RESERAPPORT - STUDIERESA TILL LONDON

Malmö Stadsbibliotek: Sami El Habti, Sara Volmefalk, Marta Machado och Linda Johansson

SYFTET MED RESAN

Anledningen till att vi ville åka till London var för att vi ville besöka en rad olika kulturinstitutioner som på ett radikalt och nydanande sätt jobbar brett med att sprida och nå ut med kultur till nya målgrupper. Hur gör man för att attrahera de grupper som inte använder kulturen idag?

Vi ville också titta på hur man jobbar med delaktighet, involvering samt kommunikation. Utöver detta var vi även intresserade av hur man designar lokaler till att bli mötesplatser, hur får man människor att vilja vara på en plats.

BAKGRUND

På Malmö Stadsbibliotek jobbar vi med ett relativt nytt projekt som heter MalmöKultur för alla. Syftet med detta projekt är att locka och inspirera fler malmöbor att ta en aktiv del i Stadens kulturliv. Bakgrunden till detta initiativ är Malmökommissionens rapport som i stort innebär en stor kartläggning över hälsan i Malmö och vilka strukturella faktorer som bidrar till densamma. I rapporten identifierade man kultur som en stark hälsofrämjande faktor. Vidare visar rapporten på stora strukturella skillnader i hälsa bland Malmös befolkning. Ekonomiska och sociala faktorer spelar stor roll, såväl som bakgrund samt utbildningsnivå, vilket också korrelerar väl med demografisk utsatta områden. Utifrån denna rapport har Malmö Stadsbibliotek inlett ett omfattande målgruppsarbete som i stort handlar om att nå ut till de grupper som av kommissionen identifieras som utsatta. För vårt projekt handlar det om att använda den idag välbesökta men delvis outnyttjade ytan i entrén för att visa upp och inspirera till kulturupplevelser bortom biblioteket. Projektet bygger till stora delar på samarbete med externa kulturproducenter.

SAMMANSTÄLLNING AV BESÖKTA PLATSER

1. THE BARBICAN

Creative Learning - Helping young people find their creative voice.

Vi besökte The Barbican, Europas största kulturcenter som arbetar brett med flera olika konstformer som musik, konst, dans, musik, teater och kreativt lärande. På Barbican finns även ett bibliotek öppet för allmänheten. Barbican är placerat i östra London, generellt sätt ett mindre priviligierat område som demografiskt karaktäriseras av bred etnisk blandning, många unga och med hög arbetslöshet.

Barbican ligger i en stor byggnad, centralt placerad och lätt att nå, gående, med bus eller via tunnelbana. Lokalerna är stora och ger ett varmt och inbjudande intryck. De publika utrymmena var fyllda av människor, pratandes, ätandes eller läsande. Många stolar och bord, fritt wifi, lättnavigerat med bra skyltar, bra och gratis toaletter, inget krav på registrering och stor tillgång till mat och dryck till fördelaktiga priser bidrar med största sannolikhet till mängden människor som uppehöll sig i lokalerna.

Vi träffade José Martin, projektledare på enheten Creative Learning, en enhet som jobbar utåtriktat i partnerskap med målgruppen unga boende i området. Avdelningen Creative Learning skapades 2009,med uppdraget att skapa förutsättningar och riktningar för delaktighet och engagemang inom kulturens olika genres, stilar och discipliner. Mycket av deras arbete baseras på en gedigen och grundlig kunskap om sin målgrupp, både demografiskt, etniskt och sociokulturellt. Får att nå ut jobbar de mycket med ambassadörer vilket underlättar kontakten med olika etniska grupper i området.

Creative Learning jobbar uteslutande kollaborativt, ofta med trepartslösningar. De verkar även för att göra kulturen prismässigt tillgänglig, att erbjuda en plattform för människor att vara kreativa samt genom att jobba uppsökande, lyssna på vad människor vill och är intresserade av, för lokalbefolkningen skapa relevanta och intressanta kulturupplevelser.

Teamet på Creative Learning jobbar också med utbildning, dvs de arbetar med att ge unga boende i området konkreta utbildningsmöjligheter med ambitionen att underlätta för dem att få jobb i ganska tuffa ekonomiska tider.

I detta arbete kan personalen inom Creative Learning inta följande olika roller:

- Connector - föra samman den etablerade kulturen med lokalsamhället och studenter, för att skapa banbrytande kultur för alla.

- Katalysator - igångsättare av kreativa partnerskap inom kulturen som erbjuder unga människor i området en unik möjlighet att delta i kreativa sammanhang.

- Curator – öppna nya vägar för människor att ta del av kultur, från en första erfarenhet till att utveckla intressen, förmågor, självförtroende, utbildning och eventuellt en karriär inom kulturen

VAD TAR VI DÅ MED OSS?

KUNSKAP OCH INTERAKTION

Det som inspirerade oss mest var enkelheten i hur de beskrev sin verksamhet, samtidigt som man förstår att det enkla bygger på en gedigen kunskap och erfarenhet, både om målgrupp samarbetsformer, interaktiva processer och inte minst om de möjligheter man kan skapa med kultur, delaktighet och visioner.

PARTNERSKAP OCH LÅNGSIKTIGHET

Vi tar också med oss deras systematiska, långsiktiga och professionella sätt att jobba i nätverk och i partnerskap med skolor, olika konstinstitutioner och inte minst, lokalsamhället. Att genom trepartlösningar och ambassadörer skapa långsiktiga samarbeten som ökar förutsättningarna för unga i området att ta del av utbildning, söka jobb, bli inspirerade, lära nytt, eller bli en aktiv part på den kulturella arenan.

REAKTIVT FÖRHÅLLNINGSSÄTT

Vidare jobbade de även med tydliga mål, kvalitetssäkring i form av systematisk utvärdering av alla sina projekt. Verksamheten kändes också imponerande reaktiv utifrån de sociala, kulturella och demografiska förändringar som kontinuerligt sker i närområdet. Detta prioriterades såväl i teori som i praktik.

DEN SOCIALA PLATSEN

Lokalerna var ett annat område som var intressant utifrån frågan hur man lockar till sig och skapar en plats där människor vill vara. Placeringen i området, det fria rummet som var designat utifrån människor behov, det fria och öppna skapade tillsammans en plats med låga trösklar där människor trivdes och ville uppehålla sig. Vi tror att det välkomna rummet och den enkla social platsen är oerhört viktig om man vill locka till sig besökare, och dessutom få dem att vilja stanna.

STOR BREDD PÅ KOMPETENS OCH ROLLER

Inom teamet fanns det en rad olika kompetenser och professioner, en bredd som betonades när det handlar om att möta olika behov, mänskliga som kulturella samt designa olika kreativa processer. Vidare fanns det en enkelhet i den roll som de kommunicerade utåt, vilka roller de kan ta i olika processer och även vad det inte gör. Något som vi tror ökar tydligheten både utåt och inåt och därmed blir viktigt både för personalen med även samarbetspartners.

2. LONDON CULTURAL STRATEGY GROUP

Its primary role is to develop the Mayor’s Culture Strategy - maintaining and promoting London as a world-class city of culture.

Vi träffade Amanda Decker, cultural strategic coordinator vid London City Hall som berättade om LCSG:s arbete.

LCSG tillhör Greater London Authority och är till för att sprida och bevara kultur i London. Ordförande är Iwona Blazwick, från Whitechapel Gallery (som vi också besökte). Medlemmarna i gruppen var, enligt Amanda, noga utvalda och mycket skickliga på sina poster, deras viktiga och krävande uppgift var att känna av och fånga upp det aktuella läget i sina geografiska områden. Att se behoven och att på bästa sätt formulera en kulturstrategi för kommande år utifrån detta, för att sedan lämna den till Londons borgmästare (Boris Johnson). Han måste inte följa deras förslag men han prioriterar detta område och lyssnar ofta på dem.

Boris Johnson arbetar mycket aktivt med den här frågan och hans kulturstrategi innebär bl a:

-Att bevara London som en kulturhuvudstad för att dra till sig turism samt investerare.

-Att förbättra och utveckla utbildning- och karriärsmöjligheter för, framför allt, unga människor som vill arbeta inom konst- och kultursektorn.

-Att medvetet arbeta med att låta infrastruktur och publika miljöer underlätta planering och utveckling av ett blomstrande kulturliv.

-Att se till att alla Londonbor har möjlighet att fullt ut delta i stadens kulturliv.

Hur arbetar man då med att nå alla Londonbor?

Genom att samarbeta och decentralisera. Genom att använda sig av kunskapen där den finns och genom att hitta rätt nycklar för att nå fram till just den grupp eller det geografiska område man vill nå! Man arbetar mycket med att hitta nya talanger och att underlätta för konstnärer/musiker att utöva sin konst. Många små rent praktiska saker kan göra stor skillnad i hur många man når, som t ex att flytta de kulturella tillställningarna från centrum till förorterna eller låta evenemang turnera runt i stadens alla delar eller att rabattera bussbiljetter in till centrum och se till att föreställningar och event äger rum där folk bor och efter deras arbetstider. Dessutom satsar man mycket på de unga. Det är de man måste nå för att ett mer aktivt kulturdeltagande ska komma naturligt i nästa generation.

VAD TAR VI DÅ MED OSS?

AMBASSADÖRER
Amanda Decker fann vårt arbete med Malmö Kultur För Alla intressant och hon ville gärna ta del av Malmö kommissionens rapport. Hon gav oss rådet att använda oss av ambassadörer, vikten av detta kunde inte nog betonas. Det måste finnas människor som lever och finns i de områden man vill nå, knutna till biblioteket/ projektet.

HELHETSSYN

Hon påminde oss också om vikten av att satsa på sådant som ligger i linje med de rådande stora politiska målen för Malmö Stad.

Ett bra exempel från London var ”Big Dance”, en stor festival, med inledande uppsamlingsaktiviteter för barn, som blivit en stor succé och inte bara var ett fantastiskt kulturellt evenemang, med över 800 delaktiviteter och sammanlagt över en miljon deltagare, utan också ett projekt helt i linje med det uppsatta politiska målet att få barn och ungdomar att röra på sig mer, äta bättre och i förlängningen bekämpa barnfetma.

Ett annat exempel var en stor festival som visade upp döva/funktionshindrade konstnärer.

Vi vill ha med oss tanken att hålla oss till större övergripande teman som exempelvis ”Hälsa”, ”Politiskt deltagande”, ”Hållbarhet”. Vi måste kunna motivera varför vi gör något, och det vi gör bör vara en del av ett större sammanhang.

SAMARBETEN

Vi påmindes även här om vikten av att samarbeta och att hitta rätt samarbetspartners i rätt tid. Att bygga mer långsiktiga samarbeten, samtidigt som platsen och formen för just vårt projekt ska kunna användas vid mer spontana samarbeten under kortare perioder.

3. WHITECHAPEL GALLERY

Vi bestämde oss för att göra ett studiebesök på Whitechapel gallery som även det ligger i de östra delarna av centrala London. Whitechapel är ett galleri där modern konst ställs ut och inträdet är gratis. Öppettiderna är generösa och det är öppet året runt. Galleriet skapades 1901 för att ”bring great art to the people of the East End of London”. Ytorna är stora och flexibla och utställningsområden samsas bl a med historiska arkiv, en mindre filmvisningslokal, konstförsäljning, en bokhandel samt inspirerande konstkurser.

Whitechapel gallery är internationellt känd inte bara för sina utställningar utan även för sina banbrytande utbildningar. Fokus ligger på barn och workshops hålls inom konst av personal på galleriet som tillhör ett utbildningsteam. Det finns även artistledda utbildningar. Följande utbildningsindelningar görs:

- Skolor och lärare – man erbjuder skolor att komma dit med grupper för att utveckla idéer, kunskap och skapa diskussion kring konst och skapande. Artister bjuds in av galleriet för att arbeta nära mer lärare.

- Familjer och barn – familjedagar inspirerade av pågående utställningar, tecknarworkshops för 10-15-åringar, workshops för små barn samt möjligheten för föräldrar med barn under ca 3 år att gå guidade utställningsturer anordnas.
- Tonåringar – 15-21-åringar erbjuds att upptäcka modern konst och träffa konstnärer i artistledda workshops.

- Område – anknytning med människor som bor och arbetar i östra London. Ett utforskande av området, platsen och identiteten med hjälp av workshops och artistprojekt - både på galleriet och utanför.

- Allmäna kurser – för allmänheten hålls kurser inom t ex internationell konst och praktisk kunskap i hur konst visas upp.

Värt att notera är även deras barnkomission som varje sommar bjuder in barn och dess familjer till att tillsammans med en artist fördjupa sig i konst och skapande. Målet är att inspirera familjernas interaktion med konst och njutning av den.

VAD TAR VI DÅ MED OSS?

TILLGÄNGLIGHET FÖR ALLA

Att galleriet är helt gratis att besöka för alla känns som ett bra val. Även wc-besök och garderob är kostnadsfritt. Vi förstår att det på det viset bjuder in en bredare målgrupp att besöka platsen. Ibland kan trösklar lätt sänkas genom små och enkla lösningar.

DEN SOCIALA PLATSEN

Flexibiliteten i lokalerna var tydlig. För att ständigt bjuda in till nya utställare krävs det att platsen kan tillmötesgå behovet som önskas vid en specifik period. Ett enkelt exempel var s k lister i taket för upphängning och avskärmning. En bemannad information som tillhandahåller väsentlig information om galleriet och vad som

händer där kändes nödvändig. Till sin hjälp hade de flera broschyrer med tydlig information om vad som händer på Whitechapel gallery.

Galleriet delades in i olika områden vilket bjöd in till lugn och fokus inom varje del. Men även en möjlighet till att ha olika utställningar samtidigt. Att det finns andra saker i samband med konstutställningar som t ex bokhandeln men även möjligheten att på plats kunna köpa billigare konst av konstnärer.

UTBILDNING OCH INBJUDAN

Vi hänfördes av den breda utbildnings- och kursverksamheten man hade på plats. Samarbetet med skolor, lärare och barn kändes väl utvecklat. Att bjuda in allmänheten till att lära sig mer om konst bidrar till en öppenhet i verksamheten. Att ta del av något sådant skulle i längden kunna leda till att (de östra) londonborna fördjupar sig i konstämnet i ett vidare perspektiv men även till ett ev intresse till att aktivt ta del av annan kultur än bara konst.

4. THE ROYAL OPERA HOUSE

Tanken var att ett studiebesök skulle göras på The Royal Opera House. Detta för att de arbetar tillsammans med The Greater London Authority och har stora gratisskärmföreställningar utomhus i centrala London. Tanken är att locka londonbor till konst och kultur genom föreställningarna och även anordna rundturer, workshops och undervisningstillfällen. Föreställningarna ges på flera storskärmar i staden mellan perioden maj och september och bl a finns en av de populäraste skärmarna på Trafalgar square där man under 2014 bl a visat La traviata och La bohème. Allt är gratis.

Då föreställningsperioden var slut i oktober samt att vi fick nyttig och övergripande information om projektet vid vårt möte med The London Strategy Group så valds dock det här studiebesöket bort.

5. IDEA STORE WHITECHAPEL

Mot slutet av nittiotalet började antal besökare sjunka på Londons bibliotek. En varningsklocka som fick de ansvariga att ställa sig frågan: vad har biblioteket för roll i samhället? Frågeställningen blev sedan grund till ett stort forskningsprojekt med syfte att undersöka brukarna och titta närmre på deras behov. Resultatet visade att brukarna tyckte att så länge biblioteket fyller deras behov och anpassas efter deras livsstil (med bra öppettider och en strategisk placering) så kommer de att använda

det. Som ett led i resultatet föddes ett nytt koncept, Idea Store, som bygger på att bredda deltagandet på biblioteket, livslångt lärande och tillgång till information.

Idag finns det 8 st Idea Stores i London. Vi besökte Idea Store Whitechapel som öppnades i september 2005, och som erbjuder besökarna en stor samling av böcker, CD-skivor, filmer, tidskrifter, barnbibliotek, kafé, gratis internet samt diverse kurser.

Whitechapel är på det stora hela mer än ett bibliotek. Förutom allt som ett traditionellt bibliotek erbjuder finns möjlighet att deltaga i kurser av olika slag. Där finns också en lokal för dans- och yogakurser. Kurser och workshops finns för både barn och vuxna. Exempelvis inom språk, släktforskning, matlagning, textilslöjd, etc.

Som ett generellt koncept är Idea Store också med och arrangerar olika festivaler inom till exempel poesi och annan litteratur. De delar dessutom ut priser inom områdena ifråga.

I själva Idea Store finns utställningar och gallerier som regelbundet byts ut mot nytt.

VAD TAR VI MED OSS?

KÄNSLA AV TILLHÖRIGHET

Idea Store har en förmåga att skapa sammanhang och relation till den omgivande miljön i samhället. Exempelvis tog utställningarna upp samhällsaktuella frågor och tankar, som speglar den multikulturella anda som råder i området ifråga där Whitechapel är beläget. Något att ta med sig från detta är hur de lyckas skapa ett sammanhang, biblioteket och samhället emellan, även för vuxna. På många barnbibliotek i Sverige kan barnen rita teckningar som sedan sätts upp och skapar en känsla av tillhörighet med biblioteket ifråga. Detta är en aspekt som är nog så viktig även för vuxna individer och som vi här i Sverige bör dra lärdom av. Känsla av tillhörighet gör att alla engageras mer.

STRATEGISK PLACERING

Idea Store Whitechapel har även en strategisk placering i staden; en mångkulturell stadsdel med bland annat en omgivande stor marknad. De stadsbor som bor i området behöver naturligt, för deras vardagliga behov, passera biblioteket. Idea

Store blir därför mycket tillgängligt och steget in i verksamheten blir inte så långt för besökare.

EXPONERING AV BÖKER

En annan lärdom att ta med sig är sättet de exponerar böcker på. De lägger böcker med framsidan upp på flera olika bord inne i byggnaden. Det blir som ett smörgåsbord för besökaren som lätt får en översikt och lockas till att ta upp en bok och titta. Det blir lite som en bokhandel, men med syfte att inspirera till läsning. De som inte är läsvana får på ett enkelt sätt möjliga uppslag. De hade exempelvis ett bord med böcker skrivna av nobelvinnande författare. På plats fanns även en väl synlig hylla med böcker som nyss har lämnats tillbaks av andra personer. Besökare kan därmed bläddra i dessa exemplar och även få idéer till läsning, då de förhoppningsvis inspireras till läsning av det som andra individer har läst.

MARKNADSFÖRING OCH INFORMATION

Idea Store har även ett modernt sätt att marknadsföra sig, genom bland annat tilltalande färgglada affischer och skyltar inne på biblioteket. Dessa presenterar å ena sidan kommande evenemang, kurser och liknande inom Idea Stores väggar, och å andra sidan även de fördelar som finns med att skaffa ett lånekort. Dessutom finns foton på olika människor med deras berättelser kring deras erfarenheter av något de har tagit del av inne på Idea Store. Någon har tagit en danskurs och en annan har förbättrat sin engelska, och i sin tur framhävs det positiva med upplevelsen.

PERSONAL

De anställda på Idea Store är nödvändigtvis inte biblioteks- och informationsutbildade utan det verkar som de vill samla folk med olika typer av kompetens. Det verkar finnas ett stort fokus på litteraturintresse, bemötande, jämlikhet och engagemang vad gäller att göra en skillnad för individer i samhället.

GENERELLA SLUTSATSER/IDÈER/NYA TANKAR

Vi fick mycket inspiration, tips och kunskap med oss hem. Vissa idéer möjliga att använda direkt, andra behöver omarbetas i gruppen och anpassa lite mer efter våra förutsättningar och vårt koncept. Att vi fick åka hela gruppen kändes också värdefullt då det ger så mycket att få uppleva tillsammans och sedan kunna prata om intryck, tankar och den inspiration man fått med sig.

Det stora som vi tar med oss var placeringen och integreringen i lokalsamhället. Platserna vi besökta var ofta placerade där människor bodde, de var lättillgängliga och gratis. De hade en bra idé men jobbade även väldigt reaktivt och var därmed mycket förändringsbenägna. Man samverkade bra med ambassadörer, partners och den målgrupp som man vände sig till. Detta utåtriktade arbetssätt baserades på en stor kunskap – om såväl samhället som lokalbefolkningen.

Att de också delade bilden av kultur som en stark kraft i fråga om hälsofrämjande men även möjliggörare av utveckling och förändring, kändes stärkande för det arbete som vi kommer att bedriva