bland annat frågan om huruvida man strävar efter en

eller flera vinnare i ett samhälle, inte minst när det gäller samarbeten mellan kulturen, näringslivet och det offentliga.

Själ är ytterligare en aspekt för vilken kulturen utgör en betydande faktor. Sarah poängterade att alla städer inte nödvändigtvis har en image men att alla platser ändå har en själ, vilken man inte borde sträva efter att sälja men gott och väl marknadsföra och förstärka, exempelvis med hjälp av kulturen. IPI-modellen är ett bland många verktyg som kan vara behjälpliga i detta avseende. Modellen illustrerar hur man berättar om sin plats både genom dess image, profil och identitet, alltså både genom det som andra tror om platsen, vad platsen säger sig vara och vad platsen faktiskt är. Dessa tre delar behöver inte alltid sammanfalla, men i den lilla triangel där delarna faktiskt möts är vart en plats riktiga själ kan sägas existera. Cultural Planning är ett annat verktyg och arbetssätt som kan användas för att kartlägga en plats kulturella resurser och ta vara på dess själ, och under konferensen gavs en specifik genomgång av verktyget.

Att platser har en tydlig image är viktigt även för svenska invånares stolthet över sin ort. Tyréns har i studien valt att kalla detta för "city soul", och någonting som påverkar upplevelsen av denna "city soul" är bland annat lokal kultur och historia. Andra aspekter som spelar in är den naturliga och byggda miljön, livsstil och värderingar samt sinnesförmåor (t.ex. kexdoft i **Kungälv**). Stolthet är i sin tur också en av de starkast drivande faktorerna när det kommer till hur nöjda svenska invånare är med en plats överlag.

Sarah lyfte även fram tre explicita exempel på hur svenska kommuner och orter har arbetat för att försöka förstärka platsers själ. I **Ullånger**, enligt Wikipedia "en tätort tillika kyrkby i Kramfors kommun", tog man tillvara på att alla som passerar orten via E4:an lägger märke till en jättelik galge som sticker upp ifrån en tidigare klädbutik. Med hjälp av Cultural Planning skapades således en Generationernas park med så kallat "galgtema", och därigenom skapade man sig också en tydligare identitet utifrån det som invånarna faktiskt förknippade med orten. Ett annat exempel är **Motala** som har närheten till vattnet som en del av sin slogan, men där vattnet i nuläget inte kan ses ifrån stora delar av staden. Att länka samman Motalas torg med vattnet i större utsträckning än idag skulle därför kunna stärka platsens själ. Sist men inte minst gjorde man i **Eskilstuna** en insats för att med hjälp av medborgarnas åsikter få det ödelagda, förfallna och något skrämmande Fristadstorget att istället bli en plats som invånarna idag kan vara stolta över.



SAMVERKAN SAMT KULTURELLA OCH KREATIVA NÄRINGAR

Heidi Trakowski, en kulturstrateg som vi på Kultur & Näringsliv ibland arbetar med, var också på plats under konferensen för att tala om samverkan över gränserna som en nyckel till framgång. Att samverka över gränserna kan för kulturens del innebära att man exempelvis samverkar mellan olika kommuner, mellan olika projekt eller, förstås, med näringslivet. Heidi pratade bland annat om vilka gränser vi idag sätter för kreativitet och hur de kan hävas med hjälp av att samverka med kulturen. Exempelvis har hon hållit i seminarier där upplevelseindustrin har fått samarbeta med den traditionella industrin och sett vilka intressanta idéer som kan födas i dessa möten. Även de kulturella och kreativa näringarna (KKN) kan ses som exempel på där samverkan på liknande sätt leder till stor nytta för flera parter. De kulturella och kreativa näringarna har bland annat visat sig kunna bidra till innovation även inom andra sektorer, varpå, vilket **Peter Rundkvist**, utvecklingsledare inom **Utveckling Nordost**, berättade,

det offentliga gärna samverkar med KKN genom att exempelvis skapa så kallade kreativa zoner där KKN-verksamheter subventionerat kan få etablera sig för att där skapa ytterligare möten och innovation.

En intressant parentes i samband med detta är också någonting som **Eva Bergquist**, Kulturförvaltningschef för **Stockholms Läns Landsting**, i sitt föredrag under konferensen nämnde, nämligen att en förutsättning för KKN är kulturinstitutioner och kulturskolor.

Peter pratade vidare om kulturens olika spridningseffekter och om hur kulturen skapar nya modeller för entreprenörskap, exempelvis genom att musik och konst används allt mer inom spel vilket således ger jobb till många fler sektorer än bara spelindustrin.

BARN OCH UNGA

Barn och unga som en speciellt attraktiv grupp i kultursammanhang, både att nå ut till och att engagera som deltagare, nämndes åtskilliga gånger under konferensen. På plats för att prata om barn och unga specifikt var bland annat **Myndigheten för ungdoms och civilsamhällsfrågor** (MUCF) och **Fritidsforum**. MUCF har under 2014 genomfört en undersökning bland annat om ungdomars olika förutsättningar att delta i kulturengagemang och vad de efterfrågar, och rapporten om detta går att ta del av via länken nedan. Fritidsforum är en organisation som uppmuntrar och stöttar ungdomar som driver föreningsverksamhet, bland vilka många ägnar sig åt kulturella aktiviteter.

Kulturförvaltningschefen för **Gislaveds kommun**, **Magnus Jonsson**, som huvudsakligen var på plats för att berätta om hur kommunen har arbetat med medborgardialog som ett sätt att engagera invånarna i olika kulturprojekt, nämnde apropå barn och unga det faktum att man ofta konstaterar att barn och unga inte är särskilt aktiva i kulturlivet, men att man kanske borde fundera på vilket kulturliv man menar när man säger så. "Barn och unga är inte aktiva i kulturlivet... eller åtminstone inte i mitt kulturliv. Men kanske i sitt?" En intressant tanke om på vilka villkor vi försöker engagera barn och unga i kulturen.

I höst kommer konferensen att anordnas på nytt och våra medlemmar erbjuds ett reducerat pris att delta. Vi rekommenderar konferensen främst till er bland våra medlemmar som arbetar inom det offentliga men även till er som är allmänt intresserade av hur kulturen kan användas inom olika sammanhang.

TEKNOLOGISK INSTITUT SVERIGE ÄR ETT MARKNADSORIENTERAT KUNSKAPSFÖRETAG SOM FORTBILDAR YRKESVERKSAMMA INOM NÄRINGS- OCH OFFENTLIG SEKTOR. FÖRETAGET ÄGS AV EN DANSK ALLMÄNNYTTIG STIFTELSE, VILKET FÖRKLARAR AVSAKNADEN AV ETT "T" EFTER TEKNOLOGISK.

MUCF:s rapport om ungdomars fritidsvanor:
<http://www.mucf.se/publikationer/fokus-14-om-ungas-fritid-och-organisering>