

Förnyelse av kulturinstitutioner  
Stiftelsen framtidens kultur

# **Jakten på publiken**

**Ett seminarium om  
kulturinstitutionerna och publiken**

**Umeå 20-21 oktober**

## Förord

---

Vänder sig kulturinstitutionerna till en publik som inte längre finns? Hur ser dagens publik ut och vad ska vi möta och utmana den med? Har vi idag en publik som går mot två ytterligheter: dels en ung som blir allt mer specialiserad, dels en som köper upplevelsepaket där kulturevenemanget bara är en del? Hur hanterar kulturinstitutionerna denna förändrade publikbild?

Är publiken mer intresserad av att uppträda själv än att konsumera kultur? Vågar kulturinstitutionerna arbeta *med* sin publik, inte bara *för* den? Gör massmedias kulturbevakning publiken ”dummare” än den är?

Många av kulturinstitutionerna har grundats under en kulturpolitik som har satt folkbildningen och en demokratisk kulturspridning i centrum, men var sker dagens folkbildning – på kulturinstitutionen, i studiecirkeln eller på festivalen?

Stiftelsen framtidens kulturs programområde Förnyelse av kulturinstitutioner anordnade den 20-21 september 1999 ett seminarium i Umeå kring publiken. Seminariet var det sista i en serie om tre varav det första, som ägde rum i Göteborg den 15-16 mars 1999, behandlade huset, och det andra, som ägde rum i Visby den 17-18 maj 1999, diskuterade konstnären.

Denna dokumentation sammanfattar innehållet av Umeåseminariet. Sist i dokumentationen finns en kort presentation av de medverkande föreläsarna och debattörerna.

---

*Seminarieplanering och ledning:* Maria Fridh och Rikard Hoogland

*Moderator:* Mårten Arndtzén

*Konferensproducent:* Gunilla Jakobson

*Medhjälpare:* Anneli Modin

*Dokumentation:* Petra Vainionpää

**Innehåll:**

<b>FÖRORD</b>	<b>2</b>
<b>FOLKBILDNINGEN, MARKNADEN OCH KULTUREN</b>	<b>4</b>
<b>HUR SER DAGENS PUBLIK UT?</b>	<b>16</b>
<b>DOKUMENTÄRFILM OM FRAMTIDEN</b>	<b>32</b>
<b>PAKETERAD UPPLEVELSE</b>	<b>33</b>
<b>CHRISTOPH SCHLINGENSIEFS ARBETE</b>	<b>47</b>
<b>DET NYA HUSET</b>	<b>59</b>
<b>VILL NI VETA VAD PUBLIKEN TYCKER?</b>	<b>68</b>
<b>PUBLIC SERVICE</b>	<b>72</b>
<b>MILLENNIUMPROJEKTET – VI GÖR DET KLOCKAN TOLV...</b>	<b>76</b>
<b>PUBLIKEN SOM MEDAGERANDE</b>	<b>82</b>
<b>MEDIAS PÅVERKAN PÅ KULTUREN</b>	<b>91</b>
<b>PRESENTATION AV FÖRELÄSARE OCH DEBATTÖRER</b>	<b>109</b>

## Folkbildningen, marknaden och kulturen

---

*Att förgifta de lägre klassernas sinnen (Björn Linnell)*

*Björn Linnell:* Oavsett om vi pratar om kulturpolitik, utbildningspolitik, publik eller konstnärligt skapande, så talar vi om makt, samhällssystem och synen på vilka klasser som finns, vilka klasser vi ska lyfta eller sänka, vilka klasser som ska bort och vilka klasser som ska fram.

Jag har valt två historiska scener för att belysa detta. Den ena är Sverige på 1830-talet och den andra är ett samtida USA.

Min första hjälte är Esaias Tegnér som under 1830-talet utvecklades i en mycket konsekvent konservativ riktning. Medan Erik Gustaf Geijer dök upp som den som såg framåt, tittade Tegnér med envishet bakåt. Och eftersom många av oss hellre tittar bakåt än framåt, kan det vara intressant att se hur en person i vår historia gjorde detta. Det är möjligt att ni känner igen er...

Tegnér såg exakt samma saker som Geijer. Han såg medelklassen växa fram. Han såg den liberala pressen skapa opinion. Han såg att det finns en grupp vid sidan om det gängse etablerade samhället som pockade på. Och han sade bestämt: "Så får det inte vara – det här måste vi stoppa." Varför gjorde han det? Vilken var hans drivkraft?

Jag tror att Tegnér – till skillnad från Geijer – vägrade se att det fanns något inom ramarna för det bestående som kunde förbättras. Skulle det förändras, skulle det ske till det sämre. Han sade exempelvis att det var cyniskt att utbilda människor för något som de aldrig kunde bli. Det var lurendrejeri att ge människor kunskaper om förändringar för deras egen del, som de sedan aldrig skulle bli delaktiga i.

Därför gick Tegnér till kraftigt angrepp mot den liberala pressen som han menade förledde folk, vilket var det värsta han visste. Han menade t.o.m. att han själv förledde människorna genom att göra sig till en stor poet. Han sa: "Pöbelns smak för mina dikter är att förleda dem. Vi får inte förleda de som vi inte kan ge ekonomiska möjligheter att leva upp till det vi erbjuder dem."

Han såg inte några ekonomiska möjligheter för detta, eftersom han inte såg industrins tillväxt som en möjlighet och inte heller det nya samhälle som Geijer upptäckte. Han såg bara staten och präststaten, och präst var det enda man kunde bli i det utbildningssystem han såg framför sig. Alltså skulle vi utbildas i latin, våra klassiker och att vår ordning är som den är.

Vad hände då med den liberala pressen, med opinionen, med pöbeln, med medelklassen i hans bild? Hans menade att det bara fanns ett skäl till att li-

beral press skrev om medborgerliga rättigheter, att alla var fria och att alla skulle kunna göra vad man vill: man ville sälja tidningen.

Cynismen i den liberala pressens uppeggande av opinion, var att opinionen fanns till för att få prenumeranter. Det var inte vad man sa som var viktigt, utan *att* man sa något. Tegnér kallade det ”entreprenadaktion i frihet och upplysning”.

När han gick emot den liberala opinionsbildningen var det inte för att han var emot deras idéer. Dessa var han tämligen ointresserad av. Men han var emot att pressen gick ut till massorna och förgiftade de lägre klassernas sinnen, utan att kunna leva upp till de förväntningar man därmed skapade och inte kunde fullfölja. Opinionsen blev ett pöbelvälde iscensatt av kapitalet för att sälja prenumerationer, medan medborgaren tvingades dra sig tillbaka.

Mot honom stod Geijer som såg en ny klass komma, och som såg möjligheten för denna klass i form av industrier, ekonomisk utveckling och nya yrken. Därför talade Geijer i stället om att skolan skulle ge yrkeskunskap, om att bryta sönder latinväldet etc.

Jag tycker att Tegnér's argumentation är mer intressant i dag. När man går ut och säger att människor ska utbilda sig i ett livslångt lärande, vad är det egentligen man vill lära ut? Livslångt lärande eller livslångt lidande? Vad erbjuder vi? Det är Tegnér's konservativa traditions tuffa frågor till oss.

Nu hoppar jag till USA. I mitten av 1980-talet kom boken ”The Closing of the American Mind” av Alan Bloom. Boken var ett konservativt angrepp på det som då uppfattades som ett hot – relativismen, det multikulturella i diskussionen om kunskapens värderelativitet.

Alan Blooms poäng är densamma som Tegnér's – att detta är ett hot mot en livsform, och att denna livsform måste skyddas. Hotet består av att olika kunskaper dyker upp samtidigt och att det bildas särintressen som hotar det etablerade grundintresset. Blooms ståndpunkt är samhällsintresset och individens inordning under samhället för att samhället ska bestå och för att individen ska må gott. Och individen mår inte gott om den splittras upp, krossas och får särintressen i allt för hög grad.

Om vi hårdrar det hela, skulle den multikulturella linjen representera att det enskilda särintresset har rätt till sin del av världen, sin historia. Den behöver inte underordna sig samhällets gängse, utan kan ha sin bild av verkligheten. Och det är viktigt att man får tillåtelse och möjlighet att förverkliga denna i form av kunskaper, universitetsstudier etc.

Mot det kommer en tredje linje som representeras av Martha Nussbaum. Hon tar avstånd från båda dessa tidigare linjer och etablerar ett nytt begrepp – medborgarkunskap. I sokratiske mening menar hon att samhället bara kan utvecklas om individen utvecklas, och att individen bara kan utvecklas i samverkan med samhället.

För hennes del handlar det om att uppfostra till sokratiska medborgare, dvs. att kunskapen om omgivningen möjliggör distansen till sig själv. Det är genom kunskap om omgivningen som vi kan få syn på oss själva och bris-terna i vår egen grupps särintressen. Hon accepterar att det finns särintressen och säger att de är obevekliga. I kraft av kön, klass, geografisk uppväxt osv. har vi särintressen. Vi har bilder av världen som är formade av oss. Men mot det ställs nödvändigheten av kunskap om det andra. Inte för att vi ska lära oss det andra i största allmänhet, utan för att vi ska få syn på oss själva.

Tre hållningar i amerikansk samtid:

- Vi har något som hotas av något annat. Därför måste vi slå ner det som hotar, för att behålla det vi har.
- Det som är, är hotfullt. Därför måste vi slå ner det för att bygga upp särintressena, gruppidentiteterna, våra egna identiteter. Rätten till en teater i Västerbotten är viktig för Västerbottens identitet – oavsett vad som sker i Stockholm.
- Det är viktigt att gå utanför sina ramar, för att få syn på sig själv. Det är viktigt att stockholmarna går på teater någon annanstans än i Stockholm för att få syn på Stockholm. En sokratisk hållning.

Jag vill sluta med att citera ur Aristofanes "Molnen" som handlar om utbildning och om Sokrates.

I berättelsen uppstår en diskussion mellan den äldre mannen som tycker att utbildning ska vara ordning och reda, patriarkalisk och att man ska lära sig saker – gärna utantill. Då får man nämligen enligt Aristofanes: "högt och brett bröst, smal tunga, fasta skinkor, små könsorgan." Det sistnämnda betraktas vid den här tiden som en tillgång, eftersom det tyder på manlig självkontroll.

Mot denna utbildning ställer den unge eleven ifrågasättandet, det sokratiska. Men då får man enligt Aristofanes: "stor tunga, ett försjunket smalt bröst, slappa skinkor och stort könsorgan".

Diskussionen har alltså funnits länge, men argumenten har varierat.

---

*Marknaden, kulturens bästa vän (Carl Rudbeck)*

*Carl Rudbeck:* Jag ska liksom Björn Linnell börja med att berätta en anekdot.

Någon gång på slutet av 1830-talet reste den franske romanförfattaren Stendhal runt i Frankrike. En dag kom han till en liten stad där han hade ett viktigt affärsmöte på kvällen. När han kom fram fick han reda på att man just denna kväll skulle ge en föreställning av en opera av Rossini i staden. När

Stendhal insåg detta hittade han på en lögn för att krångla sig ur sitt möte, för att i stället kunna gå på denna opera.

Och på 1830-talet, var detta säkert ett klokt beslut. Möjligheten att få lyssna till en opera var högst begränsad; endast de rikaste kunde göra det och då bara ett begränsat antal gånger. Publiken var försvinnande liten och det fanns inga möjligheter att mekaniskt reproducera upplevelsen. Opera, och all annan konst, var dyr och ett privilegium för de besuttna och bemedlade. Och så har det varit fram till helt nyligen.

Trots statsstöd, subventioner och mecenater har konsten, finkulturen, Gunnar Ekelöfs dikter och Stravinskij's musik nästan alltid varit förbehållet de få – ”the happy few” som Stendhal kallade sina egna framtida läsare. Jag vet inte vad Stendhal menade med ”few”. Om han hade sett vilken jättepublik han idag har i massor av länder hade han nog använt ett annat ord...

Det är inte alltid populärt att påpeka det, men högklassig kultur säljer ute på marknaden. Alla som någon gång trängts i Sixtinska kapellet eller stått i kö för att komma in på Louvren i Paris vet att det stämmer. Möjligen tycker många att jag är naiv, men min övertygelse är att om man har en bra vara så behöver man inte jaga publiken – den kommer självmant.

Det kulturstöd som finns har alltför ofta varit en transferering från mindre bemedlade till mera. Stödet till operan i Stockholm är väl det mest iögonfallande exemplet på hur man tar pengar från de fattiga och ger till en liten, vanligen ganska välmående, elits njutningar. Naturligtvis kommer detta att fortsätta länge än – dels på grund av sakernas inneboende tröghet, dels på grund av att de som vill att det ska fortsätta på detta sätt har tillgång till media och kan göra oväsen om man tummar på deras privilegier.

Men ur den vanliga kulturkonsumentens synvinkel har nog Sverige aldrig varit ett bättre land att leva i än vad det är i dag. Och Sverige är inte unikt – det gäller de flesta europeiska länder och allt fler länder också i andra delar av världen.

Aldrig har den bästa kulturen varit så allmänt tillgänglig som den är i dag, och aldrig så billig. Detta har skapat en stor publik också för det smala och det exklusiva. En mäsja av Palestrina, Jorge Luis Borges eller Charlie Parker kommer aldrig att sälja lika mycket som Michael Jackson, ABBA eller John Grisham, men de behöver inte göra det. De säljer tillräckligt för att de stora skivbolagen ska fortsätta ge ut dem och för att förlagen ständigt ska komma med nya utgåvor, nya översättningar.

En av orsakerna till detta är att mycket av den bästa kulturen idag säljer på en global marknad som sträcker sig från Umeå till Sydney. Det finns kommersiella publikers också för det smala och det exklusiva.

Om man inte bor i en någorlunda stor stad räcker det med att ha tillgång till en dator för att skaffa sig det bästa. Trots prat om för hög bokmoms – och

visst är den för hög, men det är också all annan moms – så är böcker billigare än vad de var för hundra år sedan. CD har gjort att musik finns att tillgå i mängder som aldrig förr. Visst dominerar pop och rock, men genom det faktum att det numera finns en global marknad, att allt finns tillgängligt i alla världsdelar, kan man också i Stockholm köpa utmärkta inspelningar av inte bara kända renässansmässor utan också av ganska obskyra sådana. Utbudet är häpnadsväckande.

Utrustad med 500 kronor kan man köpa en bra upplaga av Prousts ”På spaning efter den tid som flytt”, köpa ”Goldbergvariationerna”, hyra ”Till sista andetaget” och kanske få en slant över till en flaska rödvin. Det är alltså en väldigt billig kultur.

Man behöver inte gå alltför långt tillbaka i tiden för att se att produkter av denna typ då var förbehållna vad som kallades överklassen. Det finns flera orsaker till denna revolution, men om alla dessa orsaker har en gemensam nämnare så är det just marknaden, som drivit fram alla de tekniska innovationer som gör den demokratiska spridningen av kulturen möjlig genom att göra den billig.

Men också demokratins och liberalismens spridning till allt flera länder har gjort det möjligt för allt fler människor att få något litet över vid varje månads slut, och just detta lilla överskott förvandlar dem till potentiella kulturkonsumenter. I ett slags dialektik har marknaden skapat både CD-spelaren och den publik som har råd att köpa skivor att spela i den. Den har skapat möjligheter att framställa böcker billigt och konsumenter som har råd att köpa dem.

Kanske kommer inte den genomsnittlige kulturkonsumenten omedelbart att beställa Mallarmés samlade dikter på nätet utan i stället köpa en tv. Men en tv är för många det första steget i en estetisk skolning. Många fastnar där men ett kanske procentuellt sett litet, men i rena tal stort, antal går vidare och kräver mer substantiell kultur.

För övrigt tycker jag att man i mycket av populärkulturen kan se bland det bästa som skapas i dag. Ta den av många förkättrade serien ”Cityakuten”. Förra avsnittet var ett under av skicklig dramaturgi.

I den till svenska nyss översatta boken ”Moteld” beklagar sig den franska sociologen Pierre Bourdieu över att globaliseringen, som han avskyr, är en globalisering av det sämsta. Han är som de flesta andra inom kulturetablisemanget mycket pessimistisk, och beskärmar sig högljutt över globaliseringen som han ser som liktydig med amerikanisering och marknadsekonomi. Detta, menar han, och många med honom, för med sig ytlighet och förflackning. De små kulturerna hotas och snart är vi alla offer för de stora media-konglomeraten som förtrampar det sanna och det sköna, och som inget hellre vill än att förvandla hela den kulturella världen till ett Disneyland där vi är villiga och fullkomligt sinnesavtrubbade konsumenter.



Detta tror jag är en vrångbild. Orsaken till att den fått så stor spridning är att alltför många av de hittills ledande rösterna på den kulturella scenen känner sina egna privilegier hotade. De har så att säga fått sina diskursiva privilegier indragna. Deras positioner är hotade, och alltså måste de vara emot.

De har vant sig vid att få tala ostört, att folk lyssnar och att deras produkter möts av allmänhetens beundran. De är kort sagt inte vana vid att konkurrera på en global, och ofta inte så lite anarkistisk, marknad där nästan allt finns tillgängligt överallt och alltid.

Men egentligen borde alla kulturproducenter – popstjärnor som centrallyriker – kunna dra nytta av alla dessa landvinningar, som är både tekniska och sociala, och jag gissar att allt fler gör det. Vi har bara sett början på IT-revolutionen som är den största sedan Gutenberg uppfann tryckpressen. Det kan förtjänas att påpekas att nätet idag är ca 2 000 dagar gammalt. Vi befinner oss i den allra första lilla början av en dynamisk utveckling. Lika lång tid efter att Gutenberg upfunnit tryckpressen hade nog i stort sett inget hänt – annat än att en viss kulturkonservativ krets klagade över hur fula böckerna var i jämförelse med de vackra manuskripten.

Idag har vi ”print on demand” och böcker på nätet, vilket gör att snart sagt vem som helst kan bli publicerad. Egentligen håller själva innebörden av ordet *publicerad* på att förändras i och med att nätet tillåter så många hybridformer. Det råder ett flöde mellan en inbunden bok och en chattsida, och frågan om vem som är publicerad blir allt svårare att besvara.

På liknande sätt har det blivit ganska billigt att spela in en egen cd med nästan professionell ljudkvalitet som kan läggas ut på nätet. Konstnärer kan ställa ut sin verk på nätet och behöver inte längre bo i omedelbar anslutning till trendiga gallerier. Idag är publiken så stor, och konstnärens möjligheter att nå den så mångskiftande, att risken att okända genier ska dö utan att bli publicerade eller få kontakt med publiken är i det närmaste obefintlig.

Att detta fört med sig estetiska förändringar är självklart. När konstens och kulturens distributionsformer så radikalt förändras innebär det att också de estetiska formerna förändras. Dessa nya former tenderar att premiera det informella och privata, och det kommer att bli svårare för det storslagna och monumentala framöver. Jag tror att konst som tar tid – t.ex. en lång roman eller en Wagneropera – kommer att få det besvärligare hos en publik vars estetiska rytm mer eller mindre är bestämd av tiden mellan två reklamslag på tv.

Men förändringar av detta slag har alltid ägt rum och det finns ingen naturlig rytm att konsumera kultur. Naturligtvis har gårdagens debattörer över att det mesta vi läser, lyssnar till och tittar på är skräp, men det är ändå inget att beklaga eller ännu mindre åtgärda.

Först och främst ska var och en fritt få välja vilken kultur han eller hon vill ha. För det andra tror jag att kultur är som en trappa, där man börjar med att

utsätta sig för populära och enkla former för att så småningom få en mer krävande smak. För det tredje vill även den om tycker om det fina ibland ägna sig åt populärt lättgods. Vi kan inte alltid läsa Dante och lyssna till Sjostakovitj.

Det bästa staten kan och bör göra är att se till att skolan fungerar bra. Därmed skapar man människor som har grundförutsättningar och redskap för att ta till sig kultur – också det svåra och smala. Om vi har en bra skola kommer vi att ha en kulturpublik att jaga.

---

### *Folkbildning som livsstil (Kurt Stern)*

*Kurt Stern:* Jag har under många år ansvarat för folkbildningsverksamheten på ABF Stockholm, och jag kommer här att förhålla mig väldigt praktiskt till folkbildningsarbetet.

Vår verksamhet omfattar ca 6 000 studiecirkel per år. Ungefär 25 000 personer deltar årligen i studiecirkel, och vi har ungefär 1 000 föreläsningar per år. Folkbildning är idag en väldigt stor verksamhet. I hela landet räknar man med att 1,5-2 miljoner personer deltar i studiecirkel varje år. Genomsnittsdeltagaren i studieförbundens verksamhet är ungefär 37 år, men trots det är 37-åringarna är den minsta gruppen. Den största gruppen är ungdomar som spelar rockmusik. I Stockholm har vi 10 000 deltagare i musik- och teaterverksamhet. Vi har också många pensionärsgrupper.

Idag vill många dödförklara folkbildningen medan andra, och de blir allt fler, ser en ny möjlighet i bildningsbegreppet och bildningens nödvändighet – förmodligen i perspektivet av informations- och kunskapssamhället.

Folkbildning är i högsta grad en politisk fråga. Högern och nyliberalerna vill ta bort anslag till folkbildning, medan övriga partier ser ett värde i själva bildningsbegreppet. För mig är kärnan i folkbildningen att människor frivilligt kommer samman för att på egna villkor lära sig mer – av varandra och tillsammans med andra. Det handlar om att få kunskaper om andra människors sätt att tänka och resonera, och se att man är olika. Detta önskar lusten för fortsatt bildningsgång och påverkar också verklighetsuppfattningen.

Fram till för fem-sex år sedan fanns det knappast något skrivet om folkbildning, vilket ger en bild av den akademiska världens syn på folkbildningen.

Sedan dess har det dock kommit en rad olika böcker, bland annat en statlig utvärdering om folkbildning. Där konstaterar man att rockmusikverksamheten är väldigt betydelsefull för ungdomars utveckling, både vad gäller kreativt skapande men också i ett socialt sammanhang, där man lär sig samspela och ta hänsyn. Det fanns samverkan och samhällsengagemang i grupperna. Man konstaterade också att de flesta i rockmusikgrupperna var arbetargrabbar, som annars är svåra att nå.

Det andra exemplet är de kvinnliga hantverkscirklarna, som ofta får ett slags föraktfullt bemötande. Utvärderingen frågade sig vad det egentligen var man sysslade med i dessa cirklar, och man kom fram till att det naturligtvis först och främst var själva hantverket. Men man frågade också deltagarna om de sysslade med politik. ”Absolut inte” var svaret, men det visade sig att det faktiskt handlade väldigt mycket om just politik – men utifrån deltagarnas egna erfarenheter. Studiecirkeln behöver alltså inte vara en samhällscirkel för att man ska föra politiska samtal.

Nyckelbegreppen inom ABF Stockholm har varit frågandet, samtalet, nyfikenheten och vilka vi vill nå med vår verksamhet. Huvudlinjen är att vi själva svarar för de olika ämnena, men en allt större del – den största delen nu – består i att vi söker samarbete med olika grupper, föreningar och organisationer i samhället. När jag började i ABF jobbade vi med FNL-rörelsen, Grupp 8 osv. Idag jobbar vi naturligtvis med våra medlemsorganisationer men också med bl.a. handikapprörelsen.

Jag vill uppehålla mig någon minut vid invandrarorganisationerna. I Stockholm finns elva procent invandrare. I vår verksamhet är tjugo procent invandrare. Det som är intressant med våra invandrargrupper och invandrarorganisationer är att de fungerar som det tidiga Folk rörelsesverige, när studiecirkeln var en integrerad del av arbetarrörelsens arbete. Cirkeln var ett kitt i samhällsbygget. Så är det inte idag – långt ifrån.

Men hos invandrarorganisationerna tycker jag att jag möter detta. Man vill se vad som händer i den egna kulturen och i politiken hemma. Man diskuterar vad som händer i det svenska samhället och hur man ska agera. Jag tycker att jag har mött en del av den klassiska folk rörelsetanken igen.

När det gäller föreläsningarna har vi alltid haft sådan verksamhet inom ABF. Men under 1990-talet, då den stora samhällsförändringen skedde, kom vi fram till att vi måste ut mer till *hela* samhället. Traditionellt har vi arbetat inom ramen för folk rörelser och arbetarrörelsen, men vi insåg att vi måste ut och föra politiska samtal med folket. Vi startade offentliga samtal inom det politiska området, men också inom kulturområdet.

Vi såg Timbros och SAF:s ambitioner att lägga beslag på svenska folkets tänkande. Men vi beslöt att inte propagera för något speciellt. Vi ville bjuda in olika politiska uppfattningar, olika kulturella och etiska bakgrunder. Alla var välkomna – dock med en klar gräns mot hets mot folkgrupp och sådant.

Vår syn på folkbildning präglar våra arrangemang. Det är viktigt att det är både föreläsningar där någon vis person pratar, och ett samtal mellan de som kommer och de som är inbjudna.

Och vi har fått bra kritik. Häromdagen skrev Aftonbladet att ABF-huset kanske är en ny arena för politisk aktivitet dit man kommer för att bryta ståndpunkter mot varandra. Jag hade för en tid sedan ett samtal med Arne Ruth, som ofta deltar i våra arrangemang, och han menade att det inte finns någon

annan plats i Europa där det förs samtal om kultur och politik som i ABF-huset. Det var kul att höra!

Vi anordnar olika typer av arrangemang: Vi har smala arrangemang, som t.ex. när vi bjuder in Sven-Erik Lidman att diskutera om hans bok; det kommer kanske inte mer än 70-100 personer till det. Vi har även breda arrangemang, som t.ex. ett seminarium om Ulf Lundell och hans konstnärskap den 2 oktober. Där räknar vi med 400 personer. Varje arrangemang måste bedömas för sig. Det är inte bäst om det kommer många, utan varje möte är viktigt och varje möte måste vara intressant. Vi försöker att ha en bredd.

Vilka är det så som kommer? Är det arbetarklassen eller är det möjligen en speciell ABF-publik? Jag kan inte svara på det. Jag vet bara att det är väldigt olika publik beroende på vem som är inbjuden att samtala. Publiken är blandad, och ofta är det en publik man inte känner igen.

En fysisk plats är viktig och vi är glada över att ha ett hus mitt i Stockholm. Vårt hus är också väldigt omtalat i arkitektkretsar, eftersom det är ett funkis-hus. Allt det har en stor betydelse och ingår i kvaliteten.

Det var ett upprop i Dagens Nyheter nyligen om just lokaler. Det behövs naturligtvis lokaler för studiecirklar, föreläsningar och föreningsaktivitet, men det pågår en nedrustning i Stockholm i dag. Den nya borgerliga majoriteten med moderaterna som primus motor vill avskaffa stödet till samlingslokalerna. Man ger visserligen stöd till barn- och ungdomsverksamhet och till handikapporganisationerna, och det låter ju bra – också för en socialdemokrat som jag. Men problemet är att det stora föreningslivet, hela spektrumet, är de stora användarna av samlingslokalerna. Och utan lokaler blir det inte så mycket verksamhet.

Den som är härförare för den här politiken i Stockholm är moderaternas gruppledare Kristina Alvensköld. Hon vill avskaffa kulturinstitutionerna, dra ner på kulturanslaget, ta bort folkbildningsbidraget. Hennes mål är bl.a. att avveckla kulturpolitikerna och kulturpolitiken. Hon vill låta privata entreprenörer ta över.

---

*Panelsamtal mellan Björn Linnell, Carl Rudbeck och Kurt Stern samt inlägg från publiken. Samtalsledare: Märten Arndtzén*

*Carl Rudbeck:* Jag har vissa dubier mot statlig kulturpolitik. Jag tycker att ordet kulturpolitiker väcker gamla Öststaterna till liv. Det ska finnas en motsatsställning mellan politiken och kulturen – inte en symbios. Kulturen skadas om den omhuldas för mycket av staten. Kulturen ska vara en opposition och ett ifrågasättande. Att ifrågasätta staten med statens pengar är inte särskilt radikalt.

*Mårten Arndtzén:* Det kan vara intressant att diskutera hur man skapar en publik på bästa sätt. Anton Hagwall har gjort 10 intervjuer med ungdomar om deras syn på kulturen och om deras kulturkonsumtion. Alla, även de allra minst intresserade, är rörande överens om att kultur ska finansieras statligt. De är också ganska klara över varför – att kulturen är det som skapar ett samhälle. Däremot anser ingen att det är skolans uppgift att förmedla kultur.

*Carl Rudbeck:* Jag tror inte heller att skolans uppgift är att förmedla kultur, utan att skapa en framtida publik. Om man har språkkunskaper, viss historisk bildning osv. med sig från skolan blir man intresserad av kultur.

*Lars Göran Karlsson:* Här i lokalen sitter till största del företrädare för institutionskulturen. Vi har ytterst få företrädare för ung kultur eller för kulturpolitisk forskning – i den mån den finns. Vi har mycket få företrädare för folkbildningen och för arrangerande föreningar. Är det ett problem när vi diskuterar jakten på publiken?

*Björn Linnell:* Jag tycker att begreppet ”Jakten på publiken” är tomt. Jakten på konsumenter är jag med på, jakten på köpare vet jag vad är. Men jakt på en publik?

Vi måste definiera vad det egentligen är vi vill att denna stackars publik ska ha. Carl Rudbeck gör det enkelt för sig genom att säga att de ska ha allt – och att de kan hitta det på en marknad. Kurt Stern gör det svårare för sig genom att säga att ABF vill något med sin verksamhet – även om han sedan säger att det är publiken som ska göra det. Det farligaste som finns är den här typen av absoluta termer som vi inte definierar i form av samhällliga krafter, maktförhållanden, klasstrukturer och det som faktiskt är.

Jakt är en ganska svår sysselsättning som kräver att man vet hur man ska skjuta... Jag tror att det är väldigt viktigt att vi definierar vad det egentligen är vad vi talar om när vi talar om publik, kultur osv.

*Carl Rudbeck:* Jag läste häromdagen om att det går bra för bokhandeln. Är egentligen inte varje ny bok som kommer ut en jakt på publiken? Visst finns en publik därute som kulturproducenterna jagar.

*Björn Linnell:* Men då sitter vi här och definierar oss i termer som att varje bok är bra, varje föreställning bra, allt är bra så länge folk kommer. Den diskussionen kan vi visserligen föra, men vi försöker ju också definiera vad vi vill. Publiken borde jaga oss – för att ställa krav. Vi måste definiera vad det är vi bjuder på.

*Carl Rudbeck:* Men det gör ju publiken varje dag när den går in i en bokhandel, köper en tidning osv. Då fattar man de här besluten.

*Kurt Stern:* Om vi inom folkbildningen finner det angeläget att närma oss invandrargrupperna, definierar jag det inte som en jakt på människor, kultur eller studietimmar. Det handlar om att man vill ge en möjlighet för dem att

skapa en verksamhet utifrån deras egna behov och synpunkter. Likadant är det om vi ordnar ett seminarium om Ulf Lundell – det är för att vi tycker att han är intressant och för att vi tror att det finns ett intresse.

Marknadsföring är angeläget, men inte nummer ett. Det viktiga är att man vill något.

*Carl Rudbeck:* Om jag ska låta lite partipolitisk, så är det bästa sättet att skapa dessa förutsättningar att se till att folk har det så bra att de har pengar över för kultur. Idag lever vi i ett land där allt för många lever på marginalen, och marginalerna är så små att folk inte har råd till kulturen. Hade de det lite bättre ställt, skulle förutsättningarna finnas att ägna sig åt kultur.

*Kurt Stern:* Att sänka skatten, menar du? Carl Rudbeck gillar att chockera – ibland låter han som Göran Greider, ibland låter han som den nyliberala företrädare han ändock är...

*Lars Göran Karlsson:* Jag har aldrig tyckt att det är särskilt förnuftigt att polisen utreder polismisshandel. Jag tycker inte heller att det är särskilt förnuftigt att den institutionaliserade kulturvärlden utreder frågan om varför publiken inte kommer i den utsträckning man själv tycker att den borde.

Själva utgångspunkten i en jakt på publiken, att befrämja kulturell utveckling och förnyelse, måste väl utgå från att man har tentaklerna ute och att de som representerar detta kulturintresse har ett ord med i laget.

*Björn Linnell:* Jag tycker det är intressant att både Carl Rudbeck och Kurt Stern blev darriga när de plötsligt kom in på politik – ”Oj, nu blev jag visst lite partipolitisk...”

Men det är ju där frågorna ställs. Fördelningspolitik eller skattepolitik är kulturpolitik. Det är där Tegnér hade rätt, så till vida att han var obönhörlig i sin syn på utbildning, konst och kultur. Han såg krafterna, och han tog ställning till dem. Vi ska dra nytta av detta. Carl Rudbecks politiska hållning är viktigare än hans plädering att köpa Proust.

*Ulrika Kärnborg:* På vilket sätt ska vi dra nytta av Tegnér? Ska vi avskaffa den fria pressen, eller vad menar du, Björn Linnell?

*Björn Linnell:* Jag menar att Tegnér försökte se de frågor han ställde sig i direkt sammanhang med den klassmässiga förändringen och det han såg i samhället. Han tvekade inte ett ögonblick att dra slutsatser om utbildningspolitik utifrån en klassmässig ståndpunkt.

Det kan vara bra att se våra egna rötter, bl.a. när det gäller massmedias roll i dag, där massmedia ikläder sig en roll som inte bara handlar om Geijers upplysning av opinionen utan där många av oss säkert har Tegnérargument. Det är viktigt att se varifrån tanketraditionen kommer och att den har specifika

klassmässiga rötter. Det är den kopplingen jag vill göra – att vi inte gör oss naiva.

*Kurt Stern:* Carl Rudbeck, du sade att du inte gillar ordet kulturpolitik. Jag läste en artikel i tidskriften Smedjan som du är redaktör för, där det står att kulturpolitiken borde gå i graven samtidigt med Berlinmuren. Denna retorik – att ställa ordet kulturpolitik som anger en ambition i samhället mot ett så negativt ord – är farlig.

*Curt Rudbeck:* Det land som idag har den mest vitala kulturen på många sätt är USA, men de har en mycket sparsam kulturpolitik. Och då tänker jag inte bara på det nya som kommer – USA är också det land som bäst tar vara på hela världens kulturarv genom sina utmärkta universitet. En kulturpolitik gör alla goda gåvors givare till en, och det tenderar att likrikta kulturen.

*Chris Torch:* Jag är född i detta underbara land USA, som Carl Rudbeck hyllar. USA är vackert för dem som besöker universiteten och stannar i den akademiska världen. Men det antal människor som är uteslutna från allt som är gemenskap och gemensamma upplevelser är skrämmande högt. Det är också detta som gör att USA har sådana spänningar. Visserligen skapar man initiativrika konstnärer som måste få fram ett arbete, men de som utesluts utgör en stor förlust av briljans och intelligens.

USA kommer aldrig att utveckla en egen kultur. Det är en konsumtionskultur och en kommersiell kultur, men USA kommer aldrig någonsin att få den rikedom som finns i den europeiska kulturen som är framskapat bland annat av en väldefinierad kulturpolitik.

*Björn Linnell:* Jag tror att Carl Rudbeck gör sig skyldig till samma syn på världen som han har när han talar om marknaden som serverar allt. I USA finns en mycket stark kulturpolitik. Dels ickereglerande, dvs. att man låter företag fondera och skapa stiftelser i stället för att skatta vilket är en mycket tydlig kulturpolitik. Dels på områden där kulturpolitiken inte syns på samma sätt, dvs. inom utbildningspolitiken, som under de senaste 10-15 åren varit ett slagfält för kulturpolitik i synen på historieämnets innehåll och på vad National Endowments of the Arts ska syssla med.

Undersökningar som gjordes under Thatchers tid i England, då det ideologiska uttrycket att kulturpolitik skulle bort proklamerades som tydligast, visar att de två poster som ökade mest för staten var polisen och stöd till kultur. Varför? Jo, det England som Thatcher ville att människor skulle samlas kring behövde en statlig kulturpolitik. Man behövde institutioner som var bärare av de värden som regimen ville ha. För att institutionerna skulle få den tyngd i samhället som behövdes, ökade anslagen.

*Benita Nilsson:* Jag tror att publiken finns om man har en seriös folkbildning. Det stör mig mycket att höra att kulturpolitiken ska bort; det är samma sak som att säga att vi inte ska ha någon utbildningspolitik heller. Publiken behöver inte jagas om vi har en riktig och bra kulturpolitik.

## Hur ser dagens publik ut?

---

*Panelsamtal mellan Ulrika Kärnborg, Maria Lind, Chris Torch och Maria Blom*

*Ulrika Kärnborg:* Jag tänker prata om dagens publik och hur jag tror att den ser ut utifrån det arbete vi håller på med på Dagens Nyheter, dvs. att hitta nya läsargrupper och vilka man tror att dessa kulturintresserade personer är.

Före seminariet fick vi ett häfte från Framtidens kultur med intervjuer. På ett ställe intervjuades Jonas Byström, en kille i 19-20-årsåldern. Han var av allt av döma inte särskilt intresserad av traditionell kultur. Men när han får frågan: "Vad tror du att kulturen ger samhället?", svarar Jonas: "Det ger hela samhället i sig. Det är kulturen som skapar ett samhälle." Det är en av de bästa definitionerna av kultur som jag läst på väldigt länge.

Annars är många rapporter om ungdomars kulturintresse ganska alarmrande. Unga läser färre böcker, de slutar läsa tidningar vilket inte minst är ett problem för oss på DN, de är inte intresserade av att gå på teater osv.

Ibland kan man få intrycket att det råder en viss panik: "Hur ska jag få de unga att komma till just min teater?" Hur ska man etablera intresset för den traditionella kulturen? Jag tror att det kan resultera i att institutionsteatrar, förlag, tidningar, fria grupper, gallerier osv. rusar planlöst hit och dit i jakten på den unga publik som alla vill ha.

Ett problem med att slå fast kulturintresse och konsumtionsmönster hos unga är att dessa mönster blir stabilare allt senare hos människor. Det tar längre tid innan man vet vem man är, innan man börjar prenumerera på en tidning, innan man har bestämt sig för om man är mer intresserad av popmusik eller av att läsa romaner. Fler människor provar fler saker.

En annan tendens är att vi på 1990-talet fått ökade klyftor mellan människor, ett nytt klassamhälle. En stor ungdomsarbetslöshet, som det visserligen finns tecken på att den går ner, har varit väldigt dominerande och den har resulterat i att unga människor inte har fast bostad, absolut inte har råd att prenumerera på någon tidning, och har råd med ganska lite kulturkonsumtion över huvud taget.

Allt detta samverkar till att det kan vara svårt att säga om en person som är ointresserad idag kommer att vara ointresserad om 10 år, eller vad den personen kommer att vara intresserad av i framtiden.

Jag läste t.ex. aldrig DN:s kultursidor när jag var 17 år gammal – jag tror knappt jag visste att de existerade – och nu är jag medarbetare. Jag vet inte



vad det säger om mig eller om DN, men det är i alla fall intressant att konstatera...

Mot rapporterna om det minskade kulturintresset ställs andra fakta, som t.ex. att allt fler går högre utbildningar i Sverige. Det har aldrig funnits så många individer med universitets- eller högskoleutbildningar som idag.

Intresset för estetiska och humanistiska ämnen är väldigt stort. Det är jättesvårt att läsa litteraturvetenskap, det är praktiskt taget omöjligt att komma in på de helestoniska konstnärliga utbildningarna. Det finns också rapporter om att bokköpet ökar.

Vad ska man dra för slutsatser av alla de där olika trenderna? Det är ganska svårt. En sak som jag tror att man kan slå fast är att kulturens former ändras när ett samhället går igenom genomgripande tekniska förändringar, som t.ex. IT-samhället. En del konstformer bevaras, och vilka de är kan man bara spekulera i.

John Le Carré har sagt, och jag håller med, att boken kommer finnas kvar eftersom den är en tekniskt fulländad uppfinning. Men andra konstformer kan få det betydligt svårare – teater och opera exempelvis. Det hänger ihop med att umgängesvanor, arbetstider, produktionsförhållanden och sådant förändras.

Frågan är på vilket sätt och till vilken grad teatern kan behålla något slags karaktär av mötesplats för medborgare. Intresset för teater minskar framför allt bland ungdomar. Samtidigt tar teatern en väldigt stor del av den statliga svenska kulturbudgeten. Vad det beror på vet jag faktiskt inte, men det har kanske att göra med tidigare decenniers syn på teatern på något som kan politiskt påverka och förändra samhället.

Däremot är filmintresset väldigt stort – inte bara hos ungdomar utan hos människor under 45. Men just filmen får en ganska liten del av den statliga kulturbudgeten. Man kan fundera över om det är riktigt.

Kulturpolitik innebär prioriteringar. Jag tror i motsats till Carl Rudbeck att en statlig kulturpolitik är absolut nödvändig. Högern vill gärna se kulturen som något som uppstår spontant där det finns en marknad. På andra sidan finns den klassiska vänstern som vill förorda ett bidragsfinansierat alternativ till marknaden som ett slags motkraft. Bilden kompliceras av modern kulturteori som varken är höger eller vänster, som säger att allt är kultur, som vill krossa hierarkierna och riva ner murarna mellan populärkultur och finkultur.

Det är lätt för politiker, kulturadministratörer, tidningsledare, förläggare, gallerister osv. att gå vilse.

Men visst är allt kultur – i alla fall är mer kultur än de yttringar som sanktioneras av ett traditionellt borgerligt kulturetablissemang. Men man måste fråga sig vad det är som krävs för att det ska bli kultur – inte som i politisk

och etnisk homogen monokultur utan just som kulturell blomstring, en högkonjunktur för kulturen.

Jag tror att det är svårt att slå fast hur unga människors kulturintresse ser ut och hur det kommer att se ut i framtiden. Det är jättesvårt att t.ex. försöka skraddarsy och göra om en tidning efter ung publik, och sedan tro att man kan behålla något slags intresse för sin verksamhet. Det blir lätt ren populism och att man springer hit och dit planlöst.

Däremot tror jag att man på politisk väg måste skapa ett kulturklimat. Ett bra exempel är Danmark och deras filmkultur. Där samverkar många olika faktorer för att skapa ett jättebra filmklimat.

Man har en genialisk filmregissör – Lars von Trier. Man har ett estetiskt program som många hakar på, Dogmafilmen. Sedan har man en aktiv film-skola, alltså statlig kultur- och utbildningspolitik i kombination, som använder personerna som gör filmerna som föreläsare och för att inspirera unga regissörer. Man har startat avancerade filmteoretiska utbildningar på universiteten som sedan analyserar och undersöker filmerna som görs. Man har bra uthyrning av filmlitteratur, och dagstidningarna hakar på och ger ut extrabilagor som bara handlar om film.

Det ena följer det andra, och vips har man en filmboom i Danmark.

Sådant här kan man åstadkomma på politisk väg, och det är ju det som kan kallas kulturklimat. Det blir ingen publik om det inte finns något kulturklimat, om det inte finns något som vi alla kan prata om tillsammans – ett slags resonansbotten för kulturen. Då behövs det humaniora, men det verkar som näringsliv och regering har tagit varandra i land för att motarbeta humanistisk forskning i Sverige. Jag tror aldrig humaniora har stått så lågt i kurs som idag.

Naturligtvis behövs det folk som musicerar, skriver och interagerar, zappar och skulpterar, samlar och allt som är konstutövande i ögonblicket. Det behövs konstnärer, och det behövs folk som är publik till konstnärerna. Men det behövs också ett gemensamt språk för att folk ska kunna tala om vad det är vi tar del av, när vi upplever konst. Och det är det som kallas humaniora. Det är forskning om kultur, analyser av kulturen, kunskaper om de kulturer som var före vår egen. Historia och kontinuitet, såväl som brott mot traditioner.

Då är det väldigt tragiskt att veta att humaniora minskar som andel av all universitetsforskning i Sverige. Det finns närmast en nationell motvilja mot humaniora. Om man inte kulturpolitiskt och utbildningspolitiskt gör något åt detta, kommer det inte att finnas någon publik att jaga.

---

*Maria Lind:* Jag vill prata om något som jag ägnar mig åt dagligen – Moderna Museet Projekt. Jag vill beröra frågan om vilken relation en viss typ

av samtidskonst har till sin publik, eller snarare vilken relation den har till sin omvärld och vad det kan betyda för museet som institution.

I samband med att Moderna Museet öppnade för drygt 1,5 år sedan i Rafael Moneos byggnad inledde vi den då helt nya verksamheten Moderna Museet Projekt, som är ett sätt för oss att som en stor och etablerad institution ge plats och erkännande åt den framflytande samtida konsten, och att göra det genom att vara känslig för den konstens egna logik.

Inom Moderna Museet Projekt gör vi bl.a. retrospektiva utställningar, nyligen med Cecilia Edefalk, och gruppställningar, t.ex. "Efter muren" med konst från östra Europa som öppnar om mindre än en månad. Men samtidigt är Moderna Museet Projekt ett inlägg i den museologiska diskussionen. Är ett museum en plats där konst endast kan *visas* upp? Eller är ett museum också en produktionsplats och en distributionskanal?

Vi har valt att se Moderna Museet som allt det där. Vi ska inte bara spegla det som redan existerar, bara visa den konst som redan någon har tillverkat. Vi ska också bidra till att ny konst kommer till. Vi ska kunna fungera som ett slags barnmorska och det är inte minst viktigt idag, med tanke på att en hel del av den samtida konsten är svår eller rent av omöjlig att sälja och därför ganska problematisk att finansiera.

Vad är det som utmärker dagens konst, om jag ska ge mig in på grova generaliseringar?

Pluralismen. Men mitt i denna mångfald framstår det vardagsnära, det samtalsbaserade, det situationsinriktade, effimära och småskaliga som särskilt intressant. Många konstnärer söker sig ut i den omgivande verkligheten bortom institutionerna. Därför ansåg vi att det var mindre lämpligt att binda projekten vid museets nya byggnad, utan snarare att följa konsten utanför institutionens väggar. På sätt och vis leka Följa John med konsten.

Vi bestämde oss för att använda Prästgården, en liten byggnad strax intill museets entré. Den är intim, ganska romantisk och skiljer sig därmed från Moneos ganska monumentala och allvarsamma museum. Här kan jag faktiskt inte låta bli att säga att på samma gång som konsten idag blir alltmer olikartad och komplex, så kan man notera att många av Nordens nya konstmuseibygnader är påtagligt oflexibla. De är inte anpassade efter de senaste 30 årens konst och dess behov.

Moderna Museet är inget undantag, och man kan också nämna Statens museum för Konst i Köpenhamn. Flexibilitet är ett nyckelord för mycket av dagens konst, men det fungerar sällan i de här nya byggnaderna. På Moderna Museet finns faktiskt inte några lokaler som regelbundet skulle kunna användas inne i byggnaden för Moderna Museet Projekt utan att man skulle rubba utställningsprogrammet så som det bör konstrueras för rytmer och liknande.

Det här visar hur viktigt det är att inse att museet inte är detsamma som museibyggnaden. Man kan snarare betrakta vårt museum och andra museer som summan av sina aktiviteter, vare sig det är Moderna Museet Projekt som kan dyka upp varhelst konstnären väljer att arbeta, eller Moderna Museet International Program som har hand om Sveriges representation på internationella biennaler, t.ex. i Venedig. Ett museum är en kommunikationsstruktur.

Moderna Museet Projekt blev alltså en satellit. Det var dock inte den första satelliten på museet; redan på 1970-talet fanns det något som kallades Filialen, som fanns i en annan byggnad på Skeppsholmen. Det var i första hand ett slags diskussionsklubb, som med tiden blev allt mer inriktad på aktivism – helt i tidens anda.

Moderna Museet Projekt är en öppen inbjudan till främst yngre konstnärer att göra något nytt. Exempelvis befolkade Annika Eriksson sommaren 1998 Prästgårdens samlingsal med 20 samlare i videoverket ”Samlare”. Liksom alla som bjuds in till Moderna Museet Projekt, så fick hon produktionsbudget, utställningsersättning och mycket praktisk hjälp för att genomföra sitt verk. Genom samlarförbundet Nordstjernen och genom vänner och bekanta kom hon i kontakt med diverse personer som samlar på allt från sparbössor, fällknivar och filmaffischer till Barbiedockor och tv-hägrar.

Hon bad att få komma hem till dessa samlare och videofilma när de berättade om hur de började samla, hur de går tillväga, vad tingen betyder för dem osv. De fick själva arrangera hur det skulle se ut i bild. Och när man var i Prästgården, där monitorerna stod på bord med fyra-fem personer på varje monitor, så blev det dokumentära inte bara poetiskt utan också märkligt existentiellt. Det blev ett starkt verk om hur vi väljer att inrätta våra liv.

I samarbete med Nordstjernen anordnade hon dessutom tre s.k. samlarträffar framför museets huvudentré, där samlarna kom och visade upp sina samlingar på bord. De kunde sälja och byta med varandra. Det blev en jättefin kommentar till museets samlande – det högst privata och ibland t.o.m. excentriska intill det mycket offentliga.

Och talar vi i termer av publik så är naturligtvis alla människorna som hon samarbetade med hennes första och väldigt engagerade publik. I det här projektet kom dessutom en grupp människor till museet som sannolikt inte hade kommit dit annars.

Och det är typiskt för hennes arbete, men också för mycket av den samtida konsten och den typ av konst som Moderna Museet projekt involverar. Kommunikationen är inbyggd i verkets tillkomstprocess, delvis också i tilltalet. Verken är interaktiva, dock inte i den traditionella bemärkelsen att man trycker på en knapp i en utställning.

Syftet med att bjuda in henne var naturligtvis inte i första hand att locka en ny publik för att sprida konsten till folket. Moderna Museet Projekt är

mycket mer en verksamhet som i likhet med en hel del av den samtida konsten kan jämföras med forskning. Det är ett experiment som är nödvändigt för samhällets och kulturens fortlevnad. Lika lite som vi kräver av den avancerade fysikforskningen att den ska locka stora grupper av människor som publik, ska vi göra det av konsten. Om den behöver vara ifred ska den också få vara det.

Därmed inte sagt att just det här verket är ett sådant. Och det betyder heller inte att det inte är spännande med en ny publik som följer med på köpet eller att konsten inte ska försöka göras tillgänglig för en bredare publik. Med ett viktigt aber är att det inte får strida mot verkets egen karaktär.

När det gäller Moderna Museet Projekt ute på stan, kan man nämna t.ex. Hinrich Sachs verk ”Gäst hos Hinrich Sachs: Anna Gili, designer” på Citysalongen, Centralstationens affärslounge. Där är publiken i första hand de som vanligtvis frekventerar Citysalongen – resenärer som vilar en stund, har möte eller arbetar i väntan på nästa tåg.

Under försommaren kunde Citysalongens gäster ta del av Hinrich Sachs porträtt av en välkänd italiensk designer. Porträttet var i form av en installation som inte innehöll en enda bild av den avporträtterade, utan som bestod av Anna Gilis egna alster och andra personliga ting, bl.a. ingredienserna till hennes favoritdryck. Besökarna kunde lyssna till en intervju med Anna Gili på cd, där hon berättade om sin syn på formgivning, hur vi förhåller oss till ting i dagens nomadiska tillvaro, hur det är att vara kvinna i den manligt dominerade designvärlden osv.

Förutom gästerna på Citysalongen och den grupp som får museets sedvanliga utskick, kan vi här anta att en del besökare kom efter att ha fått information genom de kanaler som Hinrich Sachs brukar använda, dvs. nöjesvärldens system med affischer och flyers ute på stan.

Hinrich Sachs installation är ett exempel på hur konsten kan infiltrera verkligheten, ett exempel på att den ibland vill slippa den institutionella inramningen och därmed det traditionella förhållandet mellan konst och publik. Konst som någonting att snubbla över, snarare än att konsumera i tydligt paketerad form.

Här är det viktigt att tala om olika publikgrupper, snarare än publiken. Det är en högst heterogen grupp vi har att göra med. I det här konkreta fallet handlade det om de som råkade passera när de var på resa, de trogna som kom med vernissagekort i hand, och andra som hade sett en affisch eller en flyer och på det viset blev nyfikna.

Det här verket väcker frågor om i vilken grad man kan gå in i det offentliga rummet. Jag tänker på K98:s satsningar ute på stan med konst på affischpelare osv., som jag själv tycker till stora delar var helt misslyckade just för att det blev kampanjer. Det är en annan sak om en konstnär när han eller hon ställer sig själv en fråga, finner att reklampelaren är det absolut bästa sättet

att tala i förhållande till frågan. Men gör man 20 motsvarande saker är det naturligtvis så att en majoritet av konstnärerna inte förhåller sig på något intressant sätt till just den situationen.

Kvantifiering är en annan sak som har med publiken att göra och som är knivigt att förhålla sig till. Men det är egentligen inte så betydelsefullt. Man kan mycket väl tänka sig konstprojekt där en stor medveten publik skulle kunna motverka verkets syfte och karaktär.

Moderna Museets Projekt har en relativt låg publiksiffra när vi kan kvantifiera, dvs. i Prästgården. Där har vi ungefär 8 procent av det totala besökantalet på museet, och de som kommer är till stora delar en liten men väldigt trogen skara. Jag tror att vi delvis har lyckats skapa en publik i Prästgården och med de andra projekten. Det handlar om en grupp kvalificerade besökare som återkommer, och som verkar använda det som de ser och upplever för egna syften. Det lever vidare i samtal, man plockar upp en tråd vid nästa utställning.

Jag tror att den konst som vi arbetar med i Moderna Museet Projekt, men även annan samtidskonst, lider av ett problem som i själva verket är kanske det största och mest brännande frågan för samtidskonsten idag.

Det handlar om att den rådande konstpedagogiken, länken mellan konsten och betraktarna, bygger på den modernistiska konstens paradigm, dvs. på sådant som formell analys och en inkännande attityd som härrör från en expressiv konstuppfattning och som tyvärr sällan fungerar på annan konst. Jag tror att det är av största vikt att utveckla nya modeller och verktyg för att tala om och förhålla sig till konsten – både när den befinner sig i och utanför institutionernas väggar, men förmodligen måste man göra det på olika sätt beroende på var den befinner sig.

Jag tror också att man bör vända sig både till de redan konstintresserade men också till dem som känner sig främmande för samtidskonsten och till oinvidiga grupper. Och om man behöver utveckla detta, så är det exakt rätt ögonblick att göra det nu.

Mycket av samtidskonsten talar ett språk som de flesta har tillgång till – särskilt yngre men även äldre – genom att man helt enkelt lever i västvärlden just nu. Vi har automatiskt en viss läskunnighet i den här konsten genom att titta på TV och ta del av andra media. Och dessutom berör den ofta sådant som vi upplever i våra vardagsliv, i stort och i smått. Det handlar om jaget i förhållande till omvärlden. Den är rentav det kvintessentiella samtida uttrycket för den är genuint tvärgående. Konsten idag innehåller alla andra uttryck och förståelseformer. I den finns sociologi, religion, filosofi, politik, litteratur, film, teater, musik osv.

Och förmodligen har konsten därför aldrig varit så tillgänglig för de icke-professionella som idag, trots att den av många, av okunskap, kallas svår och

obegriplig. Självt har jag alltid blivit oerhört stimulerad av det som jag inte riktigt förstår.

Med tålmod och koncentration kan de här ”oskolade” betraktarna, eller snarare upplevelsorna, för det här är inte bara en retinal upplevelse utan mycket mer, komma en bra bit. Men med en ny typ av vägledning, med nya modeller och instrument, kan de komma ännu längre.

Mot den bakgrunden blir medias bristande intresse för samtidskonst och sviktande förmåga att spegla den, desto mer tragiskt. För utöver kommunikationen direkt mellan verk och publik finns naturligtvis medieringsdimensionen. TV har uppenbara problem att förhålla sig till det som anses svårt. Man underskattar sin publik. De program som tar upp den typ av konst som Moderna Museet Projekt arbetar med, är under all kritik. Det fanns några friska försök tidigare på 1990-talet med Bequerell och Synk, men de lades ner. Ändå talas det om behovet av att nå yngre tittare.

Tittar vi på Moderna Museets besöksstatistik är en av våra stora besöksgrupper människor mellan 20 och 34 år. Gallerierna i Stockholm blir allt mer befolkade av samma kategori. Som Ulrika Kärnborg sade tidigare så finns ett enormt intresse för de här fälten. Konstvetenskap på universitetet har aldrig haft så många sökande, och aldrig har så många varit intresserade av just det samtida materialet till skillnad från det historiska.

Kultursidorna har inte heller tagit sitt ansvar för konsten generellt sett. Konsten har en glansperiod just nu, i Skandinavien men också internationellt. Men på kultursidorna menar man fortfarande, och det gäller även vissa kulturtidskrifter, att litteraturen är det som förtjänar mest utrymme. Ett exempel: När DN sökte en ny kulturredaktör höll konsten på att få sin första representant någonsin på en verklig maktposition i Sverige, men Ingela Lind fick som bekant stå tillbaka för en litteraturperson.

När konsten idag rör sig bort från institutionerna och kommunicerar på annorlunda sätt till sin publik, måste den oundvikliga frågan bli om vi behöver institutionerna. Kan inte konsten kommunicera direkt med sin publik? Har institutionerna kanske blivit överflödiga?

Nej, jag tror att vi fortfarande behöver dem som kollektiva minnen i kraft av samlingarna, och som plattformar för olika slags verksamheter – bland annat den lite mer forskningsliknande konsten. Därmed inte sagt att det inte ska finnas andra sätt att skapa, visa, låta konsten existera. Men institutionerna måste bli mycket mer flexibla. De måste regelbundet förmå att förnya och återuppfinna sig själva och därmed också sina publikker.

Vi måste raffinera vårt tilltal och våra strategier, t.ex. skicka ut projekt i världen utan att de behöver vara bundna till en specifik lokal, och genom att söka andra slags samarbeten med andra institutioner och andra grupperingar som vi inte använt tidigare. Och det är lika spännande att tänka i termer av ny publik som nya former för projekten.

Det här är frågor som konstnären Apolonija Sustersic funderade kring inför sitt Moderna Museet-projekt i vintras. Efter att ha funderat på hur konstmuseer fungerar idag – upp till 60 procent av ytan upptas av annat än utställningar och man är ekonomiskt beroende av sidoverksamheter som filmvisningar, barnverkstad, restaurang, museishop osv. – och efter att ha upplevt det svenska vintermörkret och hört folk här berätta om sina svåra vinterdepressioner, så förvandlade hon Prästgården till en fullt fungerande ljusterapi.

Ljusterapi används både medicinskt och kommersiellt för att bota vinterdepressioner, och vi följde helt och hållet reglerna för hur en sådan ska inrättas. Bänkar och andra möbler var helt vita, och längst bak i rummet fanns ett litet bibliotek med litteratur som å ena sidan behandlade frågor om ljus i allmänhet och å andra sidan nya museibygnader och museologi.

Publikmässigt var ljusterapin Moderna Museet Projekts ojämförligt största framgång. Mycket tack vare annonseringen blev det en publiksuccé. Vi hade annonser i dagspressen som talade om ljusterapi snarare än konst, och det ingick i projektet, i verkets karaktär, att agera på det sättet. Man kan säga att det blev ett inlägg i diskussionen om vad museerna tvingas göra i jakten på publiken, vilket delvis är en jakt på pengar och delvis en jakt på en viss typ av legitimitet.

Är då museerna och konsten slutligt införlivade i nöjesindustrin? Ljusterapin blev i alla fall en eftertänksam intervention i Moderna Museets egen programverksamhet, ett slags mild institutionskritik men en ickekommersiell sådan som dessutom var väldigt konkret välgörande för hälsan.

---

*Chris Torch:* Jag har en vän från Senegal, som heter Mandiaye N´Diaye. Han är regissör och skådespelare, och han arbetar i Italien sedan ca 12 år tillbaka. Mandiaye N´Diaye är inte konstnär från början. Han lärde sig teater i Italien, dit han kom för att hans schaman sagt till honom att han skulle åka till Italien i stället för till Frankrike.

Mandiaye har berättat för mig om kulturupplevelser i Senegal, exempelvis ett bröllop, en fest, ett dop eller andra slags samlingar i byn eller stadsdelen. Vid dessa fester samlas många människor naturligt i en cirkel, och i denna cirkel ingår även de konstnärer som ska uppträda den dagen. Det kan vara en mästertrommare, en sångare, en dansare. När det är dags att uppträda stiger de ut i cirkeln och börjar uppträda för de andra.

Om det finns någon ung människa som tror sig vara lika bra, kanske ännu bättre, så kan man också stiga in i cirkeln och uppträda. Om de inte uppskattas av publiken dras de tillbaka. På detta sätt pågår ett slags kontinuerlig konkurrens mellan olika historieberättare, sångare, dansare osv.



Någon gång under 1700-talet, eller kanske ännu tidigare, hittade någon på att man skulle bryta denna cirkel i mitten och skapa två halvcirklar. Man skapade scen och salong, i stället för cirkeln där kontakten fanns åt alla håll och där det fanns en kontinuerlig dialog i det runda. Konstnärerna finns på scenen, ofta med så starkt ljus att man inte upplever att det finns en publik. Publiken blir passiviserad, sitter med ansiktet framåt och ser bara ryggen på varandra. Det finns *en* kontaktpunkt – framkanten av scenen. I en cirkel finns det hur många kontaktpunkter som helst.

Mandiaye N'Diaye anser att vår funktion som kulturarbetare är att återskapa cirkeln, och den bilden bär jag med mig. Det handlar om att återskapa en kontinuerlig dialog med publiken, att återskapa ett antal kontaktpunkter med sin publik.

Detta saknar vi idag – inte bara på scen och i salong, utan också vid biljettluckan, ett av de största hinder vi har för ett utökat publikarbete. Det första som händer när man besöker en teater är nämligen att man konfronteras med en glasvägg! Man hälsas inte välkommen, ingen tar ens jacka. Man betalar och får en biljett, och på den biljetten finns det helt obegripliga siffror – parkett, höger, N 67. Jag har fått min plats. Sedan ska man hänga av sig jackan och då får man betala tio kronor till för garderoben. I foajén kan man få en ljummen kopp kaffe eller en Festis för att hållas igång fram till själva upplevelsen. Det är ungefär som ett väntrum på Södersjukhusets akut...

Kultur är delaktighet och delaktighet är demokrati. Om vi inte återskapar cirkeln kommer vi inte längre att ha gemensamma värderingar. Kulturen skapar samhället. Det är där vi skapar våra gemensamma värderingar, det är där vi känner att vi har något gemensamt. Och har vi något gemensamt kan vi lösa politiska, ekonomiska och produktionsmässiga problem som uppstår i samhället. Men har vi inget gemensamt, så kommer inte kittet som håller oss samman att kvarstå.

För att återknyta till diskussion om jakten på publiken. Jakt går ofta ut på att döda. Jag vill inte ha någon död publik, men alltför ofta får vi en sådan. Jag skulle vilja vända på frågan om hur dagens publik ser ut, och diskutera vilka som inte är publik. Det handlar nämligen om en mycket större grupp; det är egentligen väldigt få som konsumerar kultur i dagens Sverige eller i något annat västerländskt land.

Många unga människor är inte med i publiken – i alla fall inte där kulturpolitiken har lagt sina händer. Invandrare är oftast inte med. Medelålders män från arbetarklassen är inte med. Varför finns inte dessa människor med? Det är inte en etnisk fråga eller en åldersfråga – det är framför allt en klassfråga. Vi har ett stort antal människor som inte känner igen sig i den kultur, i den konst, som erbjuds.

En sak som påverkar vilka som inte är vår publik är ändrade kulturvanor, den tekniska utvecklingen, Internet, satellit-TV och många andra saker. Jag blir rädd när jag hör Carl Rudbecks beskrivning av vad man kan köpa för 500

kronor – en cd-skiva, ett videoband, en bok och en flaska vin. Allt detta upplever man i sin ensamhet.

För mig är kulturupplevelsen något vi har gemensamt. Att besöka ett museum tillsammans med andra, att besöka en teater. Det mest intressanta sker oftast i pausen, i foajén, när man sitter och diskuterar och när man träffar andra människor. Man måste söka en blandad publik där man träffar människor som man inte hade väntat sig att träffa, människor som jag inte har bjudit hem till mig.

Den största kulturpolitikern i USA för närvarande är Bruce Springsteen. Han har skrivit en sång som heter "57 channels and nothing's on". Valfrihet är inte nödvändigtvis något att eftersträva. Man har kanske tillgång till många kanaler men det finns inget som ger en extra kick i livet, som gör att man ifrågasätter något. I stället får man bekräftelse på det man redan visste.

Jag tror att det största problemet när det gäller vår publik är att vi har byggt in oss i ett hörn. Vi har byggt en massa hus. Nu handlar det inte längre om vad vi ska erbjuda människorna, nu handlar det om hur vi ska fylla huset.

För ca ett år sedan kom en av de stora statliga teaterinstitutionerna till oss på Intercult och ville ha hjälp med publikarbete. De visste att vi jobbat just med att nå fram till nya publikgrupper. Vi bad dem definiera målen, och det visade sig att det första målet var att fylla salongen. Det andra målet var att i mån av plats fylla salongen med andra än dem som vanligtvis var där. I stället för vad de gör – innehållet – så var de alltså helt upphängda på *var* de gjorde det – huset.

Jag har full respekt för den offentliga konsten, det som ingriper i våra liv. Har inte huset någon direkt funktion, ska huset stängas. Då behövs det inte. Tyvärr har vi lagt ner så mycket pengar på dessa nya hus under 1960- och 1970-talen att vi måste hålla dem under armarna, trots att publiken finns någon annanstans.

Innehållet i konsten måste tala till mig. Det är inte konstigt att invandrarna inte besöker Lars Noréns Östermalmsdramer. Det finns inget att hämta där för den publiken.

Jag var konstnärlig ledare för Riksteaterns mångkulturella ensemble under dess första år. När vi åkte ut med våra föreställningar hade vi naturligtvis en större publik från invandrargrupper. Vårt mål var att en tredjedel av publiken skulle ha en annan bakgrund än den etniskt svenska. De kom. Inte för att våra föreställningar var det mest fantastiska de kunde uppleva, utan för att de kände igen sig själva i dem som stod på scenen. Folk talade med brytning osv. Hur kan man förvänta sig en invandrapublik till en etniskt rensad teater? Hur många skådespelare talar med brytning på Stockholms stadsteater, Dramaten osv.?

Det är också viktigt att ta vara på den levande kulturupplevelsens direkta tilltal. Skillnaden mellan teater och en tv-kanal är att skådespelaren på teatern finns framför mig. Vi har inget behov av en teater där människor står och pratar med varandra och låtsas som publiken inte finns. Vi måste återskapa cirkeln. Vi måste inbegripa publiken i samtalet.

Varför finns det ingen utbildning i Sverige för publikarbete? Vi satsar på långa utbildningar av scenografer, skådespelare, regissörer, manusförfattare osv. Vi har metodik och teknik att skapa teater. Men vi utbildar ingen som ska arbeta med det absolut viktigaste – länken mellan det som skapas och dem som ska se.

Jag pratar inte om marknadsförare; ingen ny publik kommer till en föreställning tack vare en snygg affisch. Det handlar om den personliga kontakten. Intercult har satsat på ett nytt utbildningscenter, Annexet, som ska öppna om en månad. Där vill vi driva en serie seminarier kring publikarbete, metoder, nya grepp osv.

Jag förstår inte heller varför ni är så oroliga för riktat publikarbete. Det är inget försök att definiera människor utifrån deras etniska tillhörighet, ålder osv. Men har man en jättekomplicerad värld, så måste man dela upp den i sina delar kunna se vilka man vill tala till.

Det handlar om att engagera människor tidigt i arbetsprocessen. Varför är vi så rädda för en dialog med vår publik? Varför kan vi inte fråga dem vad de vill? Sedan kan vi ju alltid diskutera om det de vill, är vad jag vill göra som konstnär. Men vi måste på ett väldigt tidigt stadium inbegripa dem i arbetsprocessen, i repertoarläggnigen, i tänkandet, i utformningen av våra hus och salonger. Öppna kanalerna.

Slutligen. Det finns internationella erfarenheter, inte minst när det gäller etniskt blandad publik, från länder som har längre tids erfarenhet av detta – Belgien, Storbritannien, Holland m.fl. Ofta handlar det om postkolonialistiska länder som har lärt sig att hantera den etniska mångfalden. Vi borde kunna dra nytta av dessa erfarenheter på ett bättre sätt.

---

*Maria Blom:* Jag antar att jag är här för att jag har hittat den publik som många är ute efter – den unga publiken mellan 17-25 år. Det har skett bl.a. på Backstage på Stockholms stadsteater med två produktioner – Doktor Kokos kärlekslaboratorium och Rabarbers.

Jag tror på kärleken till publiken och att man verkligen vill dem något. Man vill berätta något som händer här och nu. Jag har arbetat med parkteater. Där har man inga pengar för marknadsföring och ingen biljettlucka av det slag som Chris Torch pratar om. Parkteater bygger på att folk pratar med varandra. Man bjussar på gratisteater – även om vi hade frivilligt utträde i stället för inträde, för att verksamheten skulle gå runt en aning.

Det behövs mer av den här ”bjussarkänslan” även i den betalande teatern, och det lyckades vi med i bl.a. Doktor Kokos. Om man bjussar och gör kärleksfulla, välriktade föreställningar, utställningar eller vad det är så ordnar det sig med publiken. Jag tror att det är så enkelt; för mig har det fungerat. Det handlar om ett direkt tilltal och att man visar publiken att man gör det för dem. Då är man hemma. Det är inte svårare än så.

---

*Panelsamtal mellan Ulrika Kärnborg, Maria Lind, Chris Torch och Maria Blom samt inlägg från publiken. Samtalsledare: Mårten Arndtzén*

*Mårten Arndtzén:* Men helt enkelt är det väl ändå inte. Exempelvis ställer myndigheterna hela tiden krav på att den ungdomskultur som ska stödjas måste var moraliskt uppbygglig. Den ska ha ett tydligt syfte, det ska vara teater mot droger osv. Därmed får den också ett ganska starkt förakt tillbaka från de berörda grupperna. Den uppsökande verksamheten inom samtidskonsten kan också vara problematisk i relationen till publiken.

*Maria Lind:* Det var just det som Start 98 ägnade sig åt. Det var kommando-placering i stället för att det kom utifrån konstnärens egen frågeställning.

*Mårten Arndtzén:* Jag håller med om att Start 98 var ett konstnärligt misslyckande, men det hade ju stor publik.

*Maria Lind:* Ja, men är det intressant att göra ett konstnärligt misslyckande för en stor publik? Är det intressant att göra ett magplask för massor med människor?

*Mårten Arndtzén:* När det gäller den nischade publiken kontra den stora, leder säkerligen det nischade fram till en väldigt engagerad publik. Men frågan är om man får en kultur av det slag som Ulrika Kärnborg pratade om.

Jag är väldigt nostalgisk i relation till det begreppet ”det offentliga samtalet” där jag någonstans föreställer mig att det inbegriper alla människor. Jobbar man med en nischpublik får vi en situation som blir väldigt lik den vetenskapliga fragmentariseringen.

*Maria Lind:* Men vi måste hela tiden kunna göra olika saker samtidigt. Inom en institution som Moderna Museet måste det finnas olika verksamheter parallellt. Det är först då det blir intressant. Det handlar om att både ha en verksamhet där cirkeln är fullkomlig och där folk rör sig fram och tillbaka, men också det som är mer forskningsinriktat och som för en väldigt viktig diskussion framåt.

*Ulrika Kärnborg:* Jag försökte slänga in en brandfackla som Chris Torch inte riktigt nappade på – teaterns något överdrivna andel av kulturbudgeten. Visst är det viktigt med gemensamma kulturupplevelser, men frågan är om det alltid blir mer gemensamt för att det är skådespelare som möter publik.

Ta exempelvis filmproduktion. För det första är det ett kreativt möte när filmen skapas. Sedan kan filmbesöket på biografen vara en kollektiv upplevelse om man diskuterar det man har sett. Det handlar om angelägenhetsgrad, och jag tycker inte att en icke angelägen dålig teaterföreställning är bättre bara för att den är live.

*Chris Torch:* Jag gillar film men den upplevs i mörkret med fokus på en tvådimensionell duk. Jag upplever inte Filmstaden som en särskilt gemensamhetsskapande miljö.

Jag har inget emot att filmbudgeten blir större, men att teatern skulle ta en för stor del av del kulturpolitiska budgeten är ingen brandfackla. Att teatern är död har vi hört många gånger förr. Jag tror att Bruce Springsteens konstaterade om tv-kanalerna är det yttersta beviset på varför vi behöver levande kulturupplevelser.

Teatern är en ganska dyr sak att skapa. Man kan göra 50 filmrullar och skicka över landet samtidigt, men man kan inte göra likadant med en teaterföreställning; högst 1 000 personer kan sitta i samma salong med samma ensemble. Det kräver sin subvention för att det ska bli av.

Jag blir lite upprörd när jag tänker på Södra Teatern i Stockholm, där fokus har blivit att få publik till vilket pris som helst. Man gör inte teater längre, man gör konserter som tidigare har gjorts av kommersiella krafter men som nu görs med 13 miljoner kronor statliga pengar i botten. Man kör konserter som varit mer eller mindre synliga tidigare.

*Maria Blom:* Det är ett jättestort problem för teatern att det ibland finns en låg angelägenhetsgrad med inhysta regissörer som ska sätta upp pjäser som de inte vill, med skådespelare som inte vill vara med. Det är ett stort problem, och det blir inte kul att titta på. Det finns ingen kommunikation.

*Carl Rudbeck:* Det slog mig att den konstnärliga upplevelse som Chris Torch söker, ett gemensamhetskapande skådespel där folk sitter i en cirkel och betraktar skådespelet, är ju en fotbollsmatch. Där finns allt detta.

*Maria Lind:* Jag tror att vi har att göra med en fråga som är viktig i dag – proportioner och skala. Det är en enorm skillnad på ringen som Chris Torch talar om och en fotbollsmatch...

Ju mer teknik vi har omkring oss, och ju mer vi stöts och blöts med den i det vardagliga livet, desto mer behov av det individuella, intima och det väldigt handfasta och konkreta har vi. Där finns teatern och konsten. Därför kan vi redan nu se att besöksfrekvensen faktiskt är på uppåtgående. Tittar man på besöksiffror på konstmuseer internationellt, exempelvis i New York, så går det faktiskt uppåt nu. Folk går enormt mycket på museer.

Den första kommentaren från utländska besökare på Moderna Museet är inte "Oj, vilken stor byggnad!" utan "Oj, vad mycket människor det är här!". Vi

skulle kunna utnyttja det på ett mycket bättre sätt än vad vi gör, och när det gäller konsten handlar det om att försöka finna nya modeller och instrument, men också om att låta konsten existera på sina egna villkor när den behöver det.

*Ulrika Kärnborg:* Ibland finns det en nästan slentrianmässigt kritik mot de där ”stora hemska institutionerna”. Det är klart att de är stora för där finns en stor koncentration på makt och pengar. Men annars finns det inget som per definition sker eller inte sker just för att det är en institution. ABF är på sätt och vis en institution, men det är inget som gör det till gammaldags, stagnerat och ointressant för det. Det där är en fånig kritik.

Gamla nätverk, gamla politiska partier eller gamla institutioner är inget annat än det man fyller dem med. De kommer alltid att vara maktapparater och på det sättet ”farliga”. Men det beror ju på vilka människor och vilka yttringar som tillåts verka inom institutionerna.

*Christer Bogefeldt:* Om 1,2 miljarder kronor går till teater inkl. tv-teater och 300 miljoner till bildkonst, kan man inte dra slutsatsen att teatern är fyra gånger så viktig. Men det finns en tung produktionsapparat inbyggd i teaterinstitutionerna som förklarar proportionerna.

*Maria Lind:* När det gäller produktionsapparaten och proportionerna, modellerar du nog din konstuppfattning på vad konsten gjorde förr i större utsträckning, nämligen när man stod i sin ateljé och målade eller fotograferade. Den samtida konsten från de senaste 30 åren får allt mer samma produktionsförhållanden som en film eller en teateruppsättning. Så vi behöver minst lika mycket pengar!

*Jan Svenungsson:* Maria Lind säger att institutionen kan bedriva institutionell kritik. Men i det ögonblick som Moderna Museet står bakom ett projekt, det må äga rum var som helst, så är det ett institutionellt projekt. Det är inte nödvändigtvis ett problem, men det bör beskrivas som ett sådant projekt.

*Ana L Valdés:* Det handlar om att skapa mellanrum. Vi har blivit så genre-specifika att vi behandlar konst, teater och film som olika av samma upplevelse. Vi pratar exempelvis om IT-samhället. Vi har inget IT-samhälle, men vi har ett samhälle där IT finns med som ett verktyg. Vi måste kunna anpassa de nya teknikerna till det gamla innehållet.

*Maria Lind:* Jan Svenungsson, det är inte fråga om att dölja att det här har med institutionen att göra, men verken existerar ute i verkligheten. Jag tror att ett verk som finansieras av en institution mycket väl kan vara institutionskritiskt.

*Chris Torch:* Det är inte institutionerna i sig som är problemet. De samlade resurser och den samlade kompetens som kan finnas inom en institution är underbar. Men när det fungerar som en mur till publiken blir det problem.

Ta en stor institution som Riksteatern. När man delar upp den i Unga Riks osv. kan det bli enheter som kan samspela när det fungerar som bäst. Tyvärr blir det dock sällan så. Kulturhuset i Stockholm är ett exempel där man inte har profilerat sig i förhållande till varandra. Man tar inte tillvara på varandras kompetens, utan det blir något slags konkurrens i stället.

Riktigt publikarbete bedrivs för närvarande oftast av sådana som Maria Blom, som älskar sin publik och verkligen vill ge dem något. De skapar de bästa dialogerna.

## Dokumentärfilm om framtiden

---

*Filmvisning med avsnitt ur en kommande tv-dokumentär av Lotta Gröning-Degerlund och Agneta Fagerström-Olsson.*

*Visningen inleddes av Lotta Gröning-Degerlund*

*Lotta Gröning-Degerlund: Jag är här å Agneta Fagerström-Olssons och mina vägnar för att visa er 18 minuter ur en dokumentärfilm som ska visas i tv i höst. Filmen går under arbetsnamnet "Framtiden – finns den?"*

Projektet började med att jag och Agneta konstaterade att det alltid var politiker och proffstyckare som uttalade sig om framtiden och tillvaron. Aldrig vanligt folk. Vi kom fram till att vi skulle göra en sådan film – ta en kamera och åka runt i Sverige, fråga lokförare, uteliggare, sjuksköterskor och andra hur de ser på framtiden.

Vi började med 25 frågor och har sammanlagt intervjuat ca 50 personer. Vi har försökt att placera människorna i sin "vanliga" miljö – en sjuksköterska i ett behandlingsrum, en begravningsentreprenör framför sina kistor, lokföraren framför sitt tåg. Sammanlagt har vi behållit 15 frågor, och av dessa får ni se 5 i detta avsnitt:

- Vem leder Sverige år 2010?
- Kan du påverka samhället?
- Tror du på dödsstraff?
- Kommer kvinnorna att ta makten?
- Vad är centrum för dig?

---

*Filmvisning och frågestund med publiken om bl.a. urval, frågor, personernas bakgrund, presentation av de medverkande osv.*

---



## Paketerad upplevelse

---

*Panelsamtal mellan Dan Grettve, Jessica Gedin, Gunnar Lagerman och Göran Dahlberg*

*Dan Grettve:* Jag kommer från Futurniture, där vi arbetar både med kommersiell och icke-kommersiell kultur. Jag tänker prata om ett specifikt projekt som vi genomförde i somras, och jag hoppas att jag kan dela med mig av är de erfarenheter vi gjorde.

Först tänkte jag dock försöka ge mig på en mycket enkel modell på hur man kan arbeta och fundera kring sin egen kulturverksamhet. Jag tror nämligen att ett hanterligt sätt att se på sin verksamhet är att jämföra den med en restaurang. Det är lätt att känna om en restaurang kommer gå bra eller inte, och det finns några hållhakar som man kan titta på.

- Innehållet. Är maten god? I så fall kan man tänka sig att gästerna strömmar till. Ligger restaurangen dessutom bra underlättar det.
- Ägaren. Det är alltid en viktig person att hålla koll på.
- Publiken. Vem är publik?

Tillsammans bygger det här ett koncept. Är alla delarna i samklang med varandra har man bra förutsättningar att få en framgångsrik restaurang.

Det projekt jag ska prata om är ett jobb vi gjorde för IKEA inför H99 – den stora bostadsmässan i Helsingborg. Att jobba för IKEA var intressant. De har en väldigt tydlig målsättning: att erbjuda möbler åt de många människorna, de många subgrupperna, de många individerna – med väldigt olika utgångspunkter för vad de tycker är viktigt, intressant, snyggt och roligt.

”Festligt, folkligt och fullsatt” var målet för projektet som vi försökte genomföra utan att trampa i någon fälla så det förlorar i kvalitet. Det är annars lätt att det blir som Bingolotto...

Vi skulle söka de väldigt många människorna, och frågan var vart man skulle börja. Vi ville inte jaga publiken, men man kanske kunde flirta med den i alla fall...? Det blev också hela strategin för det här projektet – ett charmigt projekt som därmed vann publikens gillande.

Det första var att försöka sammanfatta projektet på något sätt. Och vi valde att helt enkelt säga ”hej” till publiken. Det var det rakaste och kanske också charmigaste sättet i det här sammanhanget. Mässan skulle svara mot de nya idéerna för sekelskiftet, och därför var det viktigt att lägga in något slags ton det hela.

Logotypen var enkel och bestod av två delar, en figur och en pratbubbla. Tanken var att figuren – en ”gubbgumma” – skulle säga rumphuggna saker i pratbubblan, som t.ex. ”gott” eller ”hej”.

Vi fick också till uppgift att föra utställningen hem till publiken, och det finns ett bra sätt att göra det – gimmicks i form av mössor, t-shirts osv. Ett intressant begrepp i sammanhanget är ”part of oneself”. Är man beredd att köpa en t-shirt som det står IKEA på? Vissa som är intresserade av logotyper och företagsnamn kan tänka sig det, medan andra känner ett visst motstånd. Därför gjorde vi en t-shirt med den speciella logotypen för projektet, där det stod ”hej” i pratbubblan.

Vi arbetade också specifikt från platsen med bl.a. vykort. Det handlar om att engagera alla kommunikationsverktyg som finns, och där är vykort ett sätt att få folk att från den här utställningen ta kontakt med andra.

Vi använde radioreklam och stortavlor, och vi hade reklam som var väldigt site specific. Inom reklamen finns samma trender som inom konsten; man gör reklam som har ett specifikt budskap och som relaterar till den plats och miljö där reklamen finns.

I Helsingborg reser många över till Danmark och köper öl. Därför hade vi en gubbgumma vid färjeterminalen med ordet ”pirra” i pratbubblan. En annan sade ”lukta gott” utanför en parfymaffär. Människor i Helsingborg tyckte det var intressant att leta upp affischerna och se hur de relaterade till deras stad.

Många pratar om IT:s förträfflighet, och de senaste två åren har man höjt upp möjligheterna med IT något alldeles enormt. Det är klart att IT kan vara ytterligare ett forum, men att det skulle revolutionera kulturkonsumtionen på ett genomgripande sätt tror jag inte, och det säger jag som arbetar på en webbyrå. Men det är ett bra komplement, och särskilt om man kan komma på ett intressant användningsområde för webben.

I det här fallet gjorde vi samma sak med webben som vi gjorde med vykortet, dvs. att man kunde skicka meddelanden från utställningen.

Någonting som däremot är mycket viktigare än webben är journalisterna och om de har möjlighet att besöka en utställning. Till den här utställningen kom 350 journalister från massor av olika delar av världen.

Placeringen av själva paviljongen var naturligtvis viktig. Vi använde en paviljong som tidigare hade stått bl.a. uppe i Stockholm, och som byggdes om för att passa just den här utställningen.

Det gäller också att ha aktuella ämnen, och i förhållande till IKEA var det ”att leva med media” – en stor förändring som också påverkar hur möbler ser ut. Barn är ett annat kärnområde för IKEA. De vill ha något slags ”Pippi Långstrump”-attityd, där barnen ska få leka överallt och vara med i alla

situationer i rummet. Då gällde det att barnen också fick leka i själva utställningsmontrarna.

En diskussion gällde huruvida man skulle ha med prislappar. Jag var motståndare; jag tyckte inte det var viktigt. Men det fanns en avdelning där priset var viktigt, där man ville förklara ett demokratiskt designbegrepp – hur god form, bra funktion och lågt pris gör IKEA tillgängligt för de många människorna. Därför fanns prislapparna som en del av redovisningen av vad IKEA vill stå för i framtiden.

Sammantaget var det kul och bra stämning. Det fanns någonting för alla, och jag trodde faktiskt inte att jag skulle vara kapabel att göra någonting som var så pass festligt, folkligt och fullsatt. Jag kan tyvärr inte avslöja vad vår del kostade, men det var ju inte sådär skitbilligt, det kan jag säga...

---

*Jessica Gedin:* Jag och min syster driver ett bokförlag som heter Tivoli. Det är en imprint till Norstedts förlag, dvs. vi är självstyrda men samtidigt helägda. Vi har inte direkt jagat någon publik, utan snarare tänkt tvärtom, att vi inte ska tänka på publiken utan bara på oss själva. Hur vill vi att våra böcker ska se ut? Vad vill vi att våra böcker ska handla om?

Vad gäller böcker har man tänkt för mycket på vad folket vill ha. Man har snöat in på att kulturbärarna är kvinnor i medelåldern som bara gillar en viss typ av litteratur, och på att det finns en död läsargeneration som består av folk i min ålder – mellan 20 och 35. Det är ju inte sant, och det var därför som vi beslutade oss för att starta bokförlaget från allra första början.

Vi har valt att ha förlagsnamnet Tivoli ganska stort på bokryggen, vilket det var bråk om i början. Folk tyckte att det var upprörande. Man såg det som ett tecken på att vi tyckte märket betydde mer än texten. Så är det självklart inte.

Däremot var det viktigt för oss att människor hittar just våra böcker i det enorma utbud som finns. Vi ville skapa ett igenkänningsbart märke som borgar för någon typ av kvalitet. Vi har valt att kalla det smaknisch, för att undkomma den åldersinriktning som är så vanlig i dag, med twenty something-böcker eller vad man nu väljer att kalla det. Vi vill inte ingå i en sådan indelning och därför har vi valt denna typ av branding i stället.

---

*Gunnar Lagerman:* Jag har suttit med i ledningen för Hultsfredsfestivalen ända från början 1986. Då var vi två personer, idag är vi 20.

Vår senaste festival hade 27 000 betalande besökare. Till det kommer 3 000 besökare i form av sponsorbiljetter och biljetter till tävlingar, 1 500 journalister, ungefär lika många försäljare samt artister – totalt ca 43 000 personer under fem dagar, som en mellanstor stad ungefär.

Vi har 4 500 funktionärer som jobbar ideellt och 230 huvudfunktionärer som rekryterar dessa funktionärer. Vi har delat in funktionärerna i 7 funktionsgrupper som alla representeras i ledningen.

I år hade vi över 150 artister på 8 scener och musiken pågick från lunchtid till 06.00 på morgonen. Förutom artister på scener hade vi två filmer på uteskärm varje natt. Vi hade också en ny scen, Pyramiden, för ickemusikalisk verksamhet som teater, poesi med mera. Det har vi haft tidigare också men i andra former, och det var mycket uppskattat.

Vi har en bokningsgrupp med tre personer som jobbar året runt, och till vår hjälp finns en lyssningsgrupp med sex ungdomar mellan 15 och 25 år. Tillsammans hanterar vi årligen ca 4 000 demokassetter och ett par tusen cd. Vi lyssnar mycket på vad dessa ungdomar tycker; de hjälper oss att sålla. De är inte med i den sista beslutsprocessen, men de vägleder oss mycket. När det gäller demoband har vi ett samarbete med P3 demo.

Vi rör oss mest i den genre som kallas populärmusik, men det handlar också om andra typer av musik – rock, pop, techno, dans, hiphop. Vår målsättning är att vara en bred festival.

Publiken sätter vi i absolut främsta rummet; utan den skulle vi inte finnas. Vi är till över 90 procent entréfinansierade, och vår publik har en genomsnittsålder på 19 år. Tvärtemot många här vill vi ha vår publik en aning äldre... Genomsnittsåldern har dessutom sjunkit något de senaste åren, vilket kan ha flera förklaringar. En kan vara den allmänna lättnaden i alkoholpolitik vid evenemang överallt runt om i landet – utom hos oss. Hos oss måste man stå i en bur för att få dricka öl. Det kanske är ok om man är 19 år, men är man 27 år det inte så kul längre. Då går man kanske till ett annat evenemang.

För några dagar sedan fick jag ett s.k. Balance Source Card för festivalen i år. Undersökningen är gjord ur fem olika perspektiv – artist, personal, besökare, område och miljö samt utveckling och ekonomi, och den ska vara vårt styrmedel för att bli ännu bättre kommande år.

När det gällde besökandeperspektivet ställde vi bl.a. frågan ”Vilket besök i ordningen är detta för dig?”. Förstagångsbesökarna var 40 procent vilket var ovanligt högt, men det kan förklaras med att vi hade en nästan 20-procentig uppgång i publikantal i år. Noterbart är att drygt 10 procent har varit där sex gånger eller fler.

En annan fråga var om de tänker komma tillbaka nästa år. Ungefär 80 procent sade ja, och 13 procent nej – resten var osäkra.

Om man ser på när besökarna bestämde sig för att åka, visar det sig att över 30 procent bestämmer sig på plats året innan, sen går det ner under hösten för att stegras under månaderna precis före festivalen. Det här kan vi jämföra med vår biljettförsäljning som till 80 procent sker under april-juni.

En annan fråga var om det är viktigt att veta artisterna i förväg, och om det är viktigt med välkända artister, och för dessa frågor har vi tagit fram nyckeltal. På den första frågan var nyckeltalet 4,4, vilket innebär att de flesta tycker att det är viktigt. På den andra frågan var medeltalet något lägre – 3,7. Det är alltså mindre viktigt med välkända artister än att veta vilka som kommer.

När det gäller information har vi ställt frågan ”Var fick du din huvudsakliga information om Hultsfredsfestivalen?” Vi frågade 200 personer och man fick kryssa i flera alternativ. Internet och vår hemsida var det övervägande alternativet – över 90 stycken kryssade i det. Även kompisar är viktigt – nästan 80. Tidningar fick 45 kryss medan radio och tv ligger under 10. Men det handlade om *huvudsaklig* information, vilket kanske kan förklara en del. Via tidningar osv. kan man få viss information, men vill man veta mer går man in på hemsidan och pratar med sina kompisar.

På vår hemsida kan man önska vilka artister man vill se kommande år. Strax före festivalen i år tittade jag på räkneverket, och då hade vår publik önskat över 15 000 olika artister!

Jag är lika barnsligt förtjust i musik nu som jag var för 30 år sedan. Den stora skillnaden är att jag numera plågar mina arbetskamrater i stället för min mor. Mycket handlar om intuition, om vilka artister man ska boka. När folk frågar vilka vi ska boka till nästa år, brukar jag säga: ”Förhoppningsvis några bra artister som vi inte har hört talas om ännu.”

---

*Göran Dahlberg:* Jag representerar en något mindre institution i det här sammanhanget – en kulturtidskrift.

Precis som många andra här kommer jag direkt från bokmässan i Göteborg där det var en otrolig kommers, samtidigt som alla förväntar sig att allt ska vara gratis... Kulturvärlden är ganska liten och kulturtidskriftsvärlden är om möjligt ännu mindre. Många känner varandra och man tar inte betalt av sina vänner.

När vårt första nummer kom ut 1993 stod vi utanför universitetsbiblioteket och sålde. Vi sålde dock inga prenumerationer för ingen vi kände skulle ändå ha råd med en sådan. Och så är det fortfarande i viss mån, men uppenbarligen når vi lite längre nu. Vi är ju här!

Förra året startade vi en filosofibar på teatern Atalante i Göteborg, där vi ”paketerar” filosofi och politiska visioner med öl och vin. Dessutom har vi en tidskrift som kan skapa något slags kontinuitet i det hela och publicera samma sak fast i en annan form efteråt. Det går väldigt bra.

Vi bjuder in personer som är bra på filosofi för att tala om gamla filosofer från 1700-talet fram till idag. Vi började med att köpa in 30 stolar, för vi trodde inte att det fanns någon möjlighet att fler vill komma och samtala om

detta. Men det gjorde det. Det kom över 100 personer, varför vet jag inte riktigt...

Annars har vi jobbat en del med att försöka haka på andra. Vi har anordnat seminarier tillsammans med Göteborgs Filmfestival, och även det har lyckats bra. Bland annat ordnade vi för två år sedan ett seminarium på festivalen om en rätt svår tänkare som knappt är introducerad på svenska. Det kom massor av folk. Vi hakar också på boken, även om kulturtidskrifter ligger lite vid sidan om. Vi hakar på bokmässan och låtsas att vi är en bok...

I och med filosofibaren har vi tagit steget från byteshandel till penning-samhället, eftersom vi kan sälja öl och vin. Att ta inträde för saker och ting är också legitimt. Och faktum är att det är mycket lättare att få bidrag för den typen av arrangemang än det är för att ge ut en tidskrift.

---

*Panelsamtal mellan Dan Grettve, Jessica Gedin, Gunnar Lagerman och Göran Dahlberg samt inlägg från publiken. Samtalsledare: Märten Arndtzén*

*Märten Arndtzén:* Jag vill börja med att kasta ut en fråga och återknyta till folkbildningen. De traditionella formerna för folkbildning, som exempelvis studiecirkeln, får ju allt mindre publik trots att det fortfarande är många som sysselsätter sig med detta. Kan man säga att det ni gör är folkbildning, att ni har axlat det ansvaret?

*Gunnar Lagerman:* Ja, till vissa delar kan jag hålla med om det. Vi sysslar med populärmusik, vi är entréfinansierade, vi måste få det att gå ihop. Hela tiden får vi kompromissa med s.k. lättsammare kommersiella artister som vi kombinerar med artister som vi själva tycker bäst om, dvs. de som framför något mer från scenen än en timmes underhållning.

*Jessica Gedin:* Det kan låta förmätet att påstå att man sysslar med folkbildning, som om man skulle kunna frälsa någon med det man gör. Men jag tror att det vi eventuellt har gemensamt är att vi på ett nästan religiöst sätt tror så starkt på någonting. Man tror så starkt på att andra människor också kan att ha nytta eller glädje av det här, att man är beredd att leva på naturhushållning för sin bok, sin musik eller sin tidning. På det sättet kan man *kanske* kalla det folkbildning.

*Göran Dahlberg:* Jag tror att det handlar väldigt mycket om själva ordet folkbildning. Det är inte så många som går ut med folkbildning på det sättet. Jag tycker om att vi sysslar delvis med folkbildning, men vi kallar det bar...

*Märten Arndtzén:* Ni kanske skulle få mer pengar om ni kallade det folkbildning?

*Jessica Gedin:* Men färre besökare, förmodligen...

*Göran Dahlberg:* Maria Lind berättade ju tidigare att det gick jättebra när man kallade det för ljusterapi i stället för konst!

*Elisabeth Rasch:* Jag är imponerad av Hultsfredsfestivalen och dess succé. Fanns det ett stort behov av det här i Sverige när ni började?

*Gunnar Lagerman:* Ja, vi var ju först i Sverige. När vi satte igång hade det inte funnits några riktiga svenska musikfestivaler sedan något tafatt försök på Mantorp i början av 1970-talet. Det gick alldeles utmärkt i Finland och Danmark, där fanns flera festivaler, så att vi tänkte att det måste gå här också. Och i och med att vi var först fick vi ett försprång till alla andra.

Sedan ligger en stor del av förklaringen i att vi är några personer som har varit med i många år och som brinner för det hela. Vi hade inte kunnat genomföra det på vanlig arbetstid kl. 9-17.

*Mårten Arndtzén:* Kan du beskriva hur ni har resonerat i relation till publiken genom åren?

*Gunnar Lagerman:* Vi har utgått ifrån oss själva helt enkelt. Vi är ju publik själva från början, som åkte till Roskilde och andra festivaler. Jag får dessutom en tillfredsställelse av att hjälpa en ny artist att nå ut till en större publik. Många svenska artister på stora scenen i år – t.ex. Cardigans och Bob Hund, spelade på våra minsta scener för 8-10 år sedan.

*Karin Hjelmér:* När det gäller organisationen bakom festivalen, hur många avlönas och hur jobbar du själv?

*Gunnar Lagerman:* Vi är 8-9 stycken som jobbar heltid, men inte enbart med festivalen. Vi arrangerar ju konserter i Hultsfred året runt.

*Ana L Valdés:* I panelen finns fyra individuella och intressanta projekt. Man undrar om ni inte skulle kunna ha nytta av varandra och hitta gemensamma nämnare – nätverk eller så.

*Gunnar Lagerman:* I Sverige saknar vi nätverk, däremot har vi ett internationellt nätverk – paraplyorganisationen YOUROPE, The European Festival Association. Vi har idag 20 medlemmar med flera av de stora festivalerna i Europa. Vi samarbetar framför allt gentemot EU och när det gäller harmonisering av ljudnivåer, hur länge man får hålla på nattetid, Stimavgifter, artist-skatter osv.

*Jessica Gedin:* Men Hultsfredsfestivalen är väl sprungen ur Sveriges stora musikinätverk Kontaktnätet från början?

*Gunnar Lagerman:* Vi var tidigare medlemmar i Kontaktnätet, en organisation för ideella musikföreningar. Tyvärr har Kontaktnätets tillvaro allt mer tynat bort och även vi lämnade organisationen för ett par år sedan.

*Jessica Gedin:* Annars är nätverk en önskedröm för alla småföretagare. Jag tror att kulturen har någon sorts sorglig särställning många gånger, i alla fall när det gäller litteraturen. Den blir undanskuffad till speciella forum och har inte rätt att breda ut sig överallt. Böcker talas det bara om i Röda Rummet, inte i nöjes-tv, medan musik och konst kan vara mer gränsöverskridande.

Jag skulle vilja ha något sorts distributionsnätverk. Det skulle vara väldigt trevligt för alla oss som är små och vill säga någonting.

*Chris Torch:* Det jag ser som gemensamt är att ni, förutom Jessica, har skapat tillfälliga mötesplatser, alltså inte hus som ska fyllas året runt. Ni kan hela tiden göra om platsen. Det är tillfälliga mötesplatser centrerade kring någonting som ni själva brinner för och tycker är kul.

Det är väldigt annorlunda jämfört med den vanliga institutionsscenen i kulturlivet som har hus som ska fyllas åt andra – inte nödvändigtvis utifrån ens egen vilja. Baksidan är att ni har en väldigt osäker tillvaro. Ni vet inte om ni finns nästa år egentligen. Oroar ni er för er framtid?

*Gunnar Lagerman:* Vi gjorde det förr, när vi hade dålig ekonomi. Nu har det gått ganska bra de senaste åren, så nu har vi en vision som heter ”År 2010”. Vi är inte speciellt oroliga. När vi var få i ledningen var vi väldigt sårbara. Nu har vi byggt upp en organisation med 20 personer, och detta har vi gjort medvetet för att inte vara beroende av enstaka nyckelpersoner. Vi siktar på att finnas med i många år till.

*Dan Grettev:* Det är viktigt att vara orolig, man ska passa sig för att bli för självsäker...

*Barbro Smeds:* Hultsfred är stort som begrepp, det är ett märke och ett stort namn – inte bara ett ortsnamn. Finns det möjligheter att mentalt paketera sig ihop med varandra? Kan ett bokförlag heta Hultsfred? Har ni någon idé om att ha ett Hultsfredscafé i Göteborg eller en Hultsfredsbokhandel någonstans? Skulle det ge något?

*Gunnar Lagerman:* Det tror jag säkert att det skulle kunna göra. Vi anordnar promotionkvällar och småturnéer där vi åker ut till studentkårer osv. Vi har speciella Hultsfredskvällar där vi tävlar bort lite biljetter osv. Men vi har inte funderat på att etablera oss fast på andra orter.

*Barbro Smeds:* Men kan ni tänka er att gå ihop med någon annan verksamhet?

*Gunnar Lagerman:* Det vågar jag inte svara på. Det beror alldeles på vad det handlar om.

*Jessica Gedin:* Kom igen, du får ett erbjudande här! Jag tycker att sådana blandningar är en dröm. Ju fler sådana blandningar, desto bättre. På Lollipop-festivalen i Stockholm har vi försökt med uppläsningar och liknande. Överallt



där det finns folk tycker jag att det ska finnas en uppsjö av olika sorters kultur. Man ska inte behöva leta upp den hela tiden, den ska finnas tillgänglig.

*Björn Linnell:* Mycket av det ni säger är gammaldags, det känns invariant och tryggt. Jessica Gedin håller på med sitt förslag på ett av Sveriges största förlag – Norstedts. Hon ger ut böcker, nåt som har skett i alla år. Det är en väldigt traditionell verksamhet som du bedriver. Dan Grettve håller på med reklam, vad han beskriver är vad Hall & Cederqvist har gjort länge – man paketerar, man gör reklam. Hulfsfredsfestivalen är som de gamla folkparkerna, fast på en högre nivå. Och Göran Dahlbergs verksamhet är som bokcafé i Lund förr.

Jag menar detta som något positivt, det är inget farligt att vara gammal. Det intressanta är att just de former vi diskuterar är tröga former för verksamhet; det handlar om långsamma, tröga processer.

*Jessica Gedin:* Det är ingen här som har påstått att vi har gjort något nytt eller revolutionerande. Men jag får hela tiden höra att det jag gör inte är något konstigt. Man säger ”Vi gjorde det för 20 år sedan, vi försökte göra böcker billigare och sälja dem på ett namn. Det gick inte, lägg ner!”.

Det som är nytt är att man får lov att begå misstag, göra sina egna misstag och bestämma själv vad man tror är viktigt.

*Björn Linnell:* Jag har aldrig sagt, och kommer aldrig att säga, att det inte går och att du inte får. Jag säger att det är bra.

*Jessica Gedin:* Men det som är föråldrat är kanske nytt på grund av att publiken är ny. Vi har nya människor att jobba med hela tiden. Och jag är nyare än du, Björn...

*Dan Grettve:* Det intressanta med Tivoli är nyanserna, att det man gör är lite annorlunda, med en lite mer samtida framtoning. Det gör skillnaden. På marginalen blir det väldigt mycket bättre, eller åtminstone utvecklande och förhoppningsvis intressantare.

Förändringarna består i att man bit för bit försöker att göra det lite bättre, lite säkrare, hitta något nytt medium eller något nytt sätt att vinna publiken.

*Johan Berggren:* Björn Linnell tog upp något intressant om huruvida det är gammalt eller nytt, och vad som i så fall är det nya. Dan Grettve, är Furturniture bara en reklambyrå? Försöker inte ni vara mer nyskapande?

*Dan Grettve:* Vi har gjort många projekt som har riktat sig till 500 personer, där vi kanske inte vill ha mer än 500 personer. Där har vi tagit ut svängarna på ett annorlunda sätt. När det gäller IKEA försökte vi samla ihop den erfarenhet vi har sedan tidigare och göra något proffsigt. Det var målet. Vi ville göra någonting sammanhållet, kontrollerat, fungerande.

Vi har experimenterat en hel del. Vi har bl.a. hyrt gallerier på stan och vi har gjort mer eller mindre frivola projekt. IKEA-projektet var ett slags sammanfattning av vad vi kan göra när vi får resurser och möjlighet att göra något stort och publikt. Utmaningen för oss var att få det att fungera.

När vi jobbar med näringslivet försöker vi kanske förhålla oss otraditionella i förhållande till hur näringslivet brukar göra, och tvärtom. Vi försöker hitta ingångar, kunskaper och erfarenhet från de olika sektorerna och föra in på respektive område.

*Bo Andér:* Det som är intressant är att ni är relativt unga, att ni jobbar lite informellt och att ni på något sätt svarar upp mot det som undersökningar visar när det gäller ungdomars syn på institutionerna –att de inte vill ha med institutionerna att göra, för att förenkla deras svar.

Ert tilltal är intressant. I överförd mening skulle man kanske begära av t.ex. de stora teatrarna att man stängde under två år och bara skapade teaterfestivaler, för att se vad som skedde när det gäller tilltalet.

*Mårten Arndtzén:* Institutionerna kanske behöver öppna sig och bli mer av marknadsplatser och mindre av tempel.

Björn Linnell: Alla fyra i panelen representerar frågan om trovärdighet, vilket är en gammal fråga. Ni kan inte – oavsett hur små eller stora ni är – överleva ett ögonblick om ni inte är trovärdiga i det ni gör. Fördelen med en stor institution är att den kan misslyckas på en rad småpunkter, den kan tumma på sin trovärdighet men ändå finnas kvar. Det är när det gäller trovärdigheten som det är spännande att se att ni är gammaldags.

*Jessica Gedin:* Jag har inget emot att vara gammaldags nu när du uttrycker det så fint, och jag har ingenting emot att ha trovärdighet heller. Anledningen till att jag blev irriterad förut, är att jag är så trött på att det definieras skillnader hela tiden mellan att vara gammaldags och modern, man ska hela tiden definiera någonting.

*Jarl Lindahl:* Jag vill ansluta mig till vad Björn Linnell säger. Jag känner igen det sättet ni jobbar på, med den trovärdighet och den tröghet som ni talar om. Jag har själv profilerat mig emot institutionerna till dess att jag blev teaterchef och upptäckte värdet i institutioner och institutionens roll i kultursamhället. En av dessa roller är uppenbarligen att ta stryk från det friare kulturlivet...

Men i institutionens tradition ligger att institutionen – finansierad av skattemedel, med demokratisk insyn reglerad av kommunallagar och arbetsrätt m.m. – är en helt annat organisation. Men även den måste ha ett brinnande engagemang, precis som den frie kulturarbetaren. Finns inte det, så dör också institutionen.

En institution höjer och sänker sig i cykler, och det trygga och fina är just möjligheten till den här cykliska rörelsen. Skäll inte för mycket på oss...

*Jessica Gedin:* Vi har inte helt och hållet har förkastat institutionerna. Eftersom Tivoli är en imprint till Norstedts så använder vi oss väldigt mycket av just institutionen. Eldsjäl i all ära, men jag vill att så många som möjligt ska ha möjlighet att läsa dom fantastiska böcker jag hittar. Av den anledningen har vi ett behov av institutionen. Vi behöver deras distribution och deras administration.

Det kan också vara en fråga om trovärdighet. Tappar man sin trovärdighet i och med att man iglar på den här institutionen? Folk tror ju t.ex. ofta att vi har en säck med pengar för att vi är ägda av Norstedts, och att vi kan göra i princip vad vi vill. Men den lilla delen av trovärdighet får man betala, och helt enkelt hoppas att folk som läser böckerna förstår vad det är man sysslar med, eftersom det i alla fall är texten det slutligen handlar om.

*Jan Svenungsson:* Det handlar om att få folk att tro på någonting man själv tror på. Jag begriper inte att man över huvud taget kan diskutera i termer att det skulle vara radikalt att sakna trovärdighet, eller att man bör sträva efter att sakna trovärdighet.

*Niklas Franzén:* Hade det hjälpt eller stjälpt om ni hade fått massor av offentligt stöd?

*Gunnar Lagerman:* Vi har fått mindre stöd några gånger när vi har varit riktigt illa ute, och jag är inte säker på att det hade blivit bättre om vi hade fått mer stöd. Då hade vi inte behövt kämpa, utan kanske blivit lata. Efter 14 år anser jag nog att vi är en institution, om än egenfinansierad. Men drivkraften är fortfarande att utveckla festivalen.

*Jessica Gedin:* Om jag hade fått en säck pengar och massor med stöd, hade jag kunnat göra ännu bättre saker och fått ut mina böcker till ännu fler. Jag tror inte pengar korrupperar så; jag tror bara att pengarna ska placeras rätt.

*Dan Grettve:* Jag håller med Jessica Gedin. Det viktiga är att man har något slags projektbeskrivning. Vi har genomfört saker där vi själva sponsrat verksamheten, vi har sökt pengar från olika stiftelser och fonder. Vi har gjort riktigt knäppa saker som aldrig hade blivit av utan stöd, och jag tror att det kan vara bra.

*Ana L Valdés:* Den generation som ni representerar har ett helt annat kulturklimat att möta. På 1970-talet vågade ingen bedöma kulturen med företags-ekonomiska termer. Det fanns inget mätbart med kultur. Men idag ska man mäta allt utifrån näringslivets språk. Det är det som är problemet.

*Ulrika Kärnborg:* Man kan ju tycka att ni på Tivoli utnyttjar kapitalet, det stora förlaget, men de utnyttjar ju naturligtvis också er. Frågan är om det är

en framkomlig väg i längden. Är det bra för Tivoli att vara på Norstedts, eller är det bara bra för Norstedts att ha Tivoli, som man kan lägga ner sen?

*Jessica Gedin:* Sanningen är att jag inte vet. Det är ett experiment. Vi hade ett eget förlag innan som vi var tvungna att lägga ner efter ett antal nybörjarmisstag. Men vi ville fortsätta verksamheten och vi tyckte att det här var ett bra sätt att göra det. Men jag vet förstås inte hur det ser ut i förlängningen, om vi blir nedlagda om vi inte går med vinst inom tre år.

Den enda användning som Norstedts har av oss är om vi har någon sorts trovärdighet, så länge man tror eller tycker att vi kan göra någonting som inte de kan. Så fort de tror att de kan göra det själva, är ju vi onödiga. I avtalet finns ett visst mått av självstyre inbyggt, vilket är en nödvändighet.

Det är möjligt att jag sitter här om tre år och är superbesviken och bitter. Jag hoppas inte det, jag hoppas verkligen att det här fungerar. Men gör det inte det, är jag inte ett dugg rädd att gå tillbaka till förlagsverksamhet vid köksbordet.

*Göran Dahlberg:* Jag tror inte att öl är något hot mot filosofin i det här fallet. Skulle man bara vara där för ölen skulle man nog undvika att någon pratar om Hegel samtidigt...

Tidskriften Bang gjorde ett temanummer om press härom året där man undrade hur man ska göra för att driva ett projekt, en åsikt. Ska man gå upp i de befintliga strukturerna eller ska man starta något eget? Maria-Pia Boëthius ansåg att det var helt meningslöst att jobba i befintliga strukturer.

*Ulrika Kärnborg:* Men detta är en hybridform, där man är ett reservat inom en stor verksamhet. Det är skillnad. Det Maria-Pia Boëthius pratade om var att vara antingen helt oberoende eller gå in kärnverksamheten. Det jag är intresserad av är om den här reservatsverksamheten är bra eller inte.

*Dan Grettve:* Vi har jobbat åt olika institutioner, bl.a. Nationalmuseum. Det är en superinstitution, där man verkligen kan fascineras över hur det fungerar. Men när vi var klara där försvann vi ut och gjorde något annat, någon annanstans. På det sättet får man upp ett slags dynamik. Om man inte tappar bort sig själv helt och hållet, är det mest av godo att byta och testa olika verkligheter.

*Jan Svenungsson:* Dan Grettve, kan du berätta om skillnaden mellan att jobba med egna konstnärliga projekt och uppdrag åt andra?

*Dan Grettve:* Arbetsmetodiskt är inte skillnaden så stor. Vi håller reda på när vi är konsulter åt någon annan, och då tar vi reda på vad de vill få ut av det hela. Det ingår i det sättet att arbeta. Den största skillnaden är att det inte finns någon kund. En kund frågar om vi kan göra något speciellt, och då är det lättare att få upp styrfart från början, man får något att förhålla sig till.

Man måste vara väldigt mycket mer välformulerad när man sätter igång egna projekt, i alla fall så som det ser ut när man söker bidrag.

*Jan Svenungsson:* Händer det att ni får nya kommersiella projekt på grund av att någon har sett ett ideellt projekt?

*Dan Grettve:* Jag tror det. Allt vi gör bygger vår verksamhet, och vi har lärt oss att leva med den schizofrenin inom företaget. Allt vi gör blir vi mer eller mindre erkända eller bespottade för. Det ena föder det andra.

*Mårten Arndtzén:* Tror ni att man måste erbjuda publiken något annat idag än för 20 år sedan, apropå det här med att vara modern eller gammaldags?

*Jessica Gedin:* Ja, det tror jag. Kanske inte något bättre men definitivt något annat. Vi var ute och besökte konstskolor för att se hur man skulle göra bokomslag. Det visade sig att praktiskt taget alla unga, fräcka, moderna, blivande konstnärer gjorde oerhört traditionella bokomslag och hade någon typ av aktning för boken och förväntningar på hur just böcker skulle se ut, som de försökte leva upp till.

För 30-40 år sedan, och även på 1970-talet, fanns en enorm modernitet vad gäller just bokomslag. Där har det inte hänt så mycket de senaste åren.

Det är viktigt också för bokens värde att den får betraktas som någonting som är fint – i synnerhet nu när det talas så mycket om print on demand och om att boken ska ersättas av Internet osv. Det rent praktiska, fysiska ska också ingå som en jättetydlig del av bokens liv.

*Mårten Arndtzén:* Är det inte t.o.m. en sorts glamour som ska till? Så upplevde jag er första release, att det ska finnas något glamouröst över att läsa era böcker.

*Jessica Gedin:* Glamouren finns till för att vi faktiskt vill ha skoj också. Det är roligt att leka med dessa värden, eftersom det finns saker som man traditionellt inte "bör" göra med böcker, i synnerhet inte om man betraktar texten som seriös. Och det har vi struntat lite i.

Jag tycker dessutom att det ska vara glamouröst att läsa. Man ska få känna sig lite fin när man plockar upp sin bok ur fickan i tunnelbanan. Det ska vara något speciellt. Jag är själv bokfetischist, jag går på antikvariat och letar upp mina favoritböcker i originalutgåvor. Jag är väldigt förtjust i just känslan av själva boken, efter att texten fått betyda någonting.

*Ann Traber:* Jag vill återkomma till frågan om innovativa projekt och till det Chris Torch sade tidigare om symbiosen mellan festivaler och institutioner. Där tror jag att man borde experimentera mycket mer.

Det finns många fördelar med en festival. Det är ofta lätt att få press eftersom en festival får stor uppmärksamhet, man kan hitta personer som engagerar sig ideellt, man kan få pengar från statliga medel osv.

*Maria Lind:* Sådana här saker pågår mer eller mindre på de flesta institutioner, i alla fall som en viljeinriktning. I samband med att "Efter muren" öppnar på Moderna Museet kommer det i slutet av oktober anordnas en filmvecka med film från 23 länder i östra Europa, totalt 35 filmer varav hälften har Sverigepremiär.

*Mårten Arndtzén:* Det klagas en del på festivalkulturen och den ses som ett hot. Men kanske festivalerna ska in på institutionerna?

*Gunnar Lagerman:* Snarare tvärtom – institutionerna ska ut på festivalerna. Från Länsmusiken i Oskarshamn har jag ett ständigt erbjudande om en stråksektion om någon av våra popartister vill ha det.

*Stefan Sporre:* Många festivaler vi pratar om handlar om att köpmännen inne i centrum ordnar något för att locka publik, lördagsunderhållning med något kulturarrangemang. På andra sidan torget ligger en folkpark som inte används, och där har vi kommersialismen i den här biten.

Det som är intressant med Hultsfredsfestivalen är ju eldsjälarna – att eldsjälarna från början inte var så många men att hela regionen idag egentligen är med och jobbar kring just en festival.

Det finns 3 000 samlingslokaler i Sverige, bland annat folkparker, bygdegårdar, Folkets Hus. I de här lokalerna finns mycket kultur och många paketerade upplevelser, som exempelvis en pubafton för att dra in pengar för en konstutställning som man vill ha.

*Eva Dahl:* Det finns säkert tio festivaler i Skåne – jazzfestival, kammar-musikfestival osv. Merparten av de som arbetar är idealister, det är inte näringslivet eller någon annan som ordnar. De får ganska mycket stöd från Musik i Skåne, som är en institution. Men i takt med att festivalerna har vuxit fram har också sponsorverksamhet vuxit fram. Idag är det få av festivalerna som faktiskt behöver så mycket offentligt stöd. Näringslivet tycker att det här är intressant.

## Christoph Schlingensiefs arbete

---

*Carl Hegemann*

Först vill jag tacka för inbjudan. Jag har följt dagens debatt med stort intresse, och jag tror att man kan säga att problemen vad gäller förmedling av konst och kultur verkar vara precis detsamma i Tyskland som de uppenbarligen är hos er i Sverige.

Det är också intressant att se de två huvudsakliga sätten att lösa problemet också verkar vara desamma. I morse tenderade talarna att säga att det är viktigt med mer bildning för fler människor, och i eftermiddags var temat marknadsföring och förpackning.

Problemet som vi alla har i synnerhet inom teatern, och som vi måste diskutera är att vi i vår samtid, i denna senkapitalism som vi lever i, inte vet varifrån vi ska hämta våra bildningskriterier. Det saknas kriterier för hur vi ska välja vår bildningskanon. Och vad marknadsföring beträffar lider vi av att vi tror allt mindre på det som utlovas i reklamen. Trovärdighetsproblemet har ju haft en central betydelse i diskussionerna här.

Utvecklingen av ett kritiskt tänkande och den enskildes förmåga att själv bestämma över sitt liv, vilket alltihop är genuint borgerligt kapitalistiska krav, har under tiden gått så långt att vi har svårt att utveckla någon som helst tro eller erkänna någon som helst sanning. Därför är varken det att ge barnen bättre utbildning så att de väljer bort tv och Internet till förmån för bokläsande och teater, eller att presentera projektet i en riktigt bra förpackning, någon lösning på problemet.

Man skulle kunna säga att samhället vad detta problem beträffar skulle kunna lära av teatern, men det tvivlar jag själv på. På teatern spelar det ingen större roll om skådespelaren verkligen menar det han säger eller bara spelar.

Teatern där jag arbetar, Volksbühne på Rosa-Luxemburg-Platz, är en teater som, precis som det finns i Sverige, grundades av arbetare och som byggdes upp vid sekelskiftet med hjälp av donationer. Vi försöker undvika detta problem. Självt arbetar jag där sedan 1992, då den övertogs av Frank Castorf, en berömd regissör från f.d. DDR.

Idag vill jag presentera det mest extrema projekt teatern har, en teater som egentligen vad finansieringen beträffar är som en vanlig stadsteater. Vi är helt på det klara med en sak, och det ansluter till vad Chris Torch sa tidigare, nämligen att den måste skilja sig från vad som händer inom film och tv och liknande. Vi måste riva det som i Brechttraditionen kallas den fjärde väggen, den osynliga vägg som delar skådespelarna från publiken.

Vi utgår från att detta sätt att iaktta vad andra människor håller på med, kan realiseras bättre av film och tv, än av teatern. Därför måste teatern bli klar över att det snarare handlar om ett möte än om ett iakttagande. Denna karaktär av möte måste man förstärka och det betyder också att man inte bara kan göra teater på teatern, att man kan göra teater överallt, även om man är en institutionsteater.

Vi tycker det är bra att det finns ett fast hus för teatern, och i detta hus kan det enligt vår åsikt också ske andra saker än teater. Vi går så långt som att säga att teater bara är teater, när det inte bara är teater. Sådana tankar öppnar perspektiv på teatern, där (hoppas vi) det inte krävs förpackningar eller bättre bildning för att kunna nå människor. Det har också, vill jag påstå, fungerat häpnadsväckande bra de senaste åren. Och vi har fått en stor ungdomspublik till vår teater, som har tittat på uppsättningar som man vanligtvis inte skulle tro skulle locka ungdomar, alltså även helt traditionella Ibsenuppsättningar.

Publikens genomsnittsålder har de senaste åren legat på 20-21 år. Nu har den stigit något eftersom den etablerade teaterpubliken, alltså den normala teaterpubliken, inte längre kan blunda för detta fenomen.

Orsaken till att den unga publiken hittat till teatern är kanske att teatern just inte bara är teater, utan en mötesplats. Man kan alltid gå dit, där finns ett antal barer och krogar, lokaler där man har rockkonserter. Där finns seminarier, fester, föredrag och alla möjliga möten. Och eftersom vi inte kräver av folk att de ska lita på oss, litar de på oss.

Vi har sysslat med marknadsföring och reklam, och har känslan av att en del av våra strategier är helt kompatibla med tankarna inom modern marknadsföring. Det finns en bok av en tysk säljarspecialist, en försäljningsrådgivare som ger råd till företag om hur de bäst ska sälja sina varor. Han heter Edgar K. Geffroy, och boken heter "Farväl till försäljning".

Han säger i sin bok att den kritiska allmänheten inte längre är beredd att köpa saker som luras på dem av rena profitgrunder. Därför, säger han, måste försäljaren bli kundens partner. Kunder är inte längre kunder, utan klienter. Det handlar inte om försäljningen, utan det handlar om att försäljaren kan förstå partnern/kunden. Och poängen är att denna förståelse inte får vara låtsad, för om kunden märker att avsikten är att nåt ska säljas, så köper han inget.

Jag ska nu försöka redovisa några av de aktioner vi har gjort inne i och utanför teatern, för att visa på försök att avskaffa detta problem genom handling.

Christoph Schlingensiefs projekt Chance 2000 är ett av ungefär 20 projekt som vi gjort de senaste åren, och det uppfördes i samband med valkampanjen inför förbundsdagsvalet förra året. Det var ett försök att bilda ett eget parti som skulle delta i förbundsdagsvalet med Schlingensief som kanslerkandidat.



Och när valcirkusen började, vilket vi snart ska få se en film om, så stod det fortfarande öppet om denna valkampanjscirkus eller denna valkampanjsteater var en del av partiets grundande, eller om partigrundandet var en del av teaterpjäsen. Och när valdagen kom, och man faktiskt kunde rösta på det här partiet som fick 0,7 procent av rösterna, visste man fortfarande inte om det var en teaterpjäs eller ett parti.

Två filmare följde hela processen och gjorde en 90 minuters film som ska visas nästa månad i tysk tv. Det finns bara ett problem: filmen är gjord av spelfilms- och nöjesredaktionen, men det är ju en film om ett politiskt parti som egentligen borde göras av en politisk redaktion. Nu har man alltså samma problem på tysk tv som människorna som arbetade med partiet hade: Är det konst eller är det politik?

Självfallet utnyttjade vi denna konflikt hela tiden under partiets aktioner. Mycket förenklat: Om vi har gjort något förbjudet eller saker som politiska partier inte får syssla med, säger vi att det är en teaterpjäs. Och om folk kritiserar oss och säger att vi håller hur som helst bara på med teater, då säger vi: ”Nej vi är ett riktigt politiskt parti. Vi har till och med rätt att delta i förbundsdagsvalen, vi har samlat in sammanlagt 15 000 namnunderskrifter och partiet är officiellt erkänt av Tysklands förbundsdagsvalsledning.”

Jag måste säga några ord om partiets innehåll. Partiet grundades som de arbetslösas parti, eftersom arbetslösheten är de globaliserade västländernas största problem. I Tyskland finns det, om man räknar den dolda arbetslösheten, sex miljoner arbetslösa. Och vårt första politiska krav var att arbetslöshet skulle erkännas som yrke.

Vi ville ge möjlighet åt alla som ville bli valda att få stå på valsedeln. I Tyskland finns det möjlighet till direktval; den som i sin valkrets får 300 underskrifter kan också kandidera som privatperson. I början av vår kampanj ställde vi samman en bruksanvisning, oberoende av partiet, som partiservice, som förklarade hur man på enklaste sätt skulle få ihop dessa 300 underskrifter och därigenom komma på valsedeln med mottot: ”Jag väljer mig själv!”. Vi kunde visserligen inte garantera att folk skulle rösta på honom, men han fick i alla fall möjligheten att rösta på sig själv.

Vi drev alltså kravet på individens självständighet och autonomi till det yttersta. Det ledde till att det under det tyska förbundsdagsvalet fanns valsedlar som var mycket långa, eftersom det stod trettio namn till på listan på folk som ville bli valda.

Nu ska jag visa er början av tv-filmen, som jag nu visar inofficiellt, eftersom ZDF (tyskt tv-bolag) inte har godkänt den än. Vi tittar på de första fem minuterna, som handlar om grundandet av partiet inom ramen av denna valkampanjscirkus.

*Filmvisning*

Jag hoppas det gick att se att förhållandet mellan publik och aktörer i ett sånt här sammanhang är helt annorlunda än vad normalt är fallet på teater med tittskåpsscener. Jag tycker det verkar vara en möjlighet att ge teatern en egen plats jämfört med alla de konkurrerande medier.

Något tillspetsat skulle man kunna säga att teatern bara går att rädda om man, och nu ska jag uttrycka mig försiktigt, först överger sina hävdvunna konventioner för att sen kunna återuppväcka längtan efter en traditionell klassisk teater. Alltså att ju extremare och mer experimentell teatern blir, desto större blir behovet att kunna se konventionell och traditionell teater igen, precis som behovet av museer är så stort i dag eftersom vi vill kunna informera oss om den traditionella bakgrund vår existens har. Det är också teatern bra på.

Teatern kan bara räddas om vi avskaffar den eller förändrar den helt och hållet. När man avskaffat den uppstår plötsligt behovet hos teatermakarna själva att åter se den traditionella teater som vi är vana vid. Teatern, i synnerhet stadsteatrarna, måste se på sig själva på två sätt.

Å ena sidan som ett museum där vi kan informera oss hur människor tidigare, innan de andra medierna fanns, yttrade sig om sina livsproblem. Det är ingen dålig sak. Och som sagt, museer behövs också, man vill ju få veta något om de historiska bakgrunderna och de epoker som har format vår nutid. Och teatern kan ju bara reproducera sig som museum, genom att spela dessa pjäser. Men teatern ska inte låtsas att de gamla pjäserna och gamla spelsätten förmår reflektera vår aktuella nutid.

Å andra sidan – och det bästa vore att det var samma skådespelare som gjorde det – finns experimenten som spränger den klassiska teatern, aktions-teatern (som för övrigt inte är nåt som vi har hittat på) som jag har försökt att presentera en liten del av för er. Det finns en massa andra aktiviteter som jag hade kunnat presentera, men eftersom jag precis igår fick en kopia av filmen fick jag idén att jag skulle plåga er med vårt partigrundande. Annars skulle jag tycka det vore bra om jag slutade prata själv nu, så kunde ni ställa frågor om det ni undrar över.

---

### *Publikfrågor*

*Chris Torch:* Ungdomarna som går på de andra aktiviteterna på Volksbühne – baren, festerna, konserter – kommer de också på era så att säga konstnärliga föreställningar?

*Carl Hegemann:* Det är det märkliga. Inte alla, men en stor del. En sån här teater kan bli en symbol. I ett splittrat samhälle där det bara finns olika intressegrupper saknas sammanhanget, och det kan gestaltas symboliskt. I vår teater finns inte bara de vanliga 2 procenten bildningsborgare, utan också punkare och folk från alla befolkningsgrupper, bara några stycken visserligen men mer passar inte in. Men det är faktiskt en otroligt bred publik.

*Kurt Stern:* Jag har varit på Volksbühne några gånger och är verkligen imponerad av publiken. Naturligtvis av skådespelarna också, för vad som än sägs så är det en oerhört spännande och intensiv teater som spelas på Volksbühne. Men vi som själva är arrangörer av olika slag tittar ofta på publiken, och den här blandningen av publik. Du sa att det var en medelålder på 27 år, men jag måste säga att när jag har varit där så tycker jag det har varit en oerhörd spänning mellan ung och gammal.

Sen undrar jag över de här affischerna som fanns runt i Berlin om Volksbühne. De hade inte alls med teater att göra, utan det var helt vanliga människor, det kunde ha varit valaffischer om det goda samhället eller så. Det tycker jag är oerhört spännande.

*Carl Hegemann:* Den första frågan: När vi tog över Volksbühne 1992, tre år efter murens fall, spelade vi för tomma hus med en beläggning på ca 15 procent, ingen intresserade sig för Volksbühne. Det var därför denne experimentelle och suspekta regissör Frank Castorf fick bli chef för teatern. När vi sen öppnade blev man mycket förvånad över åskådarnas ungdom, det var inte den vanliga teaterpubliken som kom. Det var de subversiva ungdomarna som kom, från Prenzlauerberg och Kreuzberg, stadsdelar där studenter och freaks bor.

Två år senare såg det annorlunda ut. Då kom det folk också från de etablerade stadsdelarna i Västberlin och då kom också alla kritiker och med åren har mycket riktigt en äldre publik kommit.

Och den andra frågan. Vi säger inte att vi gör teater, utan att vi sysslar med våra egna problem och problemen hos folk som bor i Berlin. Och då måste man alltid använda det medium som är mest lämpat. Det är rätt, det har lett till att vi nu gärna vill göra film. Christoph Schlingensiefel är ju från början filmare och har gjort ett antal splatterfilmer. Nu ska Frank Castorf spela in en film och vi försöker få ihop pengar för det. Christoph Schlingensiefel har två gånger fått "De Krigsblindas hörspelspris".

Schlingensiefels hobby är Internet, vilket han väl inte är ensam om. Ni kan hitta honom på hemsidaadressen [www.xxxxxxx.net](http://www.xxxxxxx.net) eller på adressen [www.christophschlingensiefel.de](http://www.christophschlingensiefel.de). Dessutom har vi under tio dagar haft hotellverksamhet som teaterpjäs, där man kunde ta in på riktigt. Och förra gången jag var i Sverige berättade jag om Stationsmissionen, där hemlösa och missbrukare på Hamburgs Centralstation under tio dagar på en f.d. polisstation umgicks med stora skådespelare från Schauspielhaus, som ligger mittemot stationen.

*Bo Andér:* Har ert sätt att arbeta påverkat teaterlivet i Tyskland och i så fall på vilket sätt? Hur är det med den publik som ni nu kan överskåda efter tio år. Har detta inneburit en introduktion till att gå på annan teater eller andra konstinstitutioner?

*Carl Hegemann:* Jag tror nog det. Schlingensief har blivit ett slags paradigm. Nyligen var det en tv-diskussion med Claus Peymann, den tidigare Burgtheaterchefen som nu blivit chef för Berliner Ensemble, en popkritiker och den nye mycket unge chefen för Schaubühne i Berlin, Thomas Ostermeier. Diskussionen höll på i ungefär en timme, varav en halvtimme handlade om Schlingensief. Trots att de båda andra håller på med en helt annan sorts teater var de eniga om att Schlingensief är mycket, mycket viktig för teatern och för samhället. Trots att han, som han gång på gång hävdar, inte är intresserad av teater.

Efter all den här aktionsteatern försökte han sätta upp en riktig pjäs – en boulevardkomedi om den nye förbundskanslern Gerhard Schröder. Han hade ju samlat erfarenhet så det räckte när han själv var kanslerkandidat. Den här boulevardkomedien, som byggde på Sabinskornas bortrövande, fungerade föredömligt. Men två dagar innan premiären stod han inte längre ut med att han plötsligt bara satte upp en normal teaterpjäs, och så kastade han omkull allt. På premiären blev det en sorts möte och revy i Schröders våning i stället för denna boulevardkomedi.

När Kosovokriget kom åkte Christoph Schlingensief med sina skådespelare till Makedonien, till flyktinglägren. Det är mycket ansträngande att leva på detta sätt.

*(Översättning från tyska Magnus Lindman)*