

KUNST / KULTUR / FORMIDLING / PUBLIKUM / EUROPÆISKE PERSPEKTIVER

CONNECTING AUDIENCES

DANMARK

LYT TIL DIT PUBLIKUM!
PERSPEKTIVER PÅ UDVIKLING AF
NYE RELATIONER OG FORMATER

NUMMER 5
NOVEMBER 2021



MØD DIREKTØREN

CONNECTING AUDIENCES

DANMARK på podcast 

Find os på



Spotify®



eller på vores hjemmeside



LEDER

KUNSTEN AT LYTTE

Astrid Aspegren

Redaktør

aa@cki.dk



At lytte til sit publikum handler ikke kun om indsamling og brug af data. Selvom vi bestemt skal blive bedre til systematisk indsamling af data, og analyse af de mønstre, dataen skildrer, så skal vi huske, at data kun fortæller en del af sandheden. At lytte til sit publikum handler om meget mere end at få oplysninger om brugeren, det handler om at skabe relationer og forstå de mennesker, der kommer - eller ikke kommer - ind ad døren for at kunne samskabe relevant indhold og for at være forankret i det samfund, man er en del af.

Dette nummer af Connecting Audiences Danmark fortæller historier om forskellige typer af institutioner og organisationer, der hver især arbejder for at udvikle sig i samhørighed med de mennesker, de er til for og de værdier, de står for. Vi fortæller her bl.a. om hvordan en bekendelse til tal kan forbedre et museums relevans for flere mennesker og udfordre det traditionelle billede af hvad et museum skal være for et sted; hvordan et omrejsende teater skaber teatermagi i hverdagen gennem dialog og nærvær; refleksioner om fremtidens kulturelle netværk i Europa; en brugerundersøgelse om digital adfærd under corona pandemien, der måske kan inspirere til nye online formater og et teaters arbejde med at producere teater, der er relevant for flere forskellige mennesker.

Og så skal vi huske, at det at lytte og forstå kræver empati; en disciplin Karleen Gardner ved en masse om. Hun har blandt andet stiftet The Empathy Center på Minneapolis Institute of Art, og hun er med os *From Minneapolis With Love*.

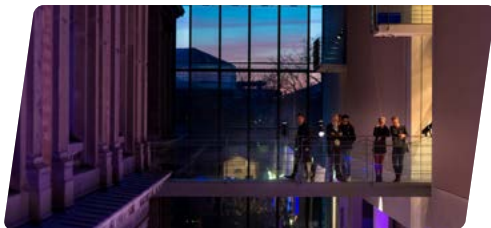
Desuden vil jeg gerne henlede din opmærksomhed på ressourc siderne, som er bagerst i magasinet. Hvis du vil have inspiration og konkrete metoder til design thinking, brugerinddragelse og empati, så er her masser hjælp at hente.

For mange er det at gå i så tæt dialog med sit publikum en ny måde at arbejde på, der forandrer mange ting i og omkring institutionen, ligesom det udfordrer magtrelationer og perspektiver, men som disse artikler fortæller, så er det en smuk udvikling, hvor det at lytte til publikum får nye relationer og formater til at blomstre.

God fornøjelse, og tak fordi du læser med. ■

INDHOLD

6



EN BEKENDELSE TIL TAL

Berit Anne Larsen

Mette Houlberg Rung

20



JAGTEN PÅ TEATERMAGI I EN TRAVL HVERDAG

Kristian Bach Petersen

30



HVEM ER TEATER EGENTLIG TIL FOR?

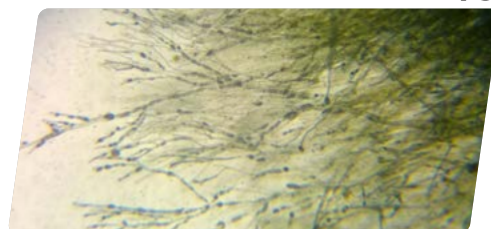
Ravi Jain

39



MØD DIREKTØREN. ET BIBLIOTEK ER KUN NOGET I KRAFT AF DE MENNESKER, DER BRUGER DET
Marie Østergaard

15



NYTÆNKNING AF FREMTIDENS NETVÆRK

Natalie Giorgadze

25



TILBAGE TIL FREMTIDEN

Adrianna Sójkowska

35



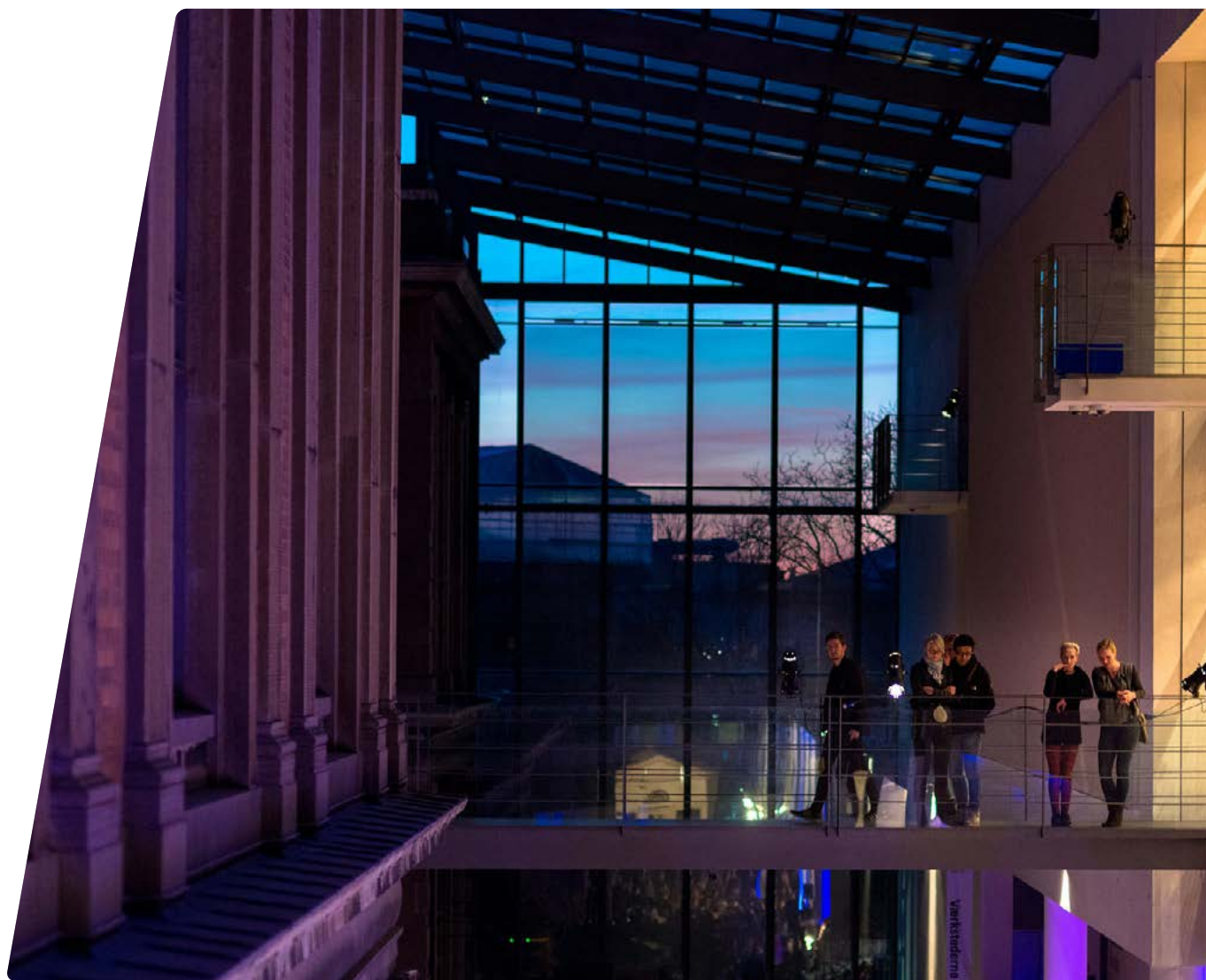
FROM MINNEAPOLIS WITH LOVE

Karleen Gardner

Ressourcer & referencer 50

CKI Team 55

Den internationale redaktion 56



EN BEKENDELSE TIL TAL



Berit Anne Larsen

*Formidlings- og
udstillingschef*

STATENS MUSEUM
FOR KUNST



Mette Houlberg Rung

Kunstformidler og forsker

STATENS MUSEUM
FOR KUNST

Statens Museum for Kunst (SMK) har udviklet en ny måde at arbejde på. Data er blevet en fast samtalepartner, som informerer og danner grundlag for en ny forståelse for dem der kommer og ikke kommer på museum, og hvad museet egentlig er for et sted. Det har katapulteret SMK helt frem i frontlinjen af publikumsudvikling i Danmark. I denne samtale deler Mette Houlberg Rung og Berit Anne Larsen refleksioner om processen og et svar på hvorfor strategisk arbejde med data er så værdifuldt.

Mette: Siden 2009 har der foregået to overordnede initiativer i forhold til dataindsamling omkring brugere på SMK. Den første er den store nationale brugerundersøgelse, som startede i 2009, og som har kørt mere eller mindre hvert år siden. Det er dataindsamling, der går på folks overordnede oplevelse af museet, hvad de synes, hvor lang tid de er her, hvor de kommer fra osv. Den data er værdifuld for os, fordi den giver os et overblik. Det er nogle tal, hvor vi får nogle tilbagemeldinger omkring kvalitet og tilfredshed, og som udmønter sig i konkrete projekter, der forbedrer kvaliteten. Det er også tal vi bruger i mere strategiske sammenhænge, hvor vi gør brug af nøgletal, som vi prøver på at udvikle os efter.

Vi har også lavet kvalitative og kvantitative undersøgelser af vores udstillinger siden 2009, så vi begynder at have et stort datagrundlag. Når man sidder i programrådet og skal beslutte hvilke udstillinger, der skal planlægges, så har man nu et helt afgørende materiale at trække på: Hvad sker der, når man laver store brede temaudstillinger, hvad er udfordringerne, hvordan går det i forhold til forskellige slags publikummer, hvilken formidling var der, og hvordan var tilfredsheden? Data bliver en samtalepartner, som man kan vælge at lytte til eller lade være. Den ligger der som nogle gode pejlemærker. Det er en måde at træffe beslutninger på, som er mere informeret.

Vi har den udfordring, som rigtig mange kunstmuseer har, at ca. halvdelen af vores gæster tilhører de 8-9% af den danske befolkning, der har en lang videregående uddannelse. Det er et helt klassisk problem som kunstmuseer har haft lige siden 1969, hvor blev det påvist første gang af Bourdieu i hans Love of Art, at der er en sammenhæng mellem dit uddannelsesniveau og dit forhold til kunst. Det bakser vi stadig med. Det er vi slet ikke det eneste kunstmuseum, der gør, men ikke desto mindre er det noget, vi tager rigtig alvorligt. Et af de nøgletal, vi afrapporterer i vores rammeaftale, er vores publikums uddannelsesniveau. Vi holder øje med, at dem med korte og mellemlange uddannelse skal fylde mere og mere i vores statistikker. Det er ikke fordi, vi ikke skal være for de højtuddannede, men det er vigtigt for os, at vi ikke helt naturligt udelukker en kæmpe del af den danske befolkning med vores museum. Det skal selvfølgelig være for alle.

DATA BLIVER EN SAMTALEPARTNER, SOM MAN KAN VÆLGE AT LYTTE TIL ELLER LADE VÆRE. DET ER EN MÅDE AT TRÆFFE BESLUTNINGER PÅ, SOM ER MERE INFORMERET.

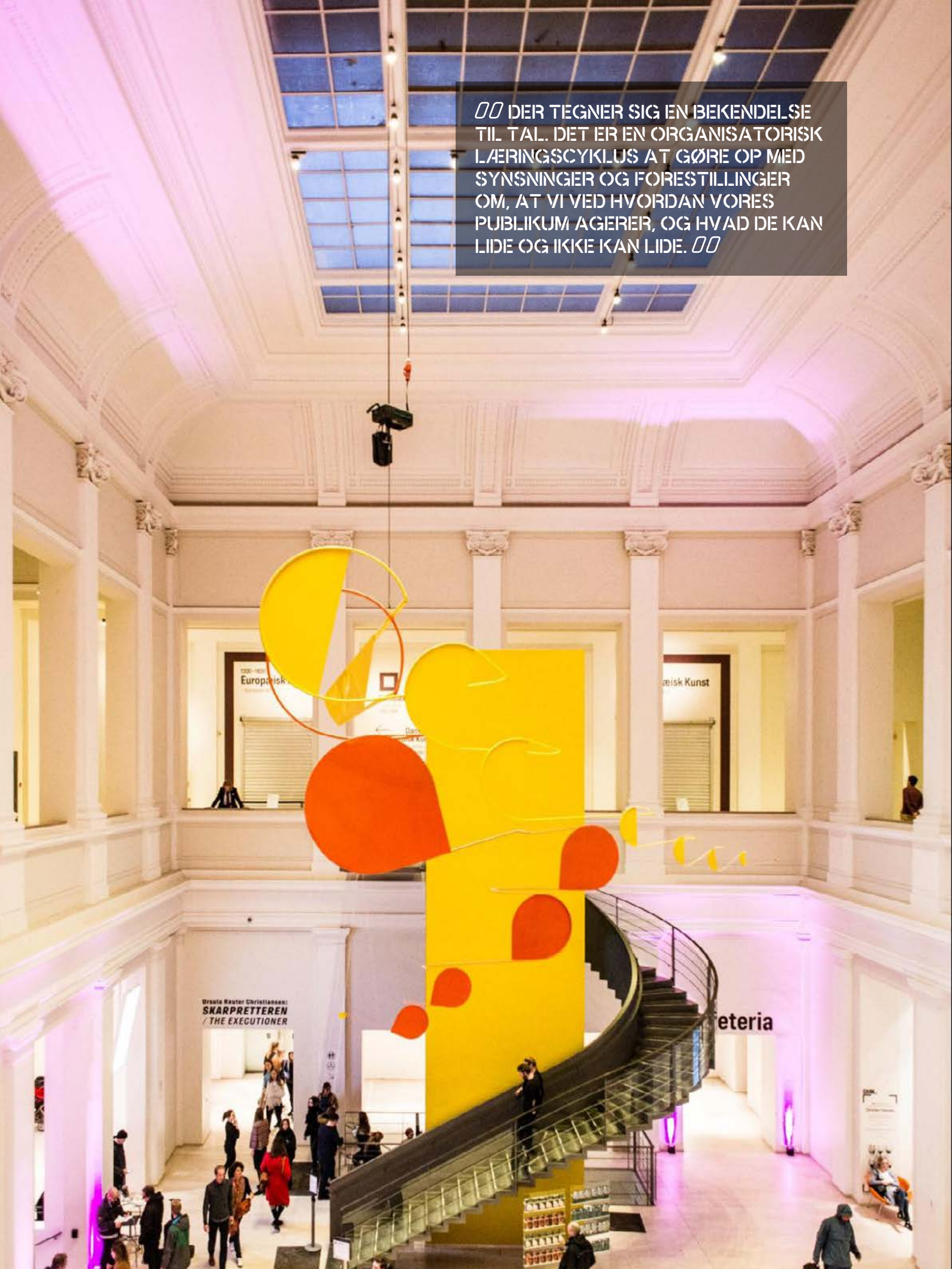
Pagten med publikum

Berit: Der tegner sig en bekendelse til tal. Det er en organisatorisk læringscyklus at gøre op med synsninger og forestillinger om, at vi ved hvordan vores publikum agerer, og hvad de kan lide og ikke kan lide. Det tager vi for givet ud fra et billede, som er konfigureret for 20 år siden.

Når vi har indstiftet et programråd, så er det i høj grad for at indstifte en forandring i programlægningen på SMK. Det er et mere oplyst grundlag at vurdere vores strategiske indsats ud fra. Det betyder, at det nu er en meget erkendt udfordring - ikke kun for vores kolleger i formidlingsafdelingen - men for den samlede organisation. Det er selvfølgelig for at sikre en bedre indkomst til museet og kunne lave federe udstillinger og de ting, vi forventes at gøre, men det er også fordi vi som SMK har og gerne vil have en rolle, der handler om den politiske offentlighed, vi taler ind i, og hvad det er for nogle sammenhænge, der kan være mellem mennesker både i Danmark og ud over nationens grænser. Hvordan kan vi gøre os til et mødested med kunsten og kunstoplevelser som mellemkomst? For ti år siden var SMKs hoved-DNA vores forskning. Nu informerer forskningen konceptlægningen på lige fod med vores dataindsamling. Hvilke brugere vil vi gerne nå? Hvordan vil vi gøre det? Hvad er det egentlig for nogle oplevelser, de har herinde? Hvad vil det sige, at det er en helhedsoplevelse? Det kan godt være, der er et helt fantastisk katalog, men hvis man føler sig fremmed eller gjort lille, når man træder ind, så når man ikke frem til den oplevelse. Det er ikke nogen hemmelighed, at vi står i en tærskelzone. Vi er på vej hen i et nyt billede, som ikke er konfigureret endnu. Programrådet er for mig at se en slags mini-offentlighed, hvor man tidligere end man gjorde for 10 år siden kan bekende sig til en modtager. Programlægningen bliver informeret af data eller konkrete mennesker, du møder, som bliver kritiske venner, om man vil. Det at skulle bekende sig til en modtager meget tidligt, manifesterer sig i den måde, man indgår pagten med publikum sidenhen. Det kan også være meget konkret. Det kan være, når der sidder en udstillingsgruppe, der fremlægger, at de gerne vil lave en booklet til alle, så kan man gå ind og sige, jamen der var alt for få, der brugte den, da vi lavede det på den forrige udstilling.

OO DET AT SKULLE BEKENDE SIG
TIL EN MODTAGER MEGET TIDLIGT,
MANIFESTERER SIG I DEN MÅDE,
MAN INDGÅR PAGTEN MED
PUBLIKUM SIDENHEN. OO

00 DER TEGNER SIG EN BEKENDELSE
TIL TAL. DET ER EN ORGANISATORISK
LÆRINGSCYKLUS AT GØRE OP MED
SYNSNINGER OG FORESTILLINGER
OM, AT VI VED HVORDAN VORES
PUBLIKUM AGERER, OG HVAD DE KAN
LIDE OG IKKE KAN LIDE. 00



Det handler ikke kun om besøgstal

Mette: Fra vi begyndte at samle data ind i 2009, gik der en årrække, hvor folk ikke var særligt interesserede i de her tal. Så kom der en periode, hvor folk måske var interesserede, men det var svært at skabe handling. Nu er data kommet så meget ind i organisationen, at den er blevet nødvendig, og der er en efterspørgsel, men man skal finde en god måde, for data er kun en del af sandheden. Man skal hele tiden være opmærksom på, at man ikke bliver slave af de tal, man selv producerer. Man skal også bruge dem fornuftigt og reflektivt og også lade alle mulige andre ting informere beslutninger.

Berit: Det betyder også noget, at det er skrevet ind i vores rammeaftale. Alle ledere i huset skal lægge hånden på kogepladen, og det er en god påmindelse om, at det ikke bare handler om, om man har et godt besøgstal eller ej, men at det er differentieret på hvilke måltal vi gerne vil måles på.

Mette: Når vi laver udstillingskoncepter, definerer vi både målgrupper, succeskriterier, og mål med udstillingen. I vores exit undersøgelse måler vi de ting, vi skrev ned i konceptet. Det har været en vigtig måde at få tingene til at hænge sammen, så vi måler på det, vi gerne har villet og ser om det er lykkedes.

Berit: Nu hvor vi er ved at formulere arbejdet for den næste rammeaftale for de næste 4 år, overvejer vi, om vi skal lægge 'At nå flere forskellige' helt i forgrunden af strategien og dermed måle på det. Vi har sat vores strategiske opmærksomhed på at nå flere. Nu skal vi give os en udfordring og bekendes os til noget, som har en reel urgency, som er en reel samfundsudfordring, hvis vi gerne vil agere som samfundsaktør: Hvad det er for en polarisering vi ser socialt og kulturelt? Hvad betyder det for vores rolle? Kan vi godt gå ud som en stor statslig institution og sige, at det har vi egentlig ikke rigtig nogen holdning til? Hvad er det i virkeligheden for en medierende mulighed, der kan ligge i vores rolle? Bør vi ikke kere os om den udfordring? Hele vores grund til at være i verden er jo at sikre identitetsdannelse som samfund gennem udstillinger og gennem kunst. Det er vi meget optaget af nu. Hvis vi skal bekende os til en hovedudfordring, skal det så ikke være den?

OO MAN SKAL FINDE EN GOD MÅDE, FOR DATA ER KUN EN DEL AF SANDHEDEN. MAN SKAL HELE TIDEN VÆRE OPMÆRKSOM PÅ, AT MAN IKKE BLIVER SLAVE AF DE TAL, MAN SELV PRODUCERER. OO

Mette: Vi har forskellige strategier og spor, vi følger. Det ene er værtsskabs-sporet, som vi har fulgt de sidste tre år. Vi har erkendt, at den måde at blive inviteret indenfor lige fra du træder ind ad døren er utrolig vigtigt. Et andet spor har været fokus på tilfredshed. I den nationale brugerundersøgelse er der et spørgsmål, som hedder 'Vil du anbefale museet til en ven?' Det gennemsnitlige museum i Danmark ligger på det, man kalder en NPS score på 65. Vi lå på 29 for 4 år siden. Vi havde svært ved at finde ud af, hvad vores udfordring egentlig var. Vi lavede derfor en kvalitativ analyse på kritikerne, de neutrale og dem, der anbefalede os, og så lavede vi fokusgrupper med de forskellige grupper. Noget af det meste øjenåbende for mig var, at der var flere der sagde 'Jeg ville gerne anbefale et besøg, men jeg kender ikke nogen, der ved nok om kunst til, at jeg kan anbefale det til dem'. Det er ikke noget, du får ud fra data fra den nationale brugerundersøgelse, men ud fra den kan du begynde at stille nogle mere detaljerede spørgsmål og få svarene gennem kvalitativ analyse.

Hvordan knækker vi så den nød? Det gør vi gennem vores formidling, gennem vores værtskab, ved at række ud, og ved at være mere aktive. Vi kører også en deltagelsesagenda, som de sidste 5 år har været en satsning, som er blevet en stor del af vores udstillingsarbejde. Hele det her arbejde har faktisk gjort, at vi har løftet vores NPS score fra 29 til 52, fordi vi kan arbejde mere detaljeret med det.

Netop ved at være nuanceret og finde nogle nuancer i data, som vi kan stå på skuldrene af, kan vi gå ind og træffe nogle beslutninger, der giver meget mere mening. Værtskab og deltagelse har været to hovedspor, og så er der nogle praktiske ting, altså en erkendelse af at et museumsbesøg er også at gå på toilettet og ind i butikken og i caféen. Det er en helhedsoplevelse. Ved at arbejde i alle de her spor på en gang, kan man faktisk ændre noget. Svaret 'jeg kender ikke nogen, der ved nok om kunst til at jeg kan anbefale det' er hovedet på sømmet hvad vores udfordring de næste 10 år bliver.

OO NETOP VED AT VÆRE
NUANCERET OG FINDE NOGLE
NUANCER I DATA, SOM VI KAN STÅ
PÅ SKULDRENE AF, KAN GÅ IND OG
TRÆFFE NOGLE BESLUTNINGER, DER
GIVER MEGET MERE MENING. OO

En ny fortælling om SMK

Berit: Fortællingen om SMK og hvad vi lægger i forgrunden er også ved at ændre sig. Hvor det før handlede om at legitimere kunsthistorien, er det i højere grad kunstens værdi eller kunsten som oplevelse, der kommer i forgrunden. I måden vi skriver tekster på, i måden vi henvender os til publikum, i måden vi byder kunsten til på. Det starter med os selv og at tale om kunstens værdi. At den giver os noget, er helt

00 DER ER INGEN TVIVL
OM AT VI ER PÅ VEJ VÆK
FRA AT VÆRE ET STED
MED ALLE SVARENE. 00



åbenlyst. Hvorfor skulle folk ellers komme på kunstmuseum? Folk søger det faktisk, selv når de skal betale forholdsvis mange penge for det.

En af handlingerne, der kommer efter de her undersøgelser, er at formidle kunst som praksis. Der er enormt mange, der holder af at tegne og male og fotografere, men vi taler meget lidt om kunst som praksis. Det er meget sjældent helt i forgrunden af vores formidling, og det er en skam, fordi der er ekstremt mange mennesker, der virkelig holder meget af det på tværs af generationer og øvrige segmenteringer af befolkningen. Jeg er blevet meget nysgerrig på at lade teksten begynde et andet sted. At tale om kunsten som et sprog, som ikke skal reduceres til en tekst, men noget som også har andre sansninger og dermed også tilbyder et andet rum og en anden oplevelse at træde ind i, end hvis du ligger hjemme i sofaen og læser en bog. Det synes jeg nogle gange vi har underspillet for meget.

Mette: Museer er før blevet set som dem, der havde svaret, og nu er vi et sted, der sammen med andre forsøger at stille nogle spørgsmål. I det skifte er der nogle ting, som rører ved DNAet. Hvordan kan vi arbejde med udstillinger, der stiller spørgsmål i stedet for at give svar? Hvordan laver man en organisation, der tager vare på det, at der ikke ligger et katalog i starten af udstillingen, men først efter, eller at man ikke for alvor ved, hvad det handler om, før at man er færdig. Når vi laver deltagelsesprogrammer, er det svært at fortælle, hvad det bliver til, fordi de programmer handler om at invitere brugere ind. Det er mere og mere noget, som vi ikke kan sige, hvad bliver til. Af gode grunde. Hvis vi havde sat rammerne så stramt op, at vi kendte resultatet på forhånd, så bliver det svært at tale om deltagelse overhovedet. Hvordan skriver du det i en fondsansøgning? Den usikkerhed er noget af det, der rører ved de strukturer, vi har i organisationen og den måde, vi skaffer funding, den måde vi afrapporterer, og den måde vi strukturerer vores arbejde. Det bliver spændende de næste år at følge. Der er ingen tvivl om at vi er på vej væk fra at være et sted med alle svarene.

Berit: Jeg oplever egentlig at fondene er meget villige til at se og understøtte museernes udvikling i den retning. Jeg tror mere det er noget med at gentænke forretningsmodeller og måder at tænke på organisation og budget. Og så er vi måske også i gang med at udvikle et sprog og

OO DER ER ENORMT MANGE, DER
HOLDER AF AT TEGNE OG MALE OG
FOTOGRAFERE, MEN VI TALER MEGET
LIDT OM KUNST SOM PRAKSIS. DET ER
MEGET SJÆLDENT HELT I FORGRUNDEN
AF VORES FORMIDLING, OG DET ER EN
SKAM, FORDI DER ER EKSTREMT MANGE
MENNESKER, DER VIRKELIG HOLDER
MEGET AF DET. OO

en anden måde at kvalificere samtalen om kunst i offentligheden. Jeg ville sætte pris på, at vi når frem til et sted hvor man ikke bliver set som politisk men mere politiserende, når man stiller spørgsmål. Når man foretager en læsning af noget, så er det ikke fordi, man er partipolitisk eller er en særlig radikal revser, men at man er i gang med at undersøge noget og stille spørgsmål ved et materiale. Man skal passe på, at man ikke skyder budbringeren, fordi man stiller nogle spørgsmål, man ikke havde lyst til skulle komme ud offentligt. Det er ikke det samme, som at man har sagt, at det er sandheden. Jeg er enormt glad for, at vi bliver betragtet som en troværdig samskabelsesaktør og en stærk videnskabelig aktør i forhold til den offentlige samtale, men jeg ville ønske, at man også husker, at når man går ind i debatter og stiller ubekvemme spørgsmål, eller destabiliserer en udlægning af et oeuvre eller et historisk fænomen på en ny måde, så er det ikke det samme som at man er fuldstændig autonom eller overpolitisk. Der ser jeg et hårdt pres på institutionerne nu, det være sig universiteter, vidensorganisationer eller museer. 

00 DET STARTER MED OS SELV OG AT TALE OM KUNSTENS VÆRDI. AT DEN GIVER OS NOGET, ER HELT ÅBENLYST. HVORFOR SKULLE FOLK ELLERS KOMME PÅ KUNSTMUSEUM? 00

Mette Houlberg Rung har arbejdet som kunstformidler og forsker på Statens Museum for Kunst siden 2013. Før da var hun tilknyttet SMK som Ph.d. studerende. Hun beskæftiger sig med publikums oplevelse af smk og kunstens betydning i folks liv, og arbejder med særudstillinger, målgrupper, formidlingsindsatser, brugerundersøgelser, formidling, dataindsamling og kunstoplevelser.

Berit Anne Larsen har været formidlingschef på Statens Museum for Kunst siden 2009. Hun har stiftet og sidder i programrådet og har ansvar for kvalificering, udstillinger og samlingen på SMK.

NYTÆNKNING AF FREMTIDENS NETVÆRK

I denne artikel reflekterer Natalie Giorgadze over hvordan kulturelle netværk har mulighed for at redefinere og reorganisere sig i en tid, hvor kultursektoren har været i krise. For hvilken rolle har kulturen i samtalen om at skabe bæredygtighed og inklusion - også på politisk niveau? Natalie er en del af Culture Action Europe, som er det vigtigste program for kulturelle aktører på tværs af Europas grænser.

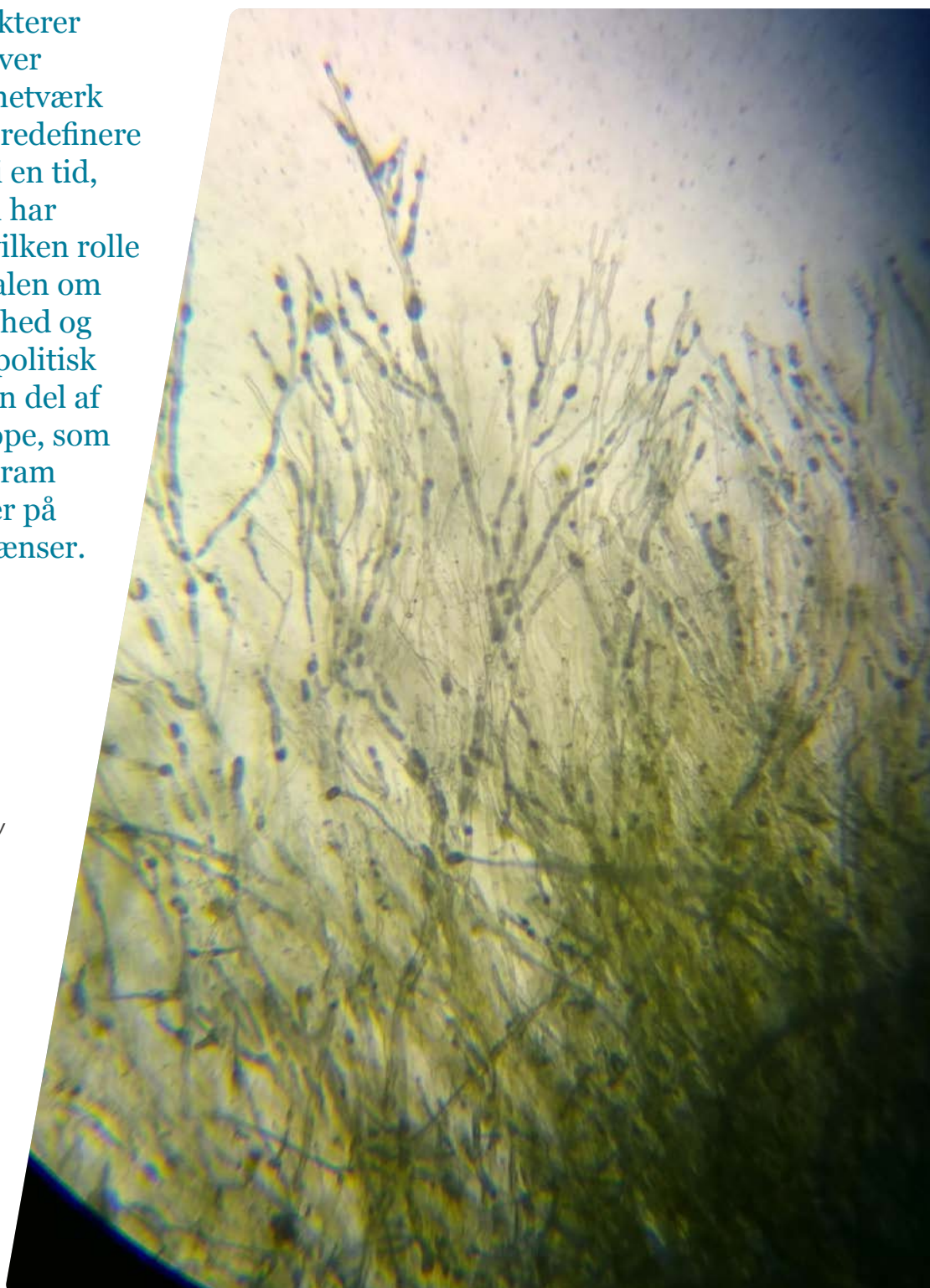


Natalie Giorgadze

*Communications og Community
Director*

CULTURE ACTION EUROPE

www.cultureactioneurope.org



*"Individually we are one drop;
together we are an ocean."*

Ryūnosuke Akutagawa

Hvis du kan lide havearbejde, og hvis du nogensinde har anvendt en permakulturel tilgang til din have eller en veranda, ved du, at planter, insekter og mikroorganismer samarbejder og som sådan er altafgørende for at opretholde livet og støtte blomsterstanden. Det utrænede øje kan måske ikke se det usynlige netværk af forbindelser og knudepunkter, som ofte er understøttet af et spind af mycelium, der muliggør kommunikation mellem forskellige organismer. Det er en slags underjordisk internet, der gør det muligt for planter at "tale" med hinanden, planlægge, at "beslutte" og dermed skabe nye former for eksistens og få haven til at blomstre.

Dette billede af en delikat, æterisk forbundethed strejfede mig ofte, da jeg tænkte på den europæiske kultursektors nærmeste fremtid, da coronapandemien og de tilhørende restriktioner ændrede vores virkelighed. Hvordan kan kulturaktører og organisationer, der trives på en energi af mennesker, der deler samme rum og blomstrer med oplevelsen af samvær og følelsen af fællesskab, overleve adskillelse og isolation? Hvordan kan en tidligere divers og frodig have trives, når den reduceres til et simpelt monokulturelt terræn?

I de seneste måneder, er vi oftere end ikke, blevet overrasket over at se trangen til at være forbundet - forbundet ud over grænserne, ud over sociale bobler og - for at fortsætte med havearbejdsmetaforen - ud over hegn og stier. Ud over alle forventninger har et stigende antal kulturelle aktører, initiativer og organisationer tilsluttet sig netværk, som eksempelvis Culture Action Europe, i denne periode. Kunne det være et nyt comeback for et netværk, der har været igennem en krise i de seneste årtier? Er det en mulighed for at genoverveje, hvordan fremtidens netværk skal se ud? Dette er en god grund og perfekt timing for netværk til at revurdere eksisterende praksis og foretage organisatoriske ændringer. Det gjorde vi i hvert fald.

OO ER DET ET ØJEBLIK TIL AT GENOVERVEJE, HVORDAN FREMTIDENS NETVÆRK SKAL SE UD? DETTE ER EN GOD GRUND OG PERFEKT TIMING FOR NETVÆRK TIL AT REVURDERE EKSISTERENDE PRAKSIS OG FORETAG ORGANISATORISKE ÆNDRINGER. OO

Som det store europæiske netværk af kulturelle netværk, kunstnere, aktivister, akademikere og politiske beslutningstagere har Culture Action Europe (CAE) revurderet sin praksis, beslutningsproces, styring, bæ-

redygtighed, gennemsigtighed og kommunikation for at pleje netværkets interne forbindelser og tænke og fungere som et netværk, der er mangfoldigt, lige, horisontalt og decentraliseret. Culture Action Europe's mission er at advokere for kunst og kultur som en grundlæggende byggesten i Europas fælles fremtid og andre steder. Vores netværk gør det muligt for os at forske i de mange kulturelle praksisser, interagere og mægle for at lette effektiv kommunikation på politisk niveau og dele vores kollektive viden og ekspertise. Vi tror på kulturens værdi og dens bidrag til udviklingen af bæredygtige og inkluderende samfund.

Kultur er grundlæggende en proces, der plejes kollektivt. Det eksisterer som en del af et bredere miljø, og det er forankret i indbyrdes afhængighed mellem kunstnere og samfund. Ligesom sociale og økonomiske forhold er bestemmende for kulturelle praksisser, skal kulturen være i dialog med det liv, vi lever. I erkendelse af denne indbyrdes sammenhæng mellem kultur og politik er systemisk tænkning og socialt væv afgørende. Der er behov for en holistisk strategi, da den kulturelle dimension ikke kan glemmes i håndteringen af samfundsmæssige, miljømæssige og økonomiske udfordringer, der kræver tværgående og tværfaglige respons.



Glem ikke at give din støtte og deltage i #CulturalDealEU Community - støt vores opkald her

THE #CULTURALDEALEU CAMPAIGN

Der er ingen genopretning eller fremtid for Europa uden kultur. Det europæiske kulturelle økosystem er overbevist om, at Europa har brug for en ny kulturaftale, en tværgående og overordnet ramme, der skal vise EU's politiske engagement i at sætte kulturen i centrum for det europæiske projekt.

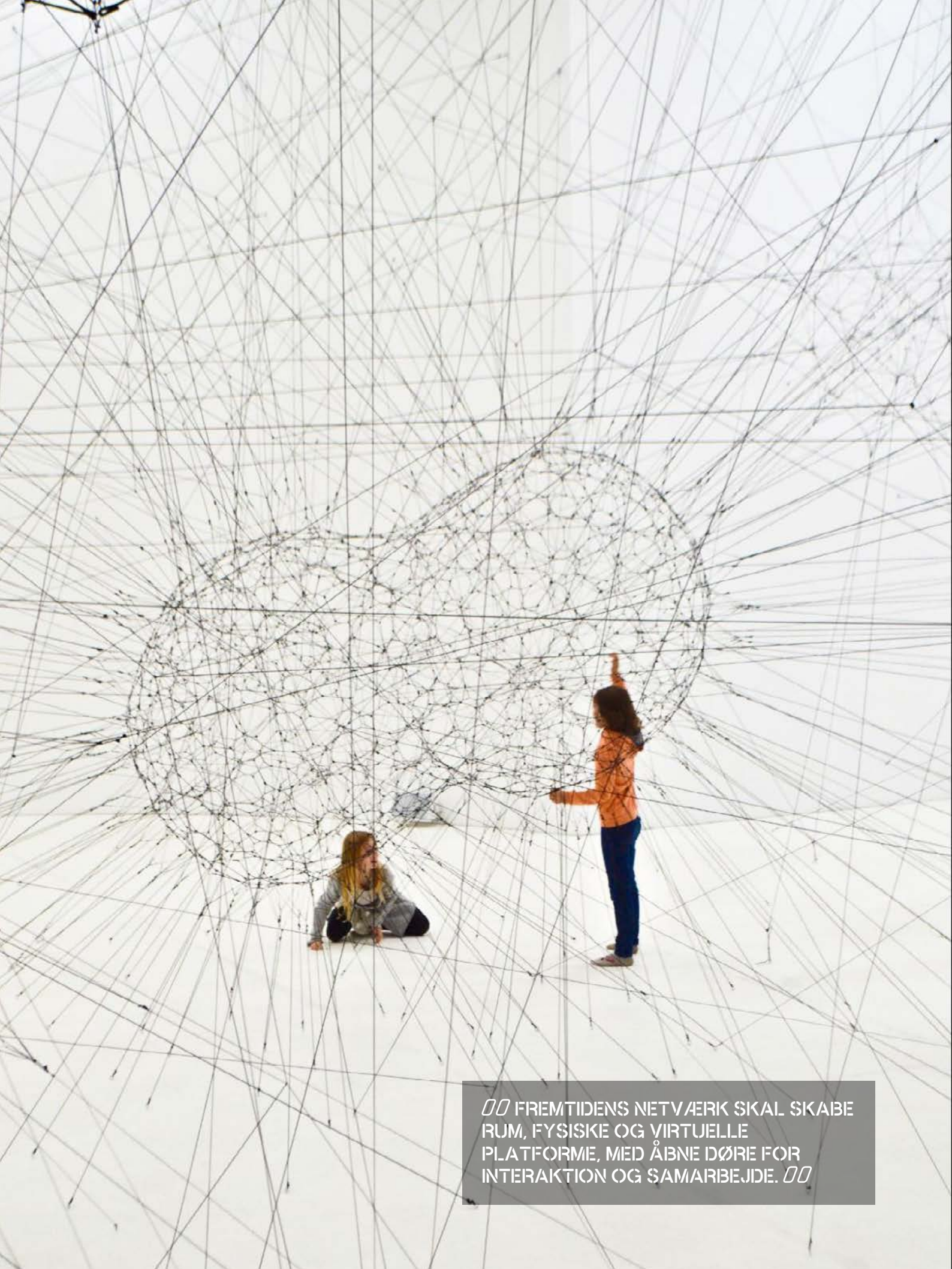
Kultur er det, der bringer os sammen. Det er grundlaget for det europæiske projekt og er afgørende for vores samfunds fremtid. Alvoren af Covid-19-krisen beviste igen, at kultur ikke er en luksus, men en nødvendighed for at opbygge sammenhængende, lige, bæredygtige og frie samfund. En kulturaftale for Europa er en opfordring fra et bredere

europæisk kultursamfund til at anerkende kulturens centrale rolle i udformningen af vores livskvalitets fremtid.

Culture Action Europe, European Cultural Foundation og Europa Nostra (der repræsenterer Den Europæiske Kulturalliance) foreslog i fællesskab en Kulturaftale for Europa. Denne overordnede strategi har til formål at sætte kulturen i centrum for det europæiske projekt og integrere den på tværs af alle politikområder: fra den grønne omstilling til Europas geopolitiske ambitioner og fra det digitale skift til en værdidrevet Union. Den fokuserer både på at lette kulturens bidrag til Europas bæredygtige udvikling og



give sektoren troværdighed og ressourcer til at realisere sit fulde potentiale. Ved at samle både kortsigtede og langsigtede mål betragtes Kulturaftalen for Europa som en køreplan for en mere afbalanceret, mere omfattende og mere inklusiv europæisk udviklingsmodel.



∞ FEMTIDENS NETVÆRK SKAL SKABE
RUM, FYSISKE OG VIRTUELLE
PLATFØRME, MED ÅBNE DØRE FOR
INTERAKTION OG SAMARBEJDE. ∞

Det er altafgørende, at nuværende og fremtidige kulturelle netværk sætter folk i centrum og fremmer politik for omsorg og skaber sammenhænge, der fungerer til gavn for kultur- og kulturaktører. Kulturelle netværk bør fokusere på at identificere pluralistiske, inkluderende, tilgængelige, frie og bæredygtige praksisser med henblik på at sætte spørgsmålstejn ved og ændre kulturpolitikken, produktionsmodeller og -strukturer.

00 CULTURE ACTION EUROPE'S MISSION ER AT ADVOKERE FOR KUNST OG KULTUR SOM EN GRUNDLÆGGENDE BYGGESTEN I EUROPAS FÆLLES FREMTID OG ANDRE STEDER. 00

Der skal udvikles fælles rum for en retfærdig vidensdeling baseret på de forskellige praksisser, strukturelle former og interesser i Europa. Ressourcerne bør gøres tilgængelige og deles ligeligt. Kulturelle netværk bør konstant søge mangfoldighed for at mindske sårbarheden og lære af kulturelle praksissers mangfoldige natur.

Tværasektorielle og tværfaglige tilgange, der krydser grænser og arbejder på kanten, bør inspirere til kulturpolitikken. Kulturelle netværk bør fremme kunst og kultur i Europa i fællesskab og samarbejde med en bred vifte af målgrupper: At bevæge sig ud over det kulturelle område og interagere med politiske beslutningstagere, bredere civilsamsfundsorganisationer, akademikere, forskere, aktivister. Sammen skal vi foreslå overordnede politiske rammer, der sætter kulturen i centrum for den offentlige debat og den politiske beslutningstagning på EU-plan og nationalt plan.

Fremtidens netværk skal skabe rum, fysiske og virtuelle platforme, med åbne døre for interaktion og samarbejde. Disse forbindelser vil til tider trives hurtigt og synligt, andre gange tager det mere tid at få rod-fæstet eller er under udvikling, der ikke er synlig for det blotte øje. Men før eller senere vil de blomstre. ■

Natalie Giordadze er Communications og Community Director hos Culture Action Europe. Hun har bred erfaring med kommunikation i den offentlige sektor og har blandt andet beskæftiget sig med community building og strategisk kommunikation. Natalies nuværende arbejde centrerer sig om policy-making indenfor den kulturelle og kreative sektor i EU.

JAGTEN PÅ TEATERMAGI I EN TRAVL HVERIDAG

Benjamin Pomerleau



Gennem teaterforestillinger og workshops udvider Opgang2 Turnéteater scenekunstopplevelsen for skoleelever og udvikler samtidig samarbejder bag om scenen. I denne artikel fortæller Kristian Bach Petersen om formålet bag og arbejdet med initiativet *Andre Horisonter*, der arbejder med skoleelevers teateroplevelser i øjenhøjde.



Kristian Bach Petersen
Web og pr ansvarlig
OPGANG2 TURNÉTEATER

Som turnerende teater har OPGANG2 TURNÉTEATER fat i en flygtig publikumsgruppe. Som oftest handler det om at rykke ind på en skole eller anden uddannelsesinstitution om morgenen, spille en forestilling eller to, og så ellers pakke sammen og køre videre til et nyt sted dagen efter. Det stiller store krav til skuespillere og forestillinger, men også til publikum og arrangører de steder, hvor OPGANG2 TURNÉTEATER kommer forbi.

For selvom en teateroplevelse kan være flygtig, vil Opgang2 Turnéteater meget gerne have, at den bliver hængende lidt længere i vores unge publikum og hos arrangørerne på uddannelsesinstitutionen. Og at vi aktivt anvender mødet med publikum til at udvikle vores organisation og arbejdsprocesser.

Andre Horisonter

Opgang2 Turnéteater gør således en dyd ud af at understøtte, at scenekunstoplevelsen udvides og forankres ud over den lille time, som en forestilling er på scenen. Det sker blandt andet i projektet Andre Horisonter#2, der arbejder målrettet med at klæde både arrangører og det unge publikum på, så kulturoplevelser som en teaterforestilling får mere gennemslagskraft og ikke blot bliver "et frikvarter" væk fra den almindelige undervisning. Det sker gennem dramaworkshops før og efter forestillingen, hvor publikum først forberedes på, hvad det er de skal opleve, og efter forestillingen får mulighed for at bearbejde oplevelsen fagligt og kreativt.

Det kræver noget af både unge og voksne de 150-200 steder, hvor Opgang2 Turnéteater spiller hvert år.

- Vi er meget opmærksomme på, at vi kommer ind udefra og skal passe ind i en travl skolehverdag, hvor der sker rigtig mange ting, så jo bedre kontakt og kommunikation, der er forud, jo bedre en oplevelse bliver det for både vores skuespillere og for deres publikummer. Opgang2 har altid publikumsudvikling for øje, men vi har de seneste år øget bevågenheden på også at udvikle samarbejdet med skoleledere, undervisere og kommuner, fordi det er gennem dem, vi møder det egentlige publikum, fortæller Lise Ørskov, der er projektleder på Andre Horisonter#2 og fortsætter

OO FOR SELVOM EN
TEATEROplevelSE KAN VÆRE
FLYGTIG, VIL OPGANG2 TURNÉTEATER
MEGET GERNE HAVE, AT DEN BLIVER
HÆNGENDE LIDT LÆNGERE I VORES
UNGE PUBLIKUM. OO



00 TEATER ER IKKE NOGET ALLE
HAR ERFARING MED, OG HER KAN
SELV EN KORT WORKSHOP VÆRE
EN STOR HJÆLP OG VÆRE MED TIL
AT FÅ ET TEATERUVANT PUBLIKUM
TIL AT SÆNKE PARADERNE OG
ENGAGERE SIG 00

- Især skoleledere og undervisere er helt centrale gatekeepers i forhold til publikum, og vi kalder med et glimt i øjet en stor del af dem 'kulturuvante arrangører'. Denne øgede bevidsthed på at se de lokale undervisningsinstitutioner som kulturuvante arrangører påvirker i meget høj grad vores samlede organisation og den måde, vi opbygger relationer med disse gatekeepers.

ØØ VI ER MEGET OPMÆRKSOMME PÅ, AT VI KOMMER IND UDEFRA OG SKAL PASSE IND I EN TRAVL SKOLEHVERDAG, HVOR DER SKER RIGTIG MANGE TING, SÅ JO BEDRE KONTAKT OG KOMMUNIKATION, DER ER FORUD, JO BEDRE EN OPLEVELSE BLIVER DET FOR BÅDE VORES SKUESPILLERE OG FOR DERES PUBLIKUMMER. ØØ

Konkret har Opgang2 Turnéteater igennem Andre Horisonter projektet har lavet flerårige aftaler med 10 kommuner, de fleste uden producerende egnsteater og primært i Jylland, som alle har dedikeret tid og ressourcer til ikke blot at slå dørene op for teater på deres skoler, men også til at udvikle projektet løbende, gennem workshops, evaluering og erfaringsdeling, både med hinanden og med Opgang2 Turnéteater.

- Det er vores klare oplevelse, at det er energi givet godt ud, for dem og for os, og er med til at klæde både os og arrangører bedst muligt på. Den relation vi får, har stor værdi for både den enkelte skole, for projektet og for Opgang2 Turnéteater, siger Lise Ørskov.

"Det handler om, at tage sit publikum alvorligt"

Lotte Wagner er dramapædagog og har det sidste år været tilknyttet Andre Horisonter#2 ude i felten, som afvikler af workshops før og efter Opgang2 Turnéteaters forestillinger. Det er en krævende opgave, da hun ikke kender de elever og elevgrupper, hun skal arbejde med forud, ligesom de ofte hverken kender hende eller forestillingen.

- Mit mål for første del af en workshop er at give de unge en fornemmelse for den oplevelse, de skal ind og have. En smagsprøve, der kan vække deres interesse og som kan tilføje en ekstra opmærksomhed på forestillingen. Teater er ikke noget alle har erfaring med, og her kan selv en kort workshop være en stor hjælp og være med til at få et teateruvant publikum til at sænke paraderne og engagere sig, fortæller Lotte Wagner.

Når publikum så har oplevet teaterforestillingen, er den efterfølgende workshop med til at behandle oplevelsen, give den fortsat liv og lade den inspirere de unge til at tænke videre. Det er et fleksibelt format,

som Lotte Wagner og hendes kolleger tilpasser den enkelte gruppe.

- Det handler om at møde publikum, der hvor de er, efter forestillingen. Nogen vil være meget optaget af slutningen eller en særlig karakter, imens andre vil fokusere på handlingen, replikkerne eller de følelser, som forestillingen har skabt i dem. Igen skal man huske, at teater ikke er hverdag for mange unge; vi møder fortsat unge i provinsen, som stort set aldrig har set en teaterforestilling. Derfor er vi meget fokuserede på, at det mentale rum vi skaber, ikke har svar eller ideer der er "rigtige" eller "forkerte". Det handler om at tage det, de unge har på hjerte, alvorligt og inddrage dem – lade dem være kreative og skabende med dramaets virkemidler, siger Lotte Wagner.

Erfaringen er, at oplevelsen fra forestillingen bliver i de unge som noget, der har rykket i deres opfattelse af kunst, skole eller hinanden. Og at de værktøjer, der er introduceret, kan bruges igen og igen af både elever og lærere i fremtidigt arbejde med kunstoplevelser. Desuden giver den interaktion, nu ikke blot med Opgang2 skuespillerne, men også som dramapædagoger får med publikum, en værdifuld viden om publikum og om kulturuvante arrangører. En viden, som kontinuerligt bringes i spil i både det kunstneriske og organisatoriske udviklingsrum i Opgang2. ■

OO OPGANG2 HAR ALTID PUBLIKUMSUDVIKLING FOR ØJE, MEN VI HAR DE SENESTE ÅR ØGET BEVÅGENHEDEN PÅ OGSÅ AT UDVIKLE SAMARBEJDET MED SKOLELEDERE, UNDERVISERE OG KOMMUNER, FORDI DET ER GENNEM DEM, VI MØDER DET EGENTLIGE PUBLIKUM. OO

Kulturinstitutionen OPGANG2 har 50-års jubilæum i 2022, den professionelle teaterafdeling, OPGANG2 TURNÉTEATER har eksisteret siden 2001 og spiller 150-200 gange årligt.

Projekt Andre Horisonter#2 løber i perioden 2021-24 og har som målsætning at involvere 5000 unge på skoler og ungdomsuddannelser og 250 lærere og fagprofessionelle.



Læs om
Projektet Andre
Horisonter#2

Kristian Bach Petersen
arbejder med web og pr for
Opgang2 Teater.

TILBAGE TIL FREMTIDEN



Adrianna Sójkowska
Medieanalytiker
MONITORING MEDIÓW



Den polske pressetjeneste Monitoring Mediów har under pandemien holdt godt øje med den øgede aktivitet på digitale platforme og sociale medier - og deres undersøgelse viser, at de mest populære online events var kulturelle tilbud. Medieanalytiker Adrianna Sójkowska bringer i denne artikel indsigter i hvordan det polske kulturliv fik en virtuel dimension.

Der er ingen tvivl om, at COVID-19-pandemien er den største udfordring for kulturen i det 21. århundrede. For en tid gik kulturlivet helt i stå. Steder, der engang samlede skarer og vimlede med liv, overvældes af tomhed. Kulturinstitutioner måtte finde nye måder at engagere publikum på og få deres budskab ud. Her har teknologien vist sig at være nyttig med sine mange muligheder, hvilket blev benyttet til at indføre nye løsninger.

Internettet gjorde det ikke muligt at overleve den vanskelige situation, som pandemien medførte, men angav interessante retninger, som kulturel formidling nu kan gå i. Kulturens og kunstens verden har ændret sig fuldstændigt og vil aldrig vende tilbage til sin tidligere før-pandemiske form.

Online - bare en anden, en bedre eller en værre form for kultur?

Et stærkt eksempel på dette var et online-event sidste år i april. Den store koncert "One World" blev afholdt virtuelt og store stjerner som Paul McCartney, Elton John, Billie Eilish, Post Malone og Lady Gaga optrådte - og verden så med. Projektet tiltrak et så stort antal seere at det indledte online-udsendelser af koncerter i mange andre lande. Polen tilsluttede sig også tendensen, som hurtigt blev afspejlet i brugeraktivitet på sociale medier, hvilket kan ses i undersøgelsen, "*Online-kultur i tider med pandemi*", udarbejdet af Pressetjenesten Monitoring Mediów, som dækker perioden marts 2020 til og med februar 2021. Undersøgelsen viser, at der har været mest online aktivitet i maj 2020 netop på grund af det store antal online "live"-koncerter.

Blandt andet var sangerinden Roksana Węgiel meget populær, da hun den 15. maj spillede en online velgørenhedskoncert, der støttede Empowering Children Foundation. Det populære polske band Kwiat Jabłoni gav koncert d. 29 maj og især de unge delte deres glæde over nyheden om online-koncerten. Derudover, fandt jubilæumskoncerten også sted for sangeren Krzysztof Cugowski i Lublin, som også blev sendt på Facebook og YouTube. Koncerten genererede en lang række kommentarer, likes og delinger. Publikum talte overvejende positivt om koncerternes online format og udtrykte tilfredshed med muligheden for at se dem. De beklagede dog, at de ikke kunne deltage i arrangementet, men gav samtidig udtryk for deres håb om en fremtid med fysisk tilstedeværelse.

OO INTERNETTET GJORDE DET IKKE MULIGT AT OVERLEVE DEN VANSKEelige SITUATION, SOM PANDEMIEN MEDFØRTE, MEN ANGAV INTERESSANTE RETNINGER, SOM KULTUREL FORMIDLING NU KAN GÅ I. OO

I december 2020 blev der igen registreret øget aktivitet på sociale medier. Årsagen var den 45. Polske Spillefilms Festival. Det fandt sted i Gdynia, mens prisoverrækkelsen blev sendt online på festivalens Facebook-profil og YouTube-kanal. Seerne blev positivt overrasket over én af vinderne, da den vigtigste pris for polsk film for første gang i historien blev vundet af en animationsfilm - *"Kill it and leave this city"* skabt af Mariusz Wilczyński. Blandt de andre vindere var også *"Sweat"* af Magnus Von Horn eller *"Magnesia"* af Maciej Bochniak.

Internettets kraft

Monitoring Mediów-undersøgelsen viser også, at brugernes interesse for online kulturtilbud i det første år efter COVID-19 udbruddet steg med mere end 17 gange sammenlignet med samme periode før pandemien.

Internettet har givet mulighed for større adgang til kunst og gratis deltagelse i arrangementer. De fleste polske museer og kunstgallerier organiserede gratis online vandreture, og udstillinger

blev ofte diskuteret på sociale medier. Zachęta National Gallery of Art gav eksempelvis brugere mulighed for at deltage i en virtuel kuratorisk guidet tur. Museet for Samtidskunst i Krakow tilbød også virtuelle vandreture, hvor 11 udstillinger blev stillet til rådighed, herunder "Collage med en væsel" eller "Kunsthistorie". De mest populære typer af virtuelle events var koncerter (64%) og festivaler (28%), der havde et højt niveau af engagement. Teaterforestillinger (5%) og udstillinger (3%) blev nævnt meget sjældnere.

OO KULTURENS OG KUNSTENS VERDEN
HAR ÆNDRET SIG FULDSTÆNDIGT OG
VIL ALDRIG VENDE TILBAGE TIL SIN
TIDLIGERE FØR-PANDEMISKE FORM. OO

Eventet, som genererede mest aktivitet, var musikfestivalen Pol'and'Rock - som fik tilnavnet "The Most Beautiful House Party in the World", da festivalen fandt sted online og opfordrede publikum til at nyde festivalen hjemmefra. Streaming af eventet varede kontinuerligt i næsten 70 timer på flere platforme: Facebook, YouTube, Twitch, Player.pl, Onet.pl og Antyradio. På festivalens store scene spillede nogle af de største polske bands, såsom Big Cyc, Acid Drinkers og Elektryczne Gitary. Derudover blev der oprettet en kanal på den digitale platform Discord, som muliggjorde at festivaldeltagerne kunne kommentere og diskutere koncerterne, der fandt sted.



00 INTERESSEN FOR
KULTUR ER STEGET
BETYDELIGT TAKKET VÆRE
GRATIS OG GENEREL
TILGÆNGELIGHED. 00

Undersøgelsen viste, at de arrangementer, som hyppigst blev kommenteret på sociale medier, var performances og udtalelser fra stjerner under Pol'and'Rock festivalen. Særligt vakte to interviews med henholdsvis Warsza-

was borgmester Rafał Trzaskowski og skuespiller Janusz Gajos stor opmærksomhed på Facebook og Twitter, da de begge under festivalen udtalte sig kontroversielt om Jarosław Kaczyński, som er partileder for det højrepopulistiske parti i Polen. De brugte platformen til at udtale sig om den nuværende politiske situation og undersøgelsen viser netop, at det var disse interviews som genererede mest mediehyge og online aktivitet.

00 BRUGERNES INTERESSE FOR ONLINE KULTURTILBUD I DET FØRSTE ÅR EFTER COVID-19 UDBRUDDET STEG MED MERE END 17 GANGE SAMMENLIGNET MED SAMME PERIODE FØR PANDEMIEN. 00

En mere tilgængelig kultur

Sociale platforme har spillet en stor rolle for online kultur. Facebook står stærkest, da hele 68% af diskussioner om kultur blev registreret på deres platform. På andenpladsen var Twitter (22%) og en delt tredjeplads til YouTube (4%) og Instagram (4%). En stor indflydelse på hvorfor Facebook har førerpositionen, er det faktum, at de fleste polakker har en Facebook-profil, men ikke nødvendigvis Twitter, YouTube eller Instagram. Derudover giver Facebook mulighed for at sende "live" og samtidig tale med sit publikum i kommentarerne, hvorfor organiseringen af de fleste kulturelle begivenheder skete via Facebook.

Med COVID-19 nedlukningen forventede man en negativ indvirkning på kulturen og at publikum ville glemme de kulturelle tilbud såsom teatre, udstillinger eller store scener. Virkeligheden viste sig at være det modsatte. Interessen for kultur er steget betydeligt takket være gratis og generel tilgængelighed. På sociale medier er der flere diskussioner og indlæg om kultur i forhold til det foregående år. Pandemien har medført nye kommunikationsformer, som har muliggjort at nå ud til et større publikum. Er det en forandring til det bedre? Det finder vi ud af ved årsskiftet. ▀

Adrianna Sójkowska er medieanalytiker hos Monitoring Mediów, som er førende inden for omfattende overvågning af internettet, sociale medier, presse, radio og tv. Virksomheden leverer tjenester til de største virksomheder, PR-agenturer, virksomheder og offentlige institutioner. Virksomhedens speciale er revisioner og multi-level sponsorrapporter og medieanalyser, der er nødvendige inden for kommunikation, markedsføring og forretning.

HVEM ER TEATER EGENTLIG TIL FOR?



Ravi Jain

stifter og kunstnerisk leder
WHY NOT THEATRE I
TORONTO, CANADA

Skal en teateroplevelse foregå på forestillingens eller publikums præmisser? Stifter af Why Not Theatre, Ravi Jain, deler i denne artikel sine erfaringer med at skifte perspektiv og tage del i forskellige former for livsverdener i samskabelsen af publikumsoplevelser. Han søger at inkludere publikum og skabe fælles præmisser i den kreative proces for at nå ud til nye brugergrupper.



Why Not Theatre, Toronto

På Why Not Theatre, det internationale teaterselskab, som jeg grundlagde i 2007 i Toronto, gør vi grundlæggende tre ting: Vi producerer, vi deler, og vi provokerer.

Vi producerer og turnerer med nye værker, der udfordrer status quo, om hvilke historier der fortælles, og hvem der får lov til at fortælle dem.

Vi deler ressourcer med andre kunstnere som hjælp til at producere deres egne værker, og vores fokus er på kunstnere, som er halvvejs i deres karriere, indfødte og minoriteter. Det er svært for alle at klare sig i kunstsektoren, men det er især svært for disse grupper.

Vi fremprovokerer systemændringer ved at mindske hindringer både for kunstneres og publikums adgang til deltagelse, såsom at udarbejde produktionsmodeller, der hjælper kunstnere med at tjene flere penge på deres arbejde. For eksempel har vi et mentorprogram, der forbinder kvindelige og non-binære kunstneriske ledere og instruktører fra Canada med internationale kunstnere, hvilket kan give adgang til uddannelse og jobmuligheder.

Et af de mere vigtige ting vi gør, er at præsentere nye og anderledes teaterproduktioner. Det udsprang af en undren: I en by så mangfoldig som Toronto, hvorfor er publikum så homogen? Og hvem er teater egentlig til for?

For mig var sprog en måde at udforske, hvilke barrierer der er, så jeg begyndte at opsætte internationale teaterproduktioner på forskellige sprog. Skuespil og projekter fra Indien, Brasilien, Tunesien og Japan, og alle på deres respektive sprog, som forsøg på at udfordre idéen om, at andre kulturer ikke går i teatret. Vi havde eksempelvis et teaterforestilling med navnet "Ismat Apa Ke Naam". Det er en smukt forestilling fra Indien, hvor en Bollywoodstjerne også optræder, og det lykkedes os at have udsolgte forestillinger med en enorm venteliste.

Hvordan gjorde vi så det?

I vores proces lærte vi blandt andet at søge at forstå, hvordan man rent faktisk får publikum i teatret. Ved at beskæftige os med et sydasiasisk-indisk-pakistansk publikum, erfarede vi, at man i disse fællesskaber normalt ikke bestiller billetter online, men i stedet køber dem kontant, eksempelvis ved købmanden. Derfor var vi nødt til at samarbejde med templer, moskeer og købmandsforeninger for at finde måder, hvorpå vi kunne sælge billetter, og hvor stederne accepterede kontanter. Det var meget kompliceret og vi "tabte" sandsynligvis en række billetter. Men ændringen af vores

00 VI FREMPROVOKERER
SYSTEMÆNDRINGER VED AT
FJERNE HINDRINGER BÅDE FOR
KUNSTNERES OG PUBLIKUMS
ADGANG TIL DELTAGELSE. 00

OO I EN BY SÅ MANGFOLDIG SOM
TORONTO, HVORFOR ER PUBLIKUM
SÅ HOMOGEN? OG HVEM ER TEATER
EGENTLIG TIL FOR? OO



normale praksis resulterede i en enorm skare, der virkelig ønskede at komme og se showet. Her lærte vi om vigtigheden af, at tænke på det samfund og det fællesskab du vil række ud til og at tjene dem på deres vilkår snarere end dine egne.

Ligestilling i publikumsoplevelser

En anden læring om publikum kom ud af en produktion af Hamlet, som var en tosproget teaterstykket med engelsk og amerikansk tegnsprog. Det var første gang, jeg nogensinde arbejdede med en hørehæmmet kunstner og producerede en forestilling med et hørehæmmet publikum i tankerne.

Kunstneren hedder Dawn Jani Birley og er en fænomenal canadisk kunstner med base i Finland. Det var fantastisk at arbejde med hende, fordi hun blev ved med at opfordre mig til at tænke på ligestilling i publikumsoplevelser og hvad det egentlig betød, da vi har tendens til at se en produktion gennem vores egen linse. Undervejs i den kreative proces spurgte Dawn mig hele tiden, hvordan hørehæmmede publikummer mon ville forstå det. Jeg indså, at jeg konstant gjorde mig antagelser om, hvor meget og hvilken information et hørehæmmet publikum havde brug for eller ikke havde brug for.

Det krævede et perspektivskifte. Hvis et hørehæmmet publikum mister omkring 70% af informationen, hvordan kan vi så skabe situationer, hvor et hørende publikum på samme vis skal kæmpe for at modtage information? Vi valgte at have flere scener i stykket, hvor Dawn Jani Birley, der spillede Horatio, fortalte historien på tegnsprog uden at det var akkompagneret af lyd. Hermed blev det hørende publikum sat i en situation, der lignede det hørehæmmede publikums.

Det fik os til at gentænke ligestilling i oplevelsen for publikum. Vi måtte spørge os selv, hvordan vi kunne sikre, at to forskellige målgrupper (et hørende og et ikke hørende publikum) som ser samme forestilling, får en lignende oplevelse. Det kræver også, at man ikke gør sig antagelser om, hvad den ene type publikum modtager fremfor det andet. Det var en vigtig lektie for mig i forhold til, hvordan jeg ser på publikumsoplevelser. Jeg havde aldrig før mødt en døv person eller prøvet at sidde i den stilhed, der normalt er i et døvt fællesskab - hvilket kan give en del angst for en hørende person. I sådan en oplevelse er du nødt til at forstå, at den døve person faktisk deltager i en anden kultur med et fremmed sprog og anden måde at engagere sig med verden, og at jeg faktisk er "udlænding" i den persons verden. Det vender alt på hovedet.

OO HER LÆRTE VI OM VIGTIGHEDEN AF, AT TÆNKE PÅ DET SAMFUND OG DET FÆLLESSKAB DU VIL RÆKKE UD TIL OG AT TJENE DEM PÅ DERES VILKÅR SNARERE END DINE EGNE. OO

Samskabelse af nye processer

Mit sidste eksempel er i forbindelse med en produktion af Romeo og Julie (R + J), som jeg producerede i sommeren 2020. Her arbejdede jeg sammen med en blind skuespiller ved navn Alex Bulmer. Vi lavede en pre-show podcast, hvor alle skuespillerne beskrev deres karakterer og sceneopsætning, som vi sendte ud til både det svagtseende og seende publikum forud for forestillingen. Publikum kunne dermed vænne sig til lyden af hver skuespillers stemme, hvilket forbedrer et svagt publikums adgang til historien.

På samme måde integrerede vi lydbeskrivelse af handlingen i selve forestillingen. Samtidig med at skuespillerne udførte en handling, beskrev de også denne handling. Et seende publikum fik således at vide "Juliet sidder", samtidig med at de så en siddende Juliet. Selv om det gav en fordobling af information var det i virkeligheden med til at skabe ligestilling i oplevelsen for publikum. Vi skabte et lydprogram for at promovere showet, og vigtigst af alt, havde vi lavet et taktilt kort med en model af scenen, så det svagtseende publikum kunne mærke opsætningen og forstå, hvor tingene foregik på scenen. Vi endte med at have omkring 50 svagtseende personer, der kom til forestillingen, mens det kørte. For dem var det en stor ting, at en blind skuespiller havde hovedrollen i en teaterproduktion og at have haft den oplevelse på teatret.

Når du deltager i en persons fællesskab eller samfund, så indgår du også i deres politik. Du er nødt til at forstå deres livsverden, blive bevidst om egne privilegier og sammen skabe et fælles rum for udvikling af processer.

I tilfælde, hvor vi arbejdede med personer og et publikum med funktionsnedsættelse, var vi nødt til at ændre vores processer helt. Det betød, at vi måtte gentænke vores oplevelse af tid, af rumlig organisering og hvordan vi talte i dette rum.

Du opnår ikke andre resultater uden en anden slags proces. ▮

▮▮ DET KRÆVEDE ET PERSPEKTIVSKIFTE:
HVIS ET DØVT PUBLIKUM MISTER
OMKRING 70% AF INFORMATIONEN,
HVORDAN KAN VI SÅ SKABE
SITUATIONER, HVOR ET HØRENDE
PUBLIKUM PÅ SAMME VIS SKAL KÆMPE
FOR AT MODTAGE INFORMATION? ▮▮

Den Toronto-baserede sceneinstruktør **Ravi Jain** er en prisvindende kunstner, der er kendt for at lave politisk dristige og tilgængelige teateroplevelser i både små indie-produktioner og store teatre. Som stifter og kunstneriske leder af Why Not Theatre har Ravi Jain etableret sig med sine opfindsomme produktioner, internationale projektsamarbejder og innovative produktionsmodeller, der har til formål at støtte nye kunstnere i at tjene penge på deres kunst.

FROM MINNEAPOLIS WITH LOVE

AT TÆNDE EN ILD I MUSEET



Photo: Spoken Word Artist, Fres Thao, performing in the galleries as part of a partnership with Advocates for Human Rights. Photo courtesy of Minneapolis Institute of Art

Hvordan kan empati spille en rolle i kunst og kulturel formidling? Amerikanske Karleen Gardner, som blandt andet har været med til at grundlægge Center for Empati og Kunst ved Minneapolis Institute of Art, advokerer for, at kunst- og kulturinstitutioner praktiserer en tilgang præget af empati og dialog for at fremme nye forståelser for og mellem publikum og museer.



Karleen Gardner
SELVSTÆNDIG KONSULENT
OG KURATOR

Den blotte omtale af ild eller flammer i enhver museums-kon- tekst er nok til at indgyde skræk og rædsel. Men tag en indån- ding og tag det roligt! De ildebrande, som jeg nævner, er kun metaforiske, inspireret af dette citat fra den græske filosof og forfatter Plutarch (ca. 45-120 e.Kr.): *"Sindet er ikke et kar, der skal fyldes, men en ild, der skal tændes."*

I årevis har museernes fremherskende tankegang været autoritet med den mission at "hælde" viden ind i vores offentligheds bevidsthed. Den eneste ekspertise, der blev værdsat, var kuratoren, underviseren, histo- rikeren eller videnskabsmanden - og ikke publikums eller den øvrige offentlighed. Denne envejs-tilgang bidrager til et indadvendt fokus og en monolitisk tilgang til læring og indholdsproduktion. Det oprethol- der også status quo for den enkelte ekspert, der sidder gemt væk på et kontor eller bibliotek omringet af bøger, der forsker i årevis og så ende- lig dukker op med et fuldt udtænkt koncept eller plan.

Ud af elfenbenstårnet

Som besøgs-orienterede institutioner, dedikeret til vores uddannel- sesmæssige missioner og som kerer sig om vores værdi, kan vi ikke længere forevige eller forlænge denne model for vidensproduktion. Plutarch's koncept om "antænding af sindet" flugter med konstruktivi- stisk læringsteori, som fastslår, at læring er en aktiv, kontekstualiseret proces hvor viden konstrueres i stedet for at erhverves. Viden dannes på baggrund af personlige erfaringer og læringsmiljøet. Eleven er ikke en blank tavle, men har tidligere erfaringer og kulturelle faktorer med sig i enhver situation. Som George Hein, museumsformidler og teore- tiker skrev: *"Vi må erkende, at der ikke findes viden "derude" uafhæn- gigt af den viden, vi konstruerer for os selv, når vi lærer. Læring er ikke at forstå som den "sande" karakter af ting, og det er heller ikke (som Platon foreslog) at hu- ske svagt opfattede perfekte ide- er, men snarere en personlig og social konstruktion af mening."*

OO VI SKAL RÆKKE UD OVER VORES EGEN EKSPERTISE OG UDEN FOR VORES INSTITUTIONERS MURE OG AKTIVT LYTTE TIL OG INTEGRERE DE MANGE FORSKELLIGE SYNSPUNKTER OG PERSPEKTIVER I VORES SAMFUND. OO

For at autentisk vidensproduktion kan forekomme i museer, kan vi ikke sidde i vores elfenbenstårn og gøre antagelser. Vi skal række ud over vores egen ekspertise og uden for vores institutioners mure og aktivt lytte til og integrere de mange forskellige synspunkter og per- spektiver i vores samfund. Først da kan vi skabe forbindelser, antænde gnister og give næring til nysgerrighed og undren.

Hvordan gør vi så det? Min erfaring er, at det første skridt er bevidst at integrere empati i vores praksis og processer. Empati er et komplekst



〰 'HVORDAN KAN VORES
ARBEJDE HAVE EN
POSITIV INDVIRKNING OG
UDFORDRE VORES
BESØGENDE TIL AT
TÆNKE ELLER HANDLE
ANDERLEDES? HVORDAN
KAN MUSEER BLIVE BEDRE
TIL AT TÆNDE EN ILD? 〰

begreb, og selv eksperterne er uenige om, hvordan man definerer det, da der findes mange typer og aspekter. Jeg kan godt lide at bruge Empathy Museum's grundlægger og forfatter Roman Kzarnic's definition: *"Evnen til at sætte sig i en andens sted, at sigte mod at forstå deres følelser og perspektiver, og at bruge denne forståelse som guide til at handle."*

00 VED AT FÅ INDSIGT OG BEDRE FORSTÅELSE FOR VORES BESØGENDE, KAN VI MØDE MENNESKER, HVOR DE ER, OG INSPIRERE TIL FORBINDELSER OG MENINGSSKABELSE. 00

Kunsten at møde sit publikum

I vores institutioner er vi nødt til at starte med os selv og udvikle processer og systemer med fokus på at sammenfatte forskellige ekspertiser hos vores kolleger og vores publikum. Vi må også erkende, at vores medarbejdere ikke altid repræsenterer eller afspejler vores samfund, så vi må stille spørgsmål, involvere nye synspunkter og historier og ikke gøre antagelser. Ved at få indsigt og bedre forståelse for vores besøgende kan vi møde mennesker, der hvor de er, og inspirere til nye forbindelser og meningsskabelse.

At væve empati ind i vores processer er afgørende. For at få input og feedback kan vi bruge forskellige metoder, herunder undersøgelser af publikum både før og efter, fokusgrupper, lyttesessioner og rådgivningsgrupper i lokalsamfundet samt prototyper og tests med vores besøgende. Den slags forskning er vigtig allerede i udviklingsfasen, så det vi lærer af vores publikum er med til at præge vores udstillinger, programmer, digitale indhold, omvisninger osv. Men det er lige så vigtigt at gøre efter udstillingerne og efter besøg, så vi kan undersøge, hvordan nye tilgange og nye perspektiver påvirker vores besøgende.

Ved at praktisere institutionel empati, imødekomme og inkludere forskellige tænkninger og verdenssyn samt fremhæve stemmer fra andre end museumsfolk, sigter vi mod at ændre praksis, gøre vores rum mere indbydende og tilgængelige og udvide vores publikum, som til gengæld vil øge vores værdi. Jeg tror, at museer nu og i fremtiden skal fokusere mere på den effekt, som vores samlinger, programmer og udstillinger

Karleen Gardner er en amerikansk kurator og konsulent og har blandt andet været med til at grundlægge af Center for Empati og Kunst ved Minneapolis Institute of Art, et tværfagligt projekt med fokus på at undersøge hvilken indvirkning kunsten har på at udvikle empati. Hendes primære fokus omhandler community engagement, publikumsudvikling og hvordan empati i kunstformidling kan bidrage til nye forståelser. Karleen er aktiv som selvstændig konsulent, hvor hun rådgiver i forbindelse med kuratering, udvikling og strategi med henblik på dialog, inklusion og netværk.

MØD DIREKTØREN

MARIE ØSTERGAARD: ET BIBLIOTEK ER KUN NOGET I KRAFT AF DE MENNESKER, DER BRUGER DET



Marie Østergaard

Biblioteksdirektør

AARHUS FOLKEBIBLIOTEKER



Lyt til
artiklen

Mød direktøren på DOKK1, Marie Østergaard. Marie Østergaard har stået i spidsen for den omfattende transformation af Aarhus Hovedbibliotek, og i dag er DOKK1 et sted, som de fleste i Aarhus har et nært forhold til. Her er legeklub for fædre, gratis retshjælp, spansk filmklub, studievejledning, pokémonklub, designværksted og meget mere. Når man kommer ind på DOKK1 kan man mærke, at det er et sted, hvor der er tænkt på en. Læs i dette interview med direktør Marie Østergaard, hvordan er DOKK1 kommet til at se sådan ud.



Marie: Da vi startede med at planlægge det her nye fantastiske bibliotek, var vi godt klar over, at vi ikke selv havde viden nok til at kunne bygge det, som fremtiden havde brug for. Helt fra starten blev det et mantra for os, at vi skulle arbejde tværfagligt, og vi skulle have brugerinddragelse i alt hvad der kunne være brugerinddragelse i. Idéen startede i slutningen af 90'erne, og projektet startede i 2005, og det var ikke et tidspunkt, hvor den slags var normalt, i byggerier særligt ikke, så det var også en lang udforskningsrejse sammen med arkitekter og ingeniører og vores egne fagpersoner og de borgere, der skulle involveres i det. Vi kørte simpelthen en 10 årig inddragelsesproces.

OO HELT FRA STARTEN BLEV DET ET
MANTRA FOR OS, AT VI SKULLE
ARBEJDE TVÆRFAGLIGT, OG VI
SKULLE HAVE BRUGERINDDRAGELSE I
ALT HVAD DER KUNNE VÆRE
BRUGERINDDRAGELSE I. OO

Det med at tro, at man kan sidde to geniale mennesker og finde på noget, der bliver godt for resten af verden, det er naivt. Innovation og forandring, der holder over lang tid, kommer af, at man bygger oven på hinandens idéer. En stor del af at lave DOKK1 har været at inddrage så mange mennesker som overhovedet muligt for at få det bedste resultat. Man bygger ikke for 20 år, man bygger for de næste 100 år, når man bygger sådan noget her. Hvis man kigger på hvordan biblioteker har udviklet sig, så er der jo markant forskel på hvordan man brugte biblioteker for 100 år siden til hvordan man bruger det i dag, og den udvikling kommer ikke til at gå mindre stærkt fremover. Et bibliotek er kun noget i kraft af de mennesker, der bruger det. Derfor besluttede vi meget tidligt, at det her hus skulle være for mennesker, det skulle ikke være for bøger.

Og hvad er det så for nogle behov, vi skal kunne møde i en bygning som denne her? Mediebrug ændrer sig enormt hurtigt, men menneskelige behov ændrer sig faktisk ikke så ofte. Nogle gange har vi brug for at være i stilhed, nogle gange har vi brug for at være sammen, vi har brug for at bruge vores kroppe, at tale højt, vise noget til hinanden, vi har brug for at lære, at lære fra os, vi har også brug for mad, at sove og vi har brug for sex. De sidste to skulle vi nok ikke tilgodese her, men de andre skulle vi kunne. Vi ville skabe nogle programmerbare eller programmerede rum, der kan rumme de her forskellige behov, som kan skifte over et døgn eller en uge eller et år og samtidig have noget, der er velkendt, for det kan man også have brug for. Jeg tror det er derfor, det virker som et menneskeligt sted, fordi det tog udgangspunkt i mennesker. Det var også noget af det vi havde mange gode samtaler med arkitekterne omkring. Der er mange bygninger, der i gamle dage var

beregnet til at få en til at føle sig lille. Vi skulle gøre det modsatte. Vi skulle bygge noget fantastisk, stort, rummeligt og åbent, der fik mennesker til at føle sig store. Det er både noget bygningen kan gøre, og det er noget vi gør ved aktiviteter, tilbud og services i huset. Alt skal handle om, at mennesker skal være kompetente i deres eget liv.

Astrid: I startede formelt i 2005, og så stod det færdigt i 2015. Hvordan har I brugt den tid, og hvorfor tager sådan noget 10 år?

Marie: Vi kørte to parallelt befrugtende forløb. Det ene var helt konkret inddragelsesprocesser i alle byggefaser. Da vi skulle lave dispositionsforslag, så inddrog vi forskellige brugergrupper. Vi lavede brugerrejser gennem layoutet, og så justerede vi efter det. Det gjorde vi i alle faser gennem byggeriet, hvor vi hele tiden blev mere og mere detaljeret.

Samtidig gjorde vi det, at vi på det eksisterende bibliotek ryddede hele forhallen for skranker og hvad der nu var, og lavede det, vi kaldte et forvandlingsrum. Vi øvede os, vi testede og vi prøvede af, og vi lavede prototyper, som vi sammen med borgerne testede. Alle de møbler, vi har på DOKK1, er testet dernede. Alle de særlige ting som vores digitale guld, vores pulterkammer og alle mulige ting er testet i det gamle bibliotek med brugerne og os selv. Det var også en måde at få inddraget en masse partnere fra byen. Rigtig meget af det arbejde vi laver i DOKK1 er partnerskabsdrevet. Vi har en specifik partnerskabsstrategi, og en partner kan både være en gruppe fædre, der laver fars legestue, eller det kan være arkitektskolen i Aarhus. Vi har omtrent 140 forskellige arrangementer og aktiviteter om måneden, og ca 50% bliver lavet af eller med partnere. Det er en stor kompetence, der bliver bragt ind, og det skaber rigtig meget liv.

Navnet DOKK1 og vores visuelle identitet lavede vi også brugerinddragelse på. Vi lavede sammen med et designfirma et glasbord på Lille Torv, hvor vi sad sammen med en designer og nogle borgere. Det var et åbent og levende værksted, hvor han sad og designede, og vi brugte anledningen til at snakke med alle de mennesker, der kom og var nysgerrige på det nye sted.

Astrid: Kan du beskrive lidt mere hvordan de forvandlingsrum så ud, og hvilke greb I brugte der?

OO NOGLE GANGE HAR VI BRUG FOR AT VÆRE I STILHED, NOGLE GANGE HAR VI BRUG FOR AT VÆRE SAMMEN, VI HAR BRUG FOR AT BRUGE VORES KROPPE, AT TALE HØJT, VISE NOGET TIL HINANDEN, VI HAR BRUG FOR AT LÆRE, AT LÆRE FRA OS, VI HAR OGSÅ BRUG FOR MAD, AT SOVE OG VI HAR BRUG FOR SEX. OO

00 NÅR MAN HAR STORE RUM, SÅ HAR
MAN EN TENDENS TIL AT HAVE MEGET
STORE ARMBEVÆGELSER, MEN DET
SKAL MAN IKKE ALTID. NOGLE GANG
SKAL MAN VÆRE HELT LILLE. 00



Marie: Der er to store greb. Det ene er at have nogle fysiske steder hvor det er tydeligt for folk, hvad der foregår. Her lavede vi store fotostater for vise hvordan DOKK1 ville se ud, så man vidste hvad det var for et rum man gik ind i. Og så at være meget eksplicit i, at det her var nogle eksperimenter, hvor vi lavede nogle prototyper og øvede os i at blive bedre til at være bibliotek i fremtiden.

Det andet var kompetencedelen. Det har vi øvet os på siden 2003, hvor vi begyndte at arbejde meget bevidst med brugerinddragelse, bl.a sammen med nogle af vores gode partnere fra Aarhus Universitet i det her forandringsrum. På det tidspunkt prøvede vi rigtig mange metoder af, og vi samlede viden ind. Der er næsten religioner inden for brugerinddragelse, der findes rigtig mange forskellige ting, og vi tænkte, at vi måtte tage hele pakken for at finde ud af, hvad der virker på forskellige tidspunkter. Efterhånden kom vi længere ned i tragten og begyndte at arbejde ud fra Design Thinking principper. Vi fik en stor bevilling fra Bill og Melinda Gates Foundation i 2013 til at udvikle et Design Thinking toolkit for biblioteker. Det stod på skuldrene af det vi havde lavet, og vi udviklede det i samarbejde med Chicago Public Library og IDEO, som er nogle af bannerførerne bag den måde at arbejde på. Med det toolkit fik vi også mulighed for at tage ud og undervise andre biblioteker i at bruge det i deres udvikling. Det er noget, der ligger meget dybt i vores DNA. Det handler om hele tiden at være optaget af de brugere, der kommer ind ad døren eller ikke kommer ind ad døren. Hvad er det for nogle behov de har?

Astrid: Hvordan aflæser man de behov?

Marie: Der er rigtig mange forskellige processer, men vi spørger i høj grad vores borgere. Vi laver workshops med dem, vi laver kvalitative interviews, og vi tager hjem til dem, afhængig af hvad det er for et problem, vi prøver at løse eller hvad vi prøver at undersøge. Jeg tror i virkeligheden, det væsentlige i det er, at det ligger iboende i os. Det er en del af den identitet, vi har som sted, fordi vi har brugt det i så mange år. Lige om lidt åbner vi et nyt bibliotek i Gellerup, og der er også rigtig mange Design Thinking greb både blandt medarbejderne og borgerne. Det har været en fuldstændig integreret del af den udviklingsproces. Det handler i meget høj grad om en tilgang til verden. Vi tror på at der er andre, der har nogle gode svar. Det er ikke bare os der ved, hvordan verden skal se ud. Vi har brug for at være nysgerrige og undersøge for at kunne gøre det, der er relevant.

OO DER ER MANGE BYGNINGER, DER I GAMLE DAGE VAR BEREGNET TIL AT FÅ EN TIL AT FØLE SIG LILLE. VI SKULLE GØRE DET MODSATTE. VI SKULLE BYGGE NOGET FANTASTISK, STORT, RUMMELIGT OG ÅBENT, DER FIK MENNESKER TIL AT FØLE SIG STORE. OO

Astrid: Det er, som du selv var inde på, en ny måde at tænke biblioteker på. Det handler ikke om bøger, det handler om mennesker, og det handler om at være et sted for os alle sammen, og at vi skal føle os store. Har du oplevet at der har været noget modstand eller nogle udfordringer i den proces?

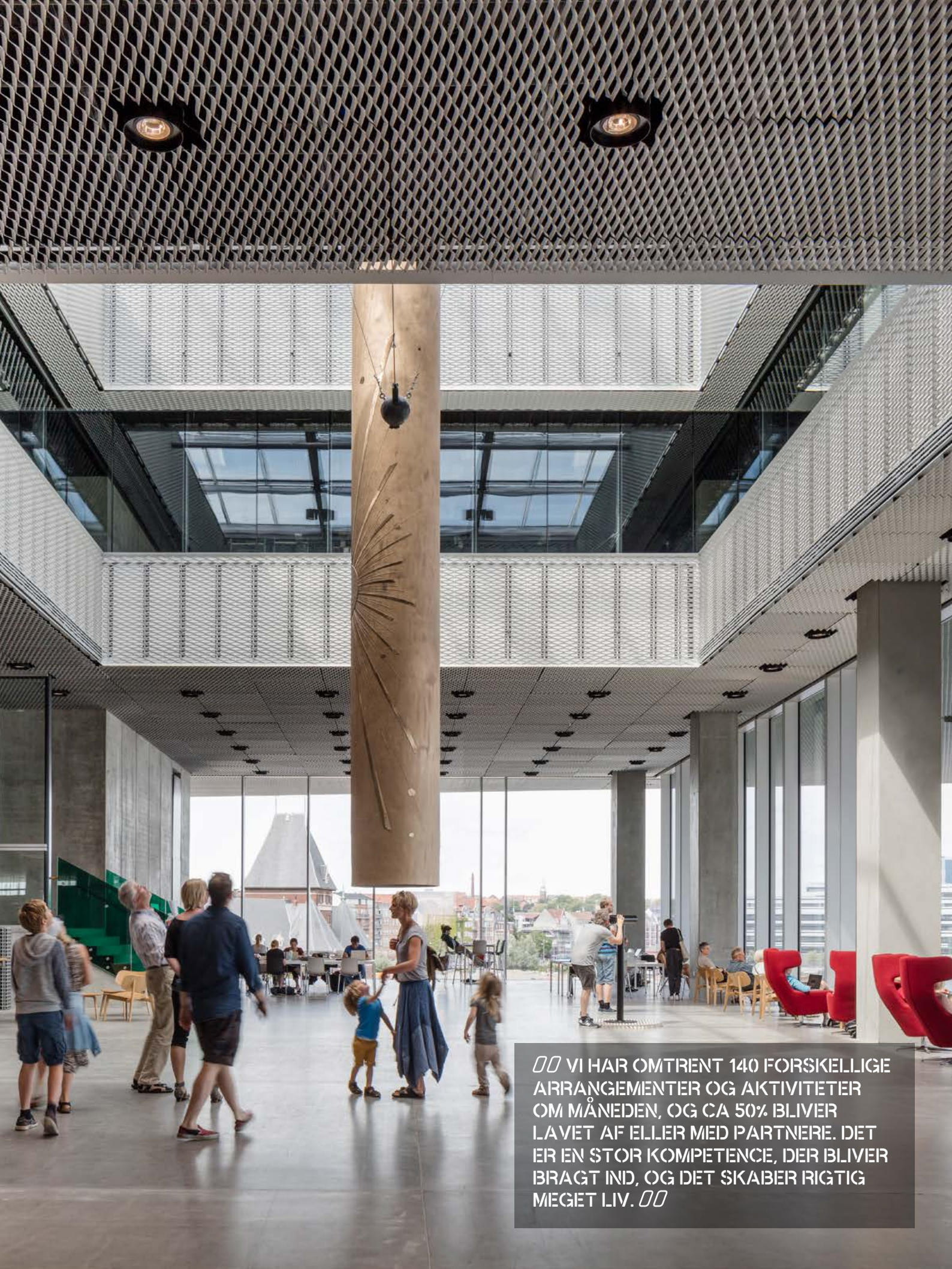
Marie: Bibliotekerne er et taknemmeligt sted for den type processer, for det ligger iboende i os altid at tage udgangspunkt i borgernes behov. I gamle dage gav det udslag i, hvilken bog man fik med hjem, i dag er det noget andet. Men det er klart, at det har givet nogle diskussioner om, hvordan vi arbejder med det, hvad vi skal bringe med i den rejse, og hvad vi ikke skal. Der har vi været gode til at bruge data og finde ud af hvilke behov der er. Jeg tror ikke, der har været stillet spørgsmålstejn ved, at det handlede om hvad borgerne havde brug for og ikke hvad vi synes de havde brug for. Det ligger iboende i biblioteksfolk. Jeg husker, at vi har haft mange gode diskussioner med vore rigtig dygtige arkitekter, fordi det er bøvlet, når man har en byggeproces og nogle deadlines, at man har en bygherre, der kommer og siger 'hov det ved vi for lidt om, vi er lige nødt til at lave en brugerinddragelsesproces', og de har tænkt 'hvorfor kan I ikke bare tage en beslutning om hvor de der stikkontakter skal være?'. Det øvede vi os sammen på, men de fik også en oplevelse af, at det gjorde deres design bedre.

OO JEG TROR IKKE, DER HAR VÆRET
STILLET SPØRGSMÅLSTEGN VED, AT
DET HANDLEDE OM HVAD BORGERNE
HAVDE BRUG FOR OG IKKE HVAD VI
SYNES DE HAVDE BRUG FOR. DET
LIGGER IBOENDE I BIBLIOTEKSFOLK. OO

Det er jo ikke sådan, når man laver brugerinddragelse, at man går ud og siger, 'hvad synes I, rød eller grøn?' og så siger de grøn, og så går vi med grøn. Det handler om at spørge om noget andet. Det handler om at vi qua vores faglighed skal transformere det over i noget andet.

Astrid: Hvad er det så for en slags spørgsmål, hvis ikke man skal spørge direkte?

Marie: Et af de allerførste store inddragelseforsøg, vi lavede, er meget godt opsummerende: Det var sammen med et lille arkitektfirma, der hedder KOLLISION, der udviklede et rullende bord i vores forandringsrum på det gamle bibliotek, hvor der var et kort over Danmark, et kort over Aarhus og et kort over verden. Så rullede man rundt med bordet over det her kort, og så var der små fremtidsfortællinger, som vi havde skabt som scenarier. Så havde vi borgere omkring bordet, der rykkede rundt og hørte på de historier, og så fik de spørgsmål som fx 'hvad for et sted kan du godt lide at være sammen med andre?', eller



00 VI HAR OMTRENT 140 FORSKELLIGE
ARRANGEMENTER OG AKTIVITETER
OM MÅNEDEN, OG CA 50% BLIVER
LAVET AF ELLER MED PARTNERE. DET
ER EN STOR KOMPETENCE, DER BLIVER
BRAGT IND, OG DET SKABER RIGTIG
MEGET LIV. 00

‘hvad er vigtigt, når du er alene?’

- nogle ting der handler om det at være menneske. Så bad vi dem fortælle det til bordet, som lagrede historien så de næste der kom kunne høre, hvad de forrige brugere havde fortalt. Dengang var det jo super sindrigt teknisk sat

op, og meget avanceret, men idéen er så utrolig rigtig og simpel. Det er et meget godt eksempel på det, som denne her proces har været, nemlig at bygge ovenpå hinandens idéer. Folk er eksperter på at være brugere med lige præcis deres kontekst, så det handler om at spørge ind til det. Det handler også om at sortere i de input, så man får dem analyseret godt nok, og det tager lang tid.

Astrid: Er brugerinddragelse og brug af data bare noget, der ligger i bibliotekets DNA, eller har der været nogle bestemte personer i Aarhus, der satte det i gang? Hvad var gnisten, der fik det til at lyse op?

Marie: Hvis man vil lave store forandringer, enten organisatorisk eller i samfundet, skal man have en brændende platform, og så skal man give folk en følelse af empowerment. De to ting tilsammen og det at man nemt og hurtigt kan gøre nogle ting, det flytter enormt meget. Vi vidste, at lige om lidt har vi et nyt hovedbibliotek, vi har travlt, vi skal finde ud af hvad det skal være, vi ved det overhovedet ikke, vi ved bare, at det skal være noget andet. Det var en stemning, vi sammen fik skabt på et tidspunkt hvor der var en masse gode folk, der var kommet ind, som havde lyst til at eksperimentere, og så havde vi ledelsesopbakning. Så var der i Aarhus også en begyndende grøde i det med brugerinddragelse. Der var noget, der hed ‘Aarhusmodellen for borgerinddragelse’, som man også i Aarhus var ret tidlig med, som handlede om fællesråd. Den tog vi og udvidede den til at fylde hele processen med den rygdækning, som den politik kunne give os.

Nogle gange er der mange ting, der kommer sammen, og så bliver det godt. Det er svært at sige hvad det lige præcis var, men mange gode energier på én gang.

Astrid: Er der noget der har overrasket dig? Og hvad har du lært om jeres borgere?

Marie: Jeg bliver konstant overrasket over den generøsitet, der er hos mennesker. Den glæde og den villighed til at dele ud af viden og idéer og tanker. Det synes jeg, vi har oplevet hele vejen igennem byggeprocessen og udviklingen, men også i dag. Det begynder man hurtigt at næres ved og pejle efter.

OO DET ER JO IKKE SÅDAN, NÅR MAN LAVER BRUGERINDDRAGELSE, AT MAN GÅR UD OG SIGER, ‘HVAD SYNES I, RØD ELLER GRØN?’ OG SÅ SIGER DE GRØN, OG SÅ GÅR VI MED GRØN. DET HANDLER OM AT SPØRGE OM NOGET ANDET. OO

Jeg har lært, at når man spørger folk, så svarer de. Det mener jeg positivt, også selvom de nogle gange siger noget, man ikke gider at høre. Det betyder noget for følelsen i et hus eller en organisation, at man involverer hele tiden. At have som en rygrad, at hver gang vi vil noget og forandre noget, kan det faktisk betale sig. Det er det der afgør, om man stadig er et sted, som mennesker har lyst til at komme.

Dengang vi åbnede, snakkede jeg med en mand som sad i en lænestol og kiggede ud over vandet. Jeg spurgte ham hvad han tænkte på, og han svarede "Nu har jeg boet i Aarhus i rigtig mange år, og jeg har ikke savnet biblioteket, men nu er det her, og nu kan jeg slet ikke forstå hvordan vi kunne leve uden". Så har man virkelig ramt noget. Hvis det bliver så naturlig en del af folks bevidsthed så hurtigt, så er det fordi, de selv har været med til at skabe det. Så har man vundet. Det synes jeg er ret flot.

Astrid: Det er også flot, at det er så mange mennesker og så mange forskellige mennesker, både børnefamilier, unge, ældre...

Marie: Ja, og det er det, der er så vanvittigt fantastisk ved DOKK1, fordi vi fik lov til at bygge det op fra bunden. Biblioteker er det eneste rum vi har i vores samfund i dag, hvor du mødes på tværs af alder, etnicitet, politisk overbevisning, religiøs overbevisning eller uddannelsesbaggrund, som er et ikke-kommercielt rum. Der er ikke nogen der prøver at sælge dig noget, og du skal ikke betale entré. Faktisk er vi et åbent byrum, bare med tag på.

Astrid: Hvad ser du som den største udfordring i forhold til at kunne lytte til publikum i den nærmeste fremtid?

Marie: Lige nu har vi ører på stilke i forhold til at lytte. Jeg kan se et enormt stort behov og et ønske fra folk om at være sammen og om at lave aktiviteter sammen. Jeg kan samtidig se en tilbageholdenhed på nogle af de dele. Vi har været spændte på - med et så stort hus til så

OO JEG HAR LÆRT, AT NÅR MAN SPØRGER FOLK, SÅ SVARER DE. DET MENER JEG POSITIVT, OGSÅ SELVOM DE NOGLE GANGE SIGER NOGET, MAN IKKE GIDER AT HØRE. DET BETYDER NOGET FOR FØLELSEN I ET HUS ELLER EN ORGANISATION, AT MAN INVOLVERER HELE TIDEN. AT HAVE SOM EN RYGRAD, AT HVER GANG VI VIL NOGET OG FORANDRE NOGET, KAN DET FAKTISK BETALE SIG. DET ER DET DER AFGØR, OM MAN STADIG ER ET STED, SOM MENNESKER HAR LYST TIL AT KOMME. OO

00 BIBLIOTEKER ER DET ENESTE RUM VI HAR I VORES SAMFUND I DAG, HVOR DU MØDES PÅ TVÆRS AF ALDER, ETNICITET, POLITISK OVERBEVISNING, RELIGIØS OVERBEVISNING ELLER UDDANNELSESBAKGRUND, SOM ER ET IKKE-KOMMERCIELT RUM. 00



store aktivitet og så mange mennesker - om det nogensinde blev det samme igen. Derfor øvede vi os de sidste 2 år på at lave helt små intime aktiviteter i store rum. Faktisk var det en god øvelse for os, for når man har store rum, så har man en tendens til at have meget store armbevægelser, men det skal man ikke altid. Nogle gang skal man være helt lille. Jeg tror udfordringen bliver at blive ved med at have de store armbevægelser samtidig med, at vi også laver de helt små, nære og intime ting. Og at blive ved med at have opmærksomhed på, hvad der flytter sig nu. For ting flytter sig hele tiden.

Astrid: Er der noget du gerne vil tilføje?

Marie: Det er ikke en udfordring men en kæmpe gave, at bibliotekerne har fået meget stærkt fokus på demokratiudvikling. Demokrati er vanvittigt vigtigt for os at holde fast i, og her mener jeg ikke demokrati som politisk styreform, men som deltagelsesdemokrati. Vi arbejder meget intentionelt med hele tiden at styrke det via de forskellige aktiviteter. Vi har meget stærkt fokus på hvordan vi kan skabe debataktiviteter i et trygt rum, hvordan vi kan lave aktiviteter der bringer folk i grupperinger, der ikke plejer at være sammen, sammen, og hvordan vi får nedbrudt de bobler, vi går rundt i. Det er ikke kun digitale bobler, det gør vi også i vores fysiske liv. Det bliver mere og mere vigtigt og værdifuldt, og der skal bibliotekerne spille en meget stærk rolle, både på et stort sted som DOKK1 men også de små biblioteker rundt omkring. 

OO HVIS MAN VIL LAVE STORE FORANDRINGER, ENTEN ORGANISATORISK ELLER I SAMFUNDET, SKAL MAN HAVE EN BRÆNDENDE PLATFORM, OG SÅ SKAL MAN GIVE FOLK EN FØLELSE AF EMPOWERMENT. DE TO TING TILSAMMEN OG DET AT MAN NEMT OG HURTIGT KAN GØRE NOGLE TING, DET FLYTTER ENORMT MEGET. OO

Marie Østergaard Som biblioteksdirektør for Aarhus Folkebiblioteker fører Marie tilsyn med Dokk1 (hovedbiblioteket) og 18 kommunebiblioteker. Siden starten af sin karriere i 2001 har hun været en del af Aarhus Bibliotekernes udvikling.

Fra 2005-2015 var Marie projektleder for opførelsen af Dokk1, implementering og idéudvikling samt indførelsen af nye formater for bruger- og borgerinddragelse i planlægning og bygning af Dokk1, der åbnede i juni 2015.

RESSOURCER & REFERENCER



Andre Horisonter Projektfolder

Projektleder: Lise Ørskov
Opgang 2 Teater, Århus 2021

Sammen med 9 provinskommuner vil Opgang2 Turnéteater styrke lokale sociokulturelle indsatser på ungeområdet - gennem udbredelse og forankring af Andre Horisonter, der rummer en professionel Opgang2 ungdomsforestilling og dramaworkshops. Målet er, at øge livsmod og livsappetit hos unge, som har ringe adgang til ungekulturaktiviteter lokalt - med fokus på dem, som er i risikogruppe for skoleudrop.



#CulturalDealEU Kampagne

Culture Action Europe
2020

The Cultural Deal for Europe was first launched on 18 November 2020, during a high-profile online debate with more than 500 attendees. The President of the European Parliament David Sassoli opened the event, echoing the call of the sector: “(We need to) think(...) of culture as a pivot for recovery, in particular for the green and digital transition but also as the social cement of a post-Covid world that needs to be rebuilt,” – he said.

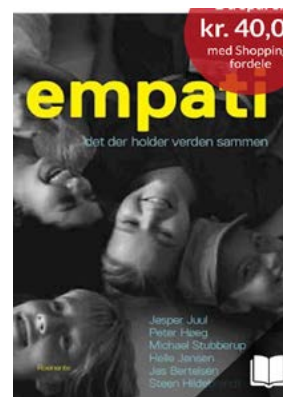




Empati Publikation

Jesper Juul, Peter Høegh, Michael Stubberup, Helle Jensen, Jes Bertelsen og Steen Hildebrandt.
Rosinante 2012

En vejledning i, hvordan man udvikler sine empathiske evner. Empati er evnen til indfølelse, til at sanse og forstå andres følelser og er et fundament for at binde menneskelige fællesskaber sammen. I bogen diskuteres det, hvordan man kan opøve sine empathiske evner og opnå en større selvforståelse.



KBH Plus Metode

Askov Fonden
2020

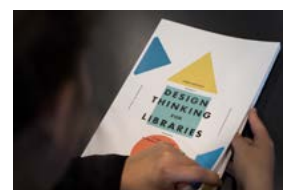
I KBH+ er de unges udvikling i fokus, og vi justerer vores praksis i forhold til de unges behov og interesser. Med metoden 'Udviklende relationer' har vi styrket vores praksis på tværs af fagligheder, da det har skabt et fælles sprog og systematik omkring det at arbejde med mennesker og deres udvikling.



Design thinking for libraries Toolkit

DOKK1, Chicago Public Libraries, IDEO
2015

The Public Libraries in Aarhus (Denmark) and Chicago (USA), with funding from the Gates Foundation, created the Design Thinking for Libraries toolkit to introduce a way of working that will help you understand the needs of your patrons and engage your communities like never before. We understand that the challenges facing librarians are real, complex and varied. As such, they require new perspectives, new tools and new approaches. Design Thinking allows us to work together to discover what our communities want and experiment to create services, programs and processes to meet their changing needs. This toolkit serves as an introduction

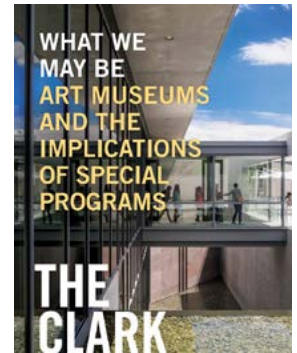




What we may be Publikation, pdf

Karleen Gardner m.fl.
Sterling and Francine Clark Art Institute, USA 2014

Stemming from a colloquium on special programs in museum education, this collection of nine essays explores new directions in museum programming for specialized audiences. Educators from art museums across the United States describe initiatives developed at their respective institutions, while incorporating ethics, sociology, and reflection into their discussions. This volume is the first in the What We May Be series, a new collection of texts focused on best practices and new thinking in museum education.



Emotions and learning in museums Publikation, pdf.

NEMO, 2021

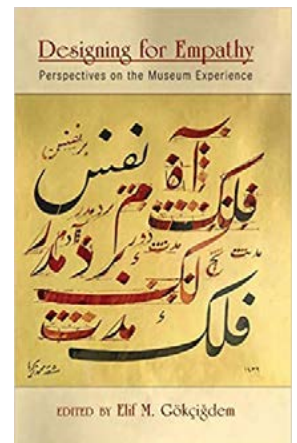
Museums are more than just exhibition spaces and are above all places for research, learning, growth as well as improving wellbeing by exchanging ideas and socializing. When visitors are emotionally involved, stories become unforgettable and memorable experiences are created.



Designing for Empathy: Perspectives on the Museum Experience Publikation

Elif M. Gokcigdem
American Alliance of Museums, 2019

Designing for Empathy expands our understanding of empathy and its potential for fostering compassionate worldviews and actions through a multidisciplinary exploration in three parts: "The Object of Our Empathy" explores how we define and perceive the "Other;" "The Alchemy of Empathy" introduces thirteen design elements of empathy that might lead to transformative learning experiences; and "The Scope and the Spectrum of Empathy" highlights the importance of positioning empathy as a cross-industrial shared value for the benefit of people and the planet.





Empathy Interventions: MIA Experiments with Cultivating Empathy in Museum Visitors

Artikel

Alice Anderson & Karleen Gardner
Minneapolis Institute of Art, 2021

På Minneapolis Institute of Art har bl.a. Karleen Gardner stiftet et empati center, der arbejder med at fremme den institutionelle empati på museet. Denne artikel handler om den proces:

“Recognizing this power of art, at Mia we have been experimenting with “empathy interventions” in the development of programs, tours, and exhibitions. We are working to weave empathy into our processes, through practices like community listening sessions and advisory groups, then study how empathy manifests for visitors in our galleries.”



Advancing the Strategic Impact of Human Centered Design

Publikation

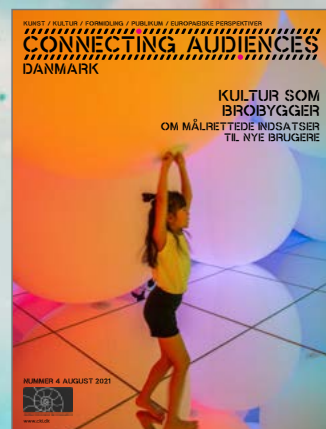
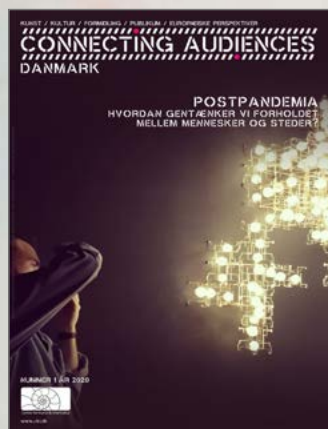
Miekevan der Bijl-Brouwer, KeesDorst
University of Technology Sydney, Faculty of Transdisciplinary Innovation and Design
Innovation Research Centre, PO Box 123, Broadway, NSW 2007, Australia

Many organisations realise that becoming more human-centred is key to dealing with today’s innovation challenges. Human-centred design (HCD) has potential to contribute to this goal. However, its current impact on strategic innovation is limited. In this paper we describe the evolution of HCD methods to date, and the challenges and opportunities of applying HCD in strategic innovation. We show that these challenges could be addressed by augmenting HCD with methods from the field of design innovation. To do this, we propose the NADI-model that links these two worlds by considering the different layers of practices and knowledge they contain, and show how the deepest level of this model can bridge human-centred design and strategic innovation.



Øvrige numre af Connecting Audiences

CONNECTING AUDIENCES DANMARK



CONNECTING AUDIENCES INTERNATIONAL



Vil du have mere Connecting Audiences Danmark?

Fra vores hjemmeside kan du downloade vores tidligere udgivelser, og du kan skrive dig op til at modtage magasinet i din indbakke - helt gratis

CKI TEAM



NIELS RIGHOLT er chef for CKI og arbejder med konsulentopgaver og projektudvikling. Niels er vice-president for Culture Action Europe i Bruxelles, formand for bestyrelsen for CommunityKulturCentrum i Malmö og medlem af bestyrelserne i bl.a. Teatergrad i København, Voksenåsen i Oslo og Audience Europe Network.



ASTRID ASPEGREN har gennem forskellige europæiske projekter en forståelse af brugerperspektiver og interkulturelle møder samt kuratoriske spørgsmål i et globalt samfund. Hun er redaktør for nærværende magasin samt projektmedarbejder i europæiske projekter.



PETER HOLTEN er uddannet i samfundsvidenskab, historie, filosofi og socialvidenskab, men har også en musikalsk baggrund både som musiker og som projektmager. I CKI har han sit fokus på kunstnernes vilkår og har til opgave at iværksætte initiativer, der kan støtte kunstnerne i deres arbejde.



ANNE BOUKRIS er tilknyttet CKI som underviser og projektudvikler. Hendes hovedkompetencer er strategisk kulturel innovation, facilitering og læringsdesign. Hun tilbyder stor erfaring inden for netværksledelse og partipatoriske metoder.



DENIECE GALONSKA har en kandidatgrad i Visuel Kultur fra Københavns Universitet med speciale i repræsentationer og perceptionsdannelse i human-teknologiske relationer. Deniece har erfaring med projektledelse og kreativ formidling i interesseorganisationer og har fokus på temaer som bæredygtig publikumsudvikling, inklusion og interkulturelle relationer.

KULTURELT DEMOKRATI betyder retten til at blive hørt, deltage i og udtrykke sig gennem kunst og kultur som individ eller sammen med andre. Dét arbejder CKI for i Danmark, Norden og Europa.

Ydelser

Inden for publikumsudvikling designer vi udviklingsprocesser i tæt samarbejde med kulturinstitutioner, freelancere, policy makers og forskere fra hele Europa. Vi arbejder for at forankre brugerperspektivet i kulturelle organisationer. Læs mere om vores ydelser og kontakt os via vores hjemmeside.

www.cki.dk



Modtag vores nyhedsbrev

Skriv dig op til CKI Nyt, så du hver måned kan blive opdateret på vores aktiviteter. Måske bliver du inspireret til, hvordan vi eventuelt kan bruge hinanden.

Du kan skrive
dig op her



DEN INTERNATIONALE REDAKTION

Vi fremmer, deler, provokerer, tiltrækker, og undersøger gode idéer og erfaringer med publikumsudvikling og cultural management i Europa og Sydamerika

Connecting Audiences International er en tænketank med speciale i cultural management og publikumsudvikling, som blev skabt i 2020 af en gruppe professionelle kulturaktører fra Europa og Sydamerika, der alle arbejder for den samme mission:

“At samarbejde og facilitere en formidling af viden og adgang til de bedste artikler, erfaringer, case studier, referencer og internationale ressourcer om forholdet mellem kulturorganisationer, offentligheden og miljøet for Europa og Sydamerika”.

Conectando Audiencias International er grundlagt af:

CENTER FOR KUNST OG INTERCULTURE

Danmark



**Astrid
Aspegren**



**Niels
Righolt**

MAPA DAS IDEIAS

Portugal



**Ilidio
Louro**



**Inês
Câmara**

MELTING PRO

Italien



**Ludovica
de Angelis**



**Patrizia
Braga**



**Giulia
Fiaccarini**

KRITIKER OG KULTURCHEF

Chile



**Javier
Ibacache**

NU FOUNDATION ADAM MICKIEWICZ UNIVERSITY

Polen



**Agata
Wittchen-
Barełkowska**



**Marcin
Poprawski**



**Mikołaj
Maciejewski**



**Piotr
Firyeh**

ASIMÉTRICA

Spanien



**Raúl
Ramos**



**Robert
Muro**



**Pedro
Pérez**



**Clara
Ajenjo**

ITALIEN



Melting Pro

MELTING PRO LEARNING

meltingPro | PROFESSIONE
CULTURA

Melting Pro (MEP) er en italiensk kulturel virksomhed, der ser former for kunst og kreativitet som potentiale til at forandre samfundet. En gruppe på syv kolleger, der tror på værdierne empati, respekt, social og miljømæssig retfærdighed og samarbejde.

POLEN



Adam
Mickiewicz
University
(AMU)

ADAM MICKIEWICZ UNIVERSITY

Adam Mickiewicz University (AMU) i Poznan er en af de største akademiske centre i Polen, rangeret som den tredjebedste universitet i Polen. AMU er grundlagt i 1919, og har 15 fakulteter og 50 uddannelsesprogrammer. Ud af disse er to fakulteter repræsenteret i dette partnerskab:

- **AMU Cultural Studies Institute**
- **ROK AMU Cultural Observatory**



NU
Foundation

NU FOUNDATION



NU Foundation er en non-profit organisation baseret Poznań, hvis hovedformål er at støtte udviklingen af professionelle, der arbejder i den kulturelle sektor og fremme relationer mellem forretning og kultur.

SPANIEN



Asimétrica

ASIMETRICA



Asimétrica blev stiftet i Madrid i 2010 med det formål at tilføre værdi til forholdet mellem kunstnere, organisationer og kulturelle & offentlige institutioner. Siden da har de ydet rådgivning, forskning, undervisning og praktisk rådgivning om kulturforvaltning, kulturel markedsføring og offentlig udvikling.



Mapa das
Ideias

PORTUGAL

MAPA DAS IDEIAS



Mapa das Ideias er en kulturel organisation grundlagt i Lissabon i 1999 dedikeret til forholdet mellem museer, offentligheden og samfundet. Med alt fra publikumsledelse og kommunikationsstrategier til undervisning og udstillingsdesign har Mapa das Ideias skabt en række løsninger til kulturelle organisationer.



Javier
Ibacache

SYDAMERIKA

JAVIER IBACACHE

Javier Ibacache er en kunst- og underholdningskritiker, programmør og kulturleder med speciale i publikumsudvikling. Han promoverede. I øjeblikket er han leder af afdelingen for kunstnerisk programmering og publikumsudvikling på Ministeriet for Kultur, Kunst og Kulturarv i Chile.



Center for
Kunst og
Interculture
(CKI)

DANMARK

CENTER FOR KUNST OG INTERKULTUR



Center for Kunst og Interculture (CKI) har base i København og arbejder for at fremme viden, undervisning, kulturel diversitet og forskning i deltagelse, samskabelse og udvikling i kunst- og kulturlivet.



Næste nummer af Connecting Audiences Danmark udkommer i februar 2022 og handler om kulturelt demokrati. Står vi overfor et paradigmeskifte? I nummeret vil vi forsøge at komme rundt om emnet ved at præsentere artikler og interviews om forskning, policy udvikling og eksempler på ny praksis.

Hvis du har lyst til at bidrage med en artikel, eller hvis du synes, der er noget, vi skal have med, så hører vi meget gerne fra dig.

Du kan skrive til os på aa@cki.dk

Vil du modtage næste nummer af Connecting Audiences Danmark direkte i din indbakke?
Så kan du skrive dig op på [vores hjemmeside](#)