

Xavier Douroux – Konst och samhälle

Xavier Douroux: Jag kommer från en organisation med tio personer, vilket började 1977 med utställningar som vår huvudsakliga verksamhet. Men vi har också andra avdelningar varav en är Konst och samhälle (Art & Société) där vi organiserar ett program med uppdrag på offentliga platser med hjälp och idéer från Fondation France.

En del av våra pengar är statliga bidrag för att anordna utställningar. En annan del är privata medel från Fondation France för detta program och en tredje del är pengar vi tjänar själva genom olika aktiviteter – bl.a. layout-studio, förlagsverksamhet och filmproduktion.

I dag vill jag prata om två projekt, två berättelser. Den första börjar med ett par konstnärer –Liam Gillick från London och Philippe Parreno från Paris, den andra börjar med en kvinna från Bourgogne utan någon relation till konstområdet eller samtida konst. Dessa berättelser är inte en redogörelse av vad vi gör, men det ger bra bild av att jag mer och mer blir involverad i projekt som går medströms, inte motströms.

För mig är publiken i allmänhet inte särskilt viktig. Men betraktaren, varje del av publiken, är grundläggande. Mitt syfte sedan 20 år tillbaka är inte att se var och en av denna publik som en konsument utan också som samhällsmedborgare och, kanske än mer viktigt, en aktiv sådan – inte en passiv.

Den första berättelsen handlar om arbetet runt en show som hette Moral Maze. De två konstnärerna Gillick och Parreno hämtade idén från ett BBC-program där människor inbjöds för att de har en mycket specifik kunskap. Journalisterna ställer exakta frågor för att veta mer om denna kunskap.

Gillick och Parreno bad tio konstnärer – t.ex. Douglas Gordon, Rirkrit Tiravanija, Varsten Holler, Jorge Pardo, Lothar Hempel och Pierre Huygue – att komma till Dijon. Dom skulle komma tomhänta, inga projekt, inga arbeten.

Varje dag under en vecka inbjöd man sedan någon som fick tala om sitt egen verksamhetsområde eller kunskapsområde – exempelvis en ekonom, eller människor på ett nytt teknologiskt företag där man försökte komma underfund med vad som skulle komma närmast eller en engelsk astronaut. Varje dag diskuterade de tio konstnärerna med dessa personer.

I slutet av veckan var vi tvungna att beslut vad vi skulle visa på själva utställningen. Det resulterade bl.a. i en resumé av olika saker vi gjorde under den här veckan.

Under veckan hade exempelvis Rirkrit Tiravanija ordnat en säng där man kunde vila när man inte ville följa seminarierna. Denna säng hade en speciell

orange färg från den buddistiska kulturen, och den fanns med på utställningen.

Jorge Parto beslutade sig för att minnas seminarierna som ett grupporträtt. Alla deltagare fick hänga upp och ner i en specialbyggd konstruktion, det blåste på deras hår så det stod rätt ut, och sedan gjorde han ett bildcollage av detta.

Maurizio Cattelan sparade anteckningar från konstnärerna om vad de hade lärt sig under seminarierna. Han lade dessa papper i fyra tvättmaskiner som fanns på utställningen; det blev ett slags hjärntvätt där allt försvann. Det enda som finns kvar är minnet av vad som hänt.

Utställningen blev en installation bestående av ett antal objekt. Det hela blev mycket visuellt effektivt utifrån en estetisk aspekt och en plats där människor t.ex. kunde sitta vid ett bord och läsa en rapport av Liam Gillick om utställningen och arbetet före.

Vi beslöt att skapa ett slags förening kring utställningen, och publiken kan gå med i denna förening. Detta var viktigt för mig för denna utställning var inte en grupp objekt, det var inte slutet på något. Det kom inte från en ateljé, det var inte gjort för en speciell plats, det var bara början på något. Utställningen har en känsla av avgång – inte ankomst.

Den förening som bildades driver olika projekt och under de senaste tre åren har vi arbetat med bl.a. tidningar, ett filmbolag och projekt kring arkitektur och urbanisering.

Vi har skapat tidningen "Permanent Food", som är ett projekt av Dominique Gonzales Foerster och Maurizio Cattelan tillsammans. Vi bad en grupp personer, de flesta konstnärer, att sända två sidor de själv valt från befintliga tidningar. Utifrån dessa sidor skapade vi en tidning av tidningar. Från början vad det bara dessa utvalda konstnärer som valde sidor, men nu kan medlemmar från publiken som gått med i föreningen också välja sidor.

En av de inbjudna personerna före utställningen diskuterade kring arkitektur. Han arbetade med nationellt kulturarv i Storbritannien och var också rådgivare till Tony Blair och Labourpartiet. Diskussion var väldigt intressant och handlade om huruvida man behöver bevara allt, eller om man kan förstöra sådant som bara är intressant under en period.

Utifrån detta startade Rikrit Tiravanija och Pierre Huygue ett projekt där man bygger hus, men inte utifrån en plan och en arkitekt. I stället bygger man ett befintligt hus. Runt Medelhavet kan man nämligen se många ofärdiga hus – någon börjar bygga, men sen tar pengarna slut eller så har man inget tillstånd. De ofärdiga huset blir stående.

Idén var att göra klart ett sådant hus, alltså inget nyskapande utan arkitektur där man tar vara på verkligheten.

Olika projekt som dessa är viktiga för mig eftersom de kommer från utställningen. Utställningen blir början på en ny gemenskap mellan konstnären och de betraktare som besökt denna utställning.

När vi pratar om betraktare måste vi ta reda på vad dessa vill. Vi kan inte bara tänka på dem som inte kommer, vi måste tänka på dem som faktiskt kommer, och försöka göra dem aktiva i den kreativa processen.

När utställningen var slut var vi tvungna att ta hand om materialet, och vi beslutade att magasinera det, inte bara i lådor utan som en installation. Ingen kan se den, men den finns där – ”inom parentes”, mellan två tider.

Den andra delen av min föreläsning handlar om Art & Société.

F  r åtta år sedan föreslog Fondation France att vi skulle delta i programmet ”Nya uppdrag”. Idén var enkel, uppdragen kom inte från staten eller offentliga myndigheter utan från människor – enskilda, i grupp, i samhällen.

Projektet går ut på att man kan be om hjälp från en konstnär utifrån sina problem – antingen väldigt pragmatiska problem som är relaterade till ekonomi eller turism, men väldigt symboliska problem, som de stora frågorna i livet.

Fondation France bistår med en del pengar men inte allt, och man bistår även med en person som ska försöka förstå människornas exakta krav och ta kontakt med en konstnär som kan vara en bra respons för dessa krav. Denna person, som alltså   r jag, väljer ut konstnären f  r en dialog med människorna.

Pengarna kommer delvis från Fondation France, men ibland från staten, den stad eller den region det handlar om. Oftast är det offentliga pengar avsatta för konst och kultur, med det kan också vara pengar för regional utveckling, pengar från EU och ibland arbetsmarknadspengar f  r arbetslösa.

Jag driver just nu ca 30 sådana projekt, en del stora och andra små, och jag kommer här att berätta om ett specifikt projekt i Bourgogne och återkommer till den kvinna jag nämnde inledningsvis.

Kvinnan bodde i norra Bourgogne, vilket inte är det rika vinomr  det utan skogsområden med få invånare och stora ekonomiska problem. Men denna region är rik på olika monument – bl.a. många små kapell och andra sociala mötesplatser som   r väldigt arkitektoniskt intressanta.

Denna kvinna var intresserad av tvätthus. I början förstod jag inte alls varför, men genom henne och andra människor jag m  tte upptäckte jag att dessa tvätthus var viktiga för det sociala livet i byn – viktiga för kvinnorna, men också för hela samhället i stort.

Människorna ville satsa pengar på att renovera i stället för att riva. Men frågan var vilka skäl det fanns att spendera offentliga medel på detta. Denna fråga fanns också i denna kvinnas tankar, och hon sade: ”Du måste hjälpa mig att placera dessa tvätthus i samtiden.” Vi valde ut tio tvätthus, försökte organisera ett turistiskt sätt att besöka dem, och jag tog kontakt med ett antal konstnärer för de olika tvätthusen.

Vi har använt bl.a. Anette Messenger, en feministisk fransk konstnär, för ett av tvätthusen. Dessa platser var nämligen viktiga för just kvinnorna. Där kunde de vara fria och diskutera utan överinseende av männen.

Vid ett annat tillfälle använde vi Re´my Zaugg, en schweizisk konstnär. Det handlade om ett arkitektoniskt byggt tvätthus i en by med bara 40 invånare. Re´my Zaugg ville få fram hur viktigt tvätthuset var för folket, genom att återigen göra tvätthuset till centrum av byn. För detta behövs mycket pengar, så vi organiserade ett projekt för långtidsarbetslösa. På det sättet får vi pengar från både EU och franska staten. Projektet kommer att pågå i två år.

En annan konstnär vi har använt är Liam Gillick. Det gällde ett tvätthus där man ville ha dörrar på huset.

Om man begär pengar hos Kulturministeriets avdelning för gamla byggnader, så kommer de att föreslå stängda vanliga trädörrar. Men när Liam Gillick var i byn och diskuterade med människorna, visade det sig att detta tvätthus var det enda ställe där unga människor brukar träffas. I byar som dessa har man nämligen inga andra ställen för ungdomar. Liam Gillick föreslog ståldörrar med hål för plexiglas för att få kommunikation – så att människor kan se utifrån och in, och för att de som är inne kan se ut..

Inledningsvis gjorde han ett systematiskt förslag med ett regelbundet mönster i dörren. När vi föreslog denna lösning för byinvånarna sade de att det var ok, men de ville ha ett oregelbundet mönster i stället. Liam Gillick tog detta till sig och slutresultatet blev ett osystematiskt mönster med hål i olika storlekar.

Människorna pratade också mycket om ljuset. Det fanns en dörr i öst och en i väst på tvätthuset, så Liam Gillick beslutade att leka med solens ljus i gryning och skymning. Den ena dörren har gult plexiglas för morgonen, och den andra har kallt blått plexiglas för skymningsljus.

Jag har också anlitat Peter Halley, John Armleder, Ernst Caramelle m.fl. för arbete med andra tvätthus i just detta projekt.

Min roll är viktig. Jag väljer konstnären, jag föreslår någon för denna dialog, och jag ser min roll som politisk. Konstverk är viktiga för att avgöra vad som kan bli framtidens politik. Oftast försöker jag välja situationer där folket är fritt och oberoende, där vi kan driva projekten på det sätt folket självt önskar.

Vid ett annat projekt ville en man som var fiskare och jägare att folk skulle upptäcka var naturen och det sätt på vilket man hanterade naturen sedan lång tid tillbaka.

Det hela resulterade i ett hus utan el eller vatten – ett väldigt enkelt hus som egentligen inte är något hus. När jag startade projektet sade folk att jag inte kunde bygga på den plats vi valt, men då sade jag att det inte var något hus utan en skulptur, en plats dit människor kan komma. Det ligger intill en liten sjö och man kan vara upp till sex personer där.

I början var detta projekt väldigt impopulärt bland människorna i staden. För dem var denna region ett slags reservat där man vill finna naturen som man känner den, de gamla byggnaderna och de gamla traditionerna. De glömde totalt bort att människor faktiskt bor där. Men turligt nog beslutade några människor i byn att skydda det. Nu finns det ekonomi i projektet. Huset är alltid uthyrt, även under vintern, och det ger jobb åt en person.

Programmet "Nya uppdrag" utesluter inte något, inte heller målningar. Ett projekt ägde rum i restaurangen på universitetet i Dijon. Vid denna tidpunkt fanns stora problem med relationen mellan den nya generationen studenter och personalen i restaurangen. När jag var student under 1970-talet hade vi vänliga relationer till människor. Men det verkar som om studenterna under 1980-talet och början av 1990-talet har blivit mer isolerade i sinnet. De tar inte hand om de människor som finns omkring dem – bl.a. servitrisen, kassaflickan och ägaren till restaurangen.

Jag tänkte att en bildkonstnär kunde vara bra. Personalen visste inget om bildkonst, för dem var tavlor detsamma som porträtt. Ok, sade jag. Vi kan göra porträtt av er. Kan ni tänka er att vara modell för en målare?

De hade aldrig varit i en ateljé förut, och det var viktigt att en relation av förtroende skapades mellan dem och konstnären. Jag föreslog en berömd kinesisk konstnär – Yan Pei Ming – som bor i Dijon. Han har deltagit i Biennalen, och han har tavlor på många fina museer och gallerier i London och Aten. Denna konstnär kände nämligen till situation och människorna.

För dem var det en stor upplevelse. De upptäckte hur en modern konstnär arbetar med porträtt, och dessa tavlor skapades väldigt snabbt – två timmar per porträtt. Dessa porträtt sitter nu permanent uppe i restaurangen. Det är ett sätt för personalen, och för Fondation France, att säga till studenterna att det inte är någon anonym kille som serverar vid deras bord. Det är individ och han är viktig. Han är ingen biskop eller kung, men hans porträtt finns i restaurangen.

Detta slutliga exempel visar de mer symboliska aspekten av ett uppdrag i detta program.

Jag vill avsluta med en tanke. Jag tror att problemet för strukturen inom samtida konst, men även inom andra områden, är att vi håller på med pro-

duktion. Vi producerar utställningar, vi producerar konstverk, vi producerar filmer. Det viktiga är vad vi sedan ska göra med alla produkter – alltså postproduktionen.

Jag tror inte att det bara är en fråga om konsumtion, om huruvida publiken som kommer och ser. Om konstverket är viktigt, så beror det på att det kan förändra beteenden och relationer inom ett samhälle.

Vi måste tillbaka till platsen för avgång. Vi måste finnas i en relation med individerna, våra betraktare, redan i början av processen. Vi måste innesluta dem. Inte alla, det är omöjligt. Men några. Det kan vara människor från vår egen kommun, människor som brukar komma till utställning om samtida konst. Men det kan också vara människor i djupaste delen av Bourgogne eller i restaurangen på universitetet i Dijon.

Det nya huset

Vad ”räknas” egentligen? (David Neuman)

David Neuman: Inledningsvis vill jag passa på att tacka Stiftelsen Framtidens Kultur för att de har bjudit in mig till detta seminarium i Umeå. Jag har aldrig tidigare varit i Umeå, och jag har aldrig tidigare varit så långt norrut i Sverige.

Jag vet att det finns konstinstitutioner i Umeå och dess omnejd som säkerligen skulle intressera mig mycket. Jag kom nu på morgonen och hade därför inte möjlighet att ta del av gårdagens utflykt till Umedalens skulpturpark och Bildmuseet. Jan-Erik Lundström på Bildmuseet har många gånger propsat på att jag skulle komma och hälsa på och titta på hans fina museum. Men jag är väl bekväm av mig, jag tycker att det är lite för långt och komplicerat och dyrt att resa med bil och flyg i 3 timmar för att ta del av en utställning – om det inte är något alldeles i ”hästväg”, något som man inte kunde se någon annanstans, något som var riktigt avantgarde, och något som var ett s.k. ”måste”. Då skulle jag troligen varit här...

Några av er tänker säkert: ”Jag är helt säker på att han åker både till Venedig och Dokumenta, och han har nog varit i Bilbao! Men till Umeå har han inte kommit!” Dålig marknadsföring, inte tillräckligt intressant, inte de rätta curatorerna, ingen gratis flygbiljett...

Vad är det som gör att vi har en sådan tröghet att ta del av kulturutbytet inom det område som jag arbetar med – konstutställningar? Varför är det en förhållandevis liten del av samhället som går på konstutställningar?

Jag har något prosaiskt kallat mitt anförande för ”Vad räknas egentligen?”. Det är en ärlig fråga. Jag har arbetat med konstutställningar och bildkonst i över 25 år. Detta innebär att jag har både erfarenhet och ett historiskt perspektiv. Jag medger att det historiska perspektivet inte är otroligt imponerande, men det innebär att jag ibland känner att jag varit med förut.

Det är inte så att jag är förvirrad, men jag undrar uppriktigt: Vad är det som räknas? Är det objekten i rummen? Är det stödet till konstnären? Är det besökaren? Är det intresset från media? Är det tolkningsföreträdet (vad som är bra eller dåligt)? Är det curatorerna? Är det storleken på byggnaden eller museet? Är det storleken på konsten?

Listan kan göras oändlig, men idag står det klart för mig att det finns några väldigt absurda och minst sagt märkliga företeelser inom konstutställningsverksamheten på det nationella planet. En del av dessa trender eller företeelser är importerade från utlandet, eller rättare sagt internationella trender, som vi givetvis inte är sena att anamma.

Det finns en mängd termer eller begrepp som vi som håller med konstutställningar använder oss av. Det är dem som på något sätt beskriver vad vi försöker göra. En av dessa termer är kontexten – sammanhanget – som utställningen, eller som idag seminariet, försöker att placera sig i. Är denna panel intelligent sammansatt? Talar vi från en gemensam plattform? Kompletterar vi varandra eller kommer var och en av oss riva av sina egna minuter, utan att vara lyhörda till varandra? Kommer ni, åhörarna, ställa några frågor?

Kontexten, sammanhanget, är ett av de verkligt stora problemen den svenska konstscenen brottas med just nu. Kontexten/sammanhanget för en utställning i New York, Paris, Helsingfors eller i Umeå ser väldigt olika ut. Det skapas så många grupputställningar, denna extremt ogenerösa företeelse där man kastar samman konstnärer i oftast gigantiska salar. De utställande har ofta ingen relation eller kontext till varandra, utan alla arbetar på att minimera sin egen katastrof genom att få en så bra plats som möjligt i utställningsrummet.

När vi eftersträvar den enorma trendkänslighet som verkar vara varje institutions absolut högsta önskan, ger vi i många fall blanka attan i kontexten. Kommer betraktaren uppleva, förstå eller rent av se vad vi försöker åstadkomma? Eller tror vi att content – innehåll – är så starkt och genombrytande att denna kvalitet kommer överbrygga eventuella problem?

Ganska ofta händer att inga av dessa delar fungerar, eller som en kritiker skrev i en av våra dagstidningar för en tid sedan: ”Pressmeddelandet är oftast av det mest intressanta slag, men själva utställningen ger inga starka intryck”. Och när det går käpprätt åt helvete brukar betraktaren oftast skrika om kejsarens nya kläder.

Vårt underliggande ansvar när vi skapar utställningar är mycket komplicerat. Varför gör vi utställningen? För vem? I nästan alla situationer handlar det om en strävan till dialog eller i alla fall till kommunikation. Betraktaren är jungfrun.

Hur jag än närmar mig utställningen handlar det alltid om betraktaren. Om utställningen är öppen för allmänheten är meningen att den ska ses av någon. Det självskrivna är stödet till konstnären, att hans eller hennes intentioner och önskningar uppfylls. Allt som är skapat med en ärlighet och integritet, och som jag har beslutat är värt att förmedla, måste stödjas till fullo. Det finns inget som heter ”Det går inte!”

Den aktuella, samtida och senare historiska betydelsen av utställningen kan jag inte påverka – förutom den samtida konstkritikern som jag inte har några som helst problem med. De allra flesta är intresserade och kunniga individer som genuint tycker om bildkonst. Det finns ytterst sällan någon som helst konsensus inom kritikerkåren, vilket också är helt okej. Man tycker olika om olika saker.

Den övriga pressen, är dock inte lika tydlig. Den mäter succé med besöks-siffror, och följaktligen är floppar detsamma som få besök. Ett naturligt men ack så primitivt sätt att försöka beskriva kvalitet och signifikans. Den konstutställning som har många besökare blir viktig, den med få oviktig! När Kurt Schwitters skapade sitt Merzbau kom det kanske ett hundratal besökare. Ändå kan vi inte beskriva modern konsthistoria utan att nämna honom.

Korrelationen mellan historisk betydelse och kvalitet kan inte mätas i besöks-siffror, det vet alla som håller på med konstutställningar. I förra veckan kunde man läsa i en liten notis i Dagens Nyheter att besöksantalet har ökat 15 procent förra året på museer och konsthallar. Man lyfte fram Moderna Museet som hade ökat sin besöksantal med 400 000 under 1998. Givetvis glömde man då att tala om att museibygnaden var helt ny, och att årets siffror pekar på att man är tillbaka på de gamla siffrorna före det nya huset, ungefär 200 000.

Sedan vet vi alla att institutionerna ljuger friskt om sina besöksantal. Vissa museer har vänföreningar som står för 30-40 procent av besöksantalet, vilket skulle innebära att man går på sitt vänmuseum i princip en gång i veckan. Och räkneverket i entrén registrerar budet som kommer med läsk till kafét tre gånger i veckan precis på samma sätt som en ”riktig” besökare.

All denna energi går åt till att manifesteras sig som en viktigt institution med en viktig utställning. Till detta använder man vilka medel som helst. Alla är livrädda att vara ett museum där man känner igen konsten, och faktiskt vet var objekten hänger i rummet. Det finns en otrolig glädje i återseendet av ett objekt man minns. Det är inte fel att låta en målning hänga tio år på samma plats.

Vissa institutioner glömmer t.o.m. bort vad de egentligen har för uppdrag. Man inleder samarbete med modetidsskrifter för att appellera till nya grupper och öka sin hippfaktor – allt i en intensiv jakt på att vara först och förklara för sig själv och sitt samhälle varför man ska finnas.

Staten kräver pedagogik. Konsten måste förklaras. Om det bara finns en riktig och lättförståelig handledning i utställningsrummet blir allt mycket bättre. Publiken skulle strömma till, alla skulle lära sig något, och vi skulle inte ha en sådan ångest för att vi existerar. Den här sommaren har det varit en tät ström av artiklar som har berättat om nyöppnade konsthallar runt om i landet. Man har fått statsbidrag för att renovera gamla ”kungsgårdar”, och sedan har kommunen ytterligare en konsthall på halsen, som givetvis kommer att kosta en massa pengar och som man snart kommer kräva ska gå med vinst, vilket innebär att man ska ha en stor publik.

Allt handlar om ”hardware” – struktur – och väldigt lite handlar om vad man ser i rummet och att uttrycket i rummet måste få existera utan riktning, utan en pedagogisk förklaringsmodell.

Jag har aldrig förstått varför man måste kräva information och utbildning om bildkonsten när man kommer till utställningen. Varför får man inte lära sig om bildens betydelse tidigare? Varför har vår moderna skola så negligerat den kunskapen?

Ytterligare fascinerande "hardware" är givetvis alla dessa nya museer och monument över vår moderna konst, där man ideligen blir förvånad av hur dåliga dessa byggnader är. Jag kan inte förstå att man inte har pratat med konstnären när man byggt, utan att det i många fall blivit ett monument för beställaren – och inte minst arkitekten.

Marcel Duchamp var den första konstnär som skapade sitt eget allomfattande museum fast det var förstås ett konceptuellt museum, den s.k. Boite-en-valise. Duchamp kritiserade mycket hårt museet som lämplig institution för konst. När han själv talade om sitt minimuseum, som var ett objekt innehållande små kopior av många av hans verk vilket han spenderade ett tiotal år för att skapa, kom det också att omfatta några av Duchamps mest slagkraftiga idéer om konst. Han säger bl.a. (David Neumans översättning):

"Konstnären är inte ensam med att utföra sin kreativitet, utan han behöver också en analyserande betraktare, som genom sin närvaro skapar kontakt med den externa världen."

Han fortsätter att skriva om sitt museum:

"The Boite är egentligen ett medelvärde av alla museers funktioner, det konfirmerar/ger värde åt objekten som har blivit förflyttade från deras sammanhang /kontext och berövade av deras meningsfulla roll, samtidigt som man konserverar och uttunnar deras abstrakta värde."

Det kan inte sägas mycket bättre!

Piia Laita

Jag kommer från Kiasma, ett monument för konsten. Jag vill berätta vad vi har gjort under 1,5 år sedan vi öppnade, och hur vi försöker att locka ny publik.

När Kiasma öppnade den 30 maj 1998 var det redan det mest kända konstmuseet i Finland. Lokaliseringen i centrala Helsingfors, direkt vid statyn av marskalk Mannerheim väckte en het diskussion med t.o.m. en namninsamling som krävde att museet skulle byggas någon annanstans. Nästa diskussionsämne var arkitekt Steven Holls moderna byggnad, som var älskad av några och hatad av andra. Även det ljusröda planket omkring bygplatsen fick sin del av publiciteten.

Informationsverksamheten koncentrerade sig på byggnad och museum som en helhet. Huvudlinjen var att lansera Kiasma som ett modernt kulturcent-

rum, en punkt för dem som skapar, ser och upplever. Namnet Kiasma betyder ju korsning, och Steven Holl valde själv namnet. Målsättningen uppnåddes med enorm framgång. Under första veckoslutet besökte 33 000 personer Kiasma, och museet firande sin hundratusende besökare efter en månad, den 2 juli, vilket är ganska mycket i en stad med 500 000 invånare och ett land med 5 miljoner invånare.

Ett och ett halvt år efter öppnandet krävs ett nytt sätt att locka ny publik till Kiasma. Publiken har sett huset, nu gäller det hur man ska få den att återkomma.

Samtidskonsten betraktas ofta som svår eftersom den kräver något nytt av publiken. För att undvika föreställningen av museet som en plats för konst som är svår, har Kiasma profilerat sig som ett vardagsrum för alla. Första våningen av museet är t.ex. ett fritt område med café, shop och teater.

På första våningen finns också Bitti, ett rum där ungdomar kan surfa på Internet. Det finns tolv datorer, med hjälp av vilka man kan bekanta sig med Internet samt med cd-rom för barn. Meningen är att sänka tröskeln att komma in till museet.

Avdelningen för museipedagogik arrangerar olika evenemang och diskussioner som erbjuder nya sätt att närma sig samtidskonsten. I verkstaden kan besökarna bekanta sig med konst genom handling, betraktande och diskussion. ”Tusen sätt att se”-programmet gör besökaren bekant med samtidskonstens bakgrund genom multimedia. Det finns också diskussionsguider i utställningsrummen.

Kiasmas nätmediaservice är en del av en interaktiv process där samtidskonsten möter betraktaren och betraktaren samtidskonsten. Kiasmas nätmediaservice når både den som själv besöker byggnaden och den som bekantar sig med Kiasma via Internet. Besökaren lotsas mot en konstupplevelse med hjälp av byggnadens Kiasma-net, vilket inriktas på publikservice. Där får besökaren en kontinuerlig information om byggnaden aktuella evenemang och tips om vads om är på gång.

Redan från början har Kiasma profilerat sig som ett kulturcentrum med ett mångsidigt programutbud. En del av denna mångsidighet är utställningsrummens olika programprofiler som placerar Kiasmas mångfacetterade utställningsverksamhet i en aldrig uppställande rörelse.

Huvudutställningsrummet på femte våningen koncentrerar sig på stora tema- och konstnärsutställningar. I november anordnas t.ex. en Asienutställning – Cities on the Move – som också finns i andra delar av huset. Denna utställning, med över 100 konstnärer och arkitekter, skildrar livet i Asiens metropoler. Uttrycksmedlen varierar från skulptur, installationer, video, fotografi och performance till målning. Utställningshängningen avviker från det vanliga sättet att ställa ut, vilket redan har väckt diskussion.

I Studio K kan man möta konst som östs ur olika visuella kulturkällor från hela världen; t.ex. har man just nu en utställning av Marina Abramovic, som skapade ett nytt interaktivt verk speciellt för Studio K. För att stödja utställningen föreläste Abramovic i Kiasmateatern om performancekonst.

Kontti-rummet presenterar projekt som använder mediateknik. Programmet reagerar snabbt på nya intressanta faktorer och fenomen. Fram till i går fanns en technoutställning – Insomnia – som presenterade techhokulturen med video, musik och flyers. Utställningen lockade massor av ungdomar som för första gången frivilligt besökte ett konstmuseum.

Museets samlingshängning byts ut ungefär en gång per år. I rummet X presenteras museets nyanskaffningar, ett verk varannan månad. I mediateket visas video- och mediakonst.

Kiasma stannar inte inom byggnadens väggar. ”Under samma himmel” är ett projekt om konst i staden. Projektet undersöker olika sätt att använda stadsmiljön som en del av ett konstnärligt uttryck. Projektet sker i fyra stadsdelar i Helsingfors, en per årstid. Projektet är ett startskott för Kiasmas evenemang under kulturhuvudstadsåret 2000.

Vi har även en teater, Kiasmateatern. Den röda tråden utgörs av tvärkonstnärlighet, internationalitet och diskussioner. Där finns dans, teater, film, video, musik och tal. Man presenterar aktuella trender, experimentella produktioner och kulturpolitiska diskussioner. Ny AV-teknik har lockat experimentella grupper som har utarbetat program speciellt för teatern.

Beroende på Kiasmas mångsidighet konfronteras vår kommunikationsavdelning med nya krav på information. 24 utställningar under år 2000 kräver nya metoder för att locka publik, för att inte tala om problemet att få journalister till presskonferenser. Kommunikationens tyngdpunkt har flyttats mot att informera programvis. Målet är att skapa speciella publikgrupper bredvid den stora allmänheten, som från programvalet finner precis de utställningar och evenemang som intresserar dem.

Massmedia försvarar sin position som den viktigaste informationskanalen utanför museet. Journalisterna ”aktiveras” så att varje evenemang får publicitet i något media. Museets egen Kiasmatidning berättar om utställningarna i journalistisk stil.

Andra medel för att bevara intresset är en tydlig profilering av de olika utställningsrummen, och naturligtvis ett mångsidigt programurval. Långa öppettider, låga inträdesavgifter, förstärkning av föreställningen av museet som ett vardagsrum är också viktiga medel när det gäller att bevara Kiasmas besökarantal på nuvarande nivå – och till och med öka det.

Magnus Bäckström: Gävle konserthus invigdes i januari 1998, alltså för ca 1,5 år sedan. Det var ett beslut fyllt av kraft och mod från Gävlepolitikerna,

men också ett beslut som innehöll ett nytt sätt att tänka kring denna verksamhet. Man sa uttalat att konserthuset skulle vara ett brett konserthus och att utbudet skulle nå alla publikgrupper i samhället.

Jag är inte säker på att man visste precis vad man menade, men jag tog fasta på den ingången och på den vägen är det. Jag tror att Gävle konserthus nu skiljer sig från de flesta andra konserthus vad gäller den programmässiga profilen – åtminstone i det här landet.

Bakgrunden är naturligtvis som på många andra ställen att det finns en symfoniorkester i Gävle som allt sedan 1912 har krävt, bett om och bönat om ett eget konserthus, och nu blev det verklighet. Vi har alltså en symfoniorkester i konserthuset, som är en helt egen organisation inom huset.

I huset finns också ett musikbibliotek som är öppet dagligen, där man lånar cd-skivor, läser tidskrifter, lånar böcker och noter. Det är väldigt välbesökt, främst av ungdomar. Det finns också en restaurang och ett café, så det är ett levande hus dagligdags. Människor kommer dit i många olika syften, inte bara för att gå på konsert på kvällen.

Gävle konserthus AB har som uppgift att fylla huset med musik av alla de slag, utöver vad symfoniorkestern presenterar. Målet är att nå fram till en process hos individen, en upptäcktsresa där konton börjar leva inom varje individ, men för att nå dit måste man få in människor i huset.

Det är inget svårt med symfoniorkesterns publik, den följer med in i det nya huset per automatik. Däremot är det svårt att få in annan publik, för man har en förutfattad mening om vad ett konserthus är, och de flesta anser att det inte är någonting för dem.

Vi måste få in olika publikgrupper. Metoden är ganska enkel. Det handlar om att skapa trygghet, att presentera musik som olika publikgrupper söker upp, att titta ut över ett väldigt brett register med respekt för respektive grupps egna förtecken. Till viss del handlar det om att ge folk vad folk vill ha, men det ska vara ett knep att börja någonstans. Att bejaka identiteten hos olika människor, hos olika publikgrupper, att skapa den här tryggheten genom respekt och att programmässigt lägga upp olika nivåer inom respektive genre.

Vi har provat med ovanliga saker. I våras omvandlade vi t.ex. konserthuset till landets häftigaste diskotek, då vi hade en DJ-gala med ledande internationella och svenska DJ:s – ett rejvparty i konserthuset, föreställ er ...

Vi försöker nå fram till upptäcktsresan, när man börjar vandra. Det handlar om marknadsföring, söka upp grupperna, söka upp individerna på sina olika mötesplatser och börja kommunicera. Så småningom får man in dem i huset på deras egna villkor för att där erbjuda en början till en upptäcktsresa. Faktum är det fungerar. Vi har märkt att resan har börjat.

Hittills har man gått på det som man har känt igen. Nu märker vi att gränserna börjar luckras upp, att folk börjar röra sig över genregränser, söka upp nya världar och upptäcka saker.

Panelsamtal mellan David Neuman, Pii Laita och Magnus Bäckström samt inlägg från publiken. Samtalsledare: Märten Arndtzén

Märten Arndtzén: På ett sätt kan man se Gävle konserthus och Kiasma som ett slags mjukare varianter på det Christoph Schlingensiefel har gjort. Man har öppnat teatern för en rad andra verksamheter och infallsvinklar för att vinna publik. Men när jag lyssnar på dig, David Neuman, får jag känslan av att man inte behöver jaga publiken.

David Neuman: Nej, det behöver man inte. Jag ska inte raljera – det är klart att publiken är viktig. Men jag är personligen ambivalent inför den kvantitativa aspekten som styr och som vi hör talas om i de flesta presentationer här. Man försöker koppla en enorm betydelse och signifikans till det. Och det är helt naturligt, det är ett hjul som drivs av ekonomin.

Märten Arndtzén: Vi talade tidigare om den nischade publiken, och Xavier Douroux talade om betraktaren snarare än publiken. Hur ser ni på er publik, är den bred eller nischad?

Magnus Bäckström: Den är nischad i varje del, men totalen blir en bred publik. Jag har inte pratat så mycket om volymer. Det viktiga för oss är att visa upp en attityd, den totala bredd som blir av de många nischerna, och den kvalitet vi eftersträvar att varje individ ska få uppleva.

Chris Torch: Kan panelen säga något om vilka kanaler ni har till publiken. Hur når ni fram förutom de vanliga vägarna med affischer, annonser i tidningen osv.? Har ni strategiskt tänkt på andra sätt att komma fram?

Pii Laita: Massmediaarbete är viktigt, för medierna når en större publik än vi någonsin kan nå. Nu talar jag inte enbart om journalister som skriver på kultursidor osv., utan om journalister som jobbar på damtidningar, magasin, ungdomstidningar, ungdoms-tv osv. Alla dessa ska hitta till Kiasma och se de möjligheter som finns för artiklar och program. Det är en viktig del av vår verksamhet.

Chris Torch: Hur många arbetar med marknadsföring och publikarbete?

Pii Laita: På marknadsavdelningen finns en marknadschef och en assistent, på kommunikationsavdelningen finns jag, en assistent, en grafiker och två som arbetar med nätmediaservice, Internet osv. Totalt sju personer alltså.

Magnus Bäckström: Vi har en person som arbetar med marknadsföring. Förutom att bygga upp kundregister som är uppdelade i olika intressegrupper, så får man för respektive projekt jobba på olika sätt och finna

vägarna. Inför DJ-galan jobbade vi t.ex. med Levisaffären i stan, föreningslivet kring den musiken, studentföreningar med mera. När vi jobbar med klassisk persisk musik gentemot den iranska befolkningen i Gävleregionen, får vi jobba på ett hela annat sätt. Det handlar om att försöka lära sig respektive grupps kontaktytor och språkbruk.

Mårten Arndtzén: Men hur ska man fånga den nya publiken? Kommer den till huset, eller ska man fånga upp den på stan?

David Neuman: Vi har ingen som jobbar med marknadsföring, vi har inte heller annonserat. Vi har öppet väldigt få timmar för allmänheten, vilket många har klagat över i många år. Men till skillnad från alla andra institutioner så finns vi där sju dagar i veckan, så vi uppmanar människor att ringa oss i förväg så öppnar vi alltid. Precis som mina kollegor har Magasin 3 jobbat med pressen och bjudit in pressen under alla år, men det har tagit lång tid att få dit den.

Jag tror personligen på ett så laddat ord som kvalitet. Om man försöker driva utställningar med kvalitet under lång tid, blir det ringar på vattnet. Man sprider sin verksamhet från mun till mun. Människor som är intresserade av eller nyfikna på bildkonst får höra om min plats. Jag har inte resurserna, och jag tror inte ens jag har viljan, att gå efter det som driver de stora institutionerna och som har att göra med publiksiffror.

Ana L Valdés: Vi lägger stora resurser på att bygga huset, men sedan finns inget i. Vad händer om vi snålar med driftspengarna?

Magnus Bäckström: Det fanns förväntningar och förhoppningar hos politikerna i Gävle och Gävleborna, och det fanns en idé om vad det skulle kunna få kosta. Utifrån det har vi börjat. Det kommer säkert ta mycket längre tid än de 1,5 år som vi har hållit på, innan vi tillsammans med politikerna hittar den nivå som konserthuset i Gävle slutligen kommer att ha som grundnivå för framtiden. Jag ser det som en inskolningsfas.

Beata Arnborg: David, gör du det inte väldigt lätt för dig? Finns konsten bara för konstens skull? Finns det något tillfälle då man vill kommunicera med sin publik? Och vad har du emot pedagogik?

David Neuman: Varje utställning handlar om dialog och kommunikation, så där är vi helt överens. Möjligtvis ser jag återigen på den kvantitativa sidan, som inte är så vansinnigt viktig i det här sammanhanget. Alla de människor som vi ibland lyfter fram i nationella och internationella sammanhang – om det så är Strindberg, Carl Fredrik Hill osv. – var outsiders. Idag är de det viktigaste vi har när vi skickar ut utställningar. Men deras utställningar, deras konstverk sågs av ingen. Att försöka ge en publik någonting som talar om att det här är viktigt och en del av historien, är bara bluff. Det stämmer inte.

Pedagogik har jag nog lite problem med. Det är självklart att det ska finnas en vettig balans mellan konsten och det som är pedagogik. Men när jag ser

konst med pedagogiska förtecken, vilket man ser ganska mycket, så har den en riktning. Horace Engdahl sade en gång att det inte är konst längre. Det kan ha ett jättestort värde, men det finns någonting annat bakom som man driver i en viss riktning.

Johan Bengt-Påhlsson: Man blandar äpplen och päron i en salig röra. Det går inte att prata om publik utan att beröra ett visst sammanhang, när man skapar förutsättningar för ett konstnärligt skapande. Då räcker det att fånga tanken när den föds och sedan kommunicera den vidare till fler som kan vara intresserade. Men man kan också ha en annan utgångspunkt, som t.ex. folkbildning, där det handlar om att föra ut konstnärlig verksamhet till en publik med ett helt annat förhållningssätt.

Man kan ha också en tredje variant, där man vill skapa en konstnärlig intellektuell debattplattform som vänder sig till ett väldigt nischat auditorium.

Mårten Arndtzén: Man kan ju se även ett sådant projekt som Art & Societé som en sorts folkbildning, ett projekt som förvisso är väldigt riktat och nischat, men samtidigt sträcker sig ut i samhället och kommunicerar med nya publikgrupper.

Å andra sidan kan man fråga sig om man inte ska använda husen ändå. Husen är tydliga, de står där och de är tillgängliga. Man väljer att gå dit.

David Neuman: Jag har en fundering som egentligen är riktad till Xavier Douroux. Han väljer en konstnär som kommunicerar med människorna på platsen. I ett exempel med plåtdörren ville betraktarna modifiera konstverket. Min fundering är om det händer att betraktaren inte vill ha konstnären, att det inte funkar alls.

Xavier Douroux: Det händer att vissa som beställt ett verk inte vill ha det i slutet, för att verket inte motsvarar den lösning de ville ha på sitt problem. Och det är beställarna som har sista ordet. Men verket finns ändå som självständigt konstnärligt projekt, även om det inte installeras just i den byn.

Det som intresserar mig i processen är att se om det är bra verk. Jag tror att det är viktigt att konstnären har någon att prata med. Hela modernismen gav konstnären stor frihet, men en konstnär som bara konfronteras med sin egen frihet har inte nödvändigtvis de bästa villkoren för att skapa det estetiskt, socialt och intellektuellt bästa.

Vad gäller projektet som David Neuman nämner, tyckte både Liam Gillick och jag att beställarnas förslag om att modifiera dörren gav en stor kvalitet till verket. Kvalitetsbegreppet är ytterst viktigt.

Vill ni veta vad publiken tycker?

Bitte Wallin

Bitte Wallin: Vi pratar hela tiden om ny publik. Det är väl snarare så att vi vill ha *mer* publik utan att byta ut den gamla, för vad är det för fel på den? Är det inte i stället så att vi borde lära oss av hur man jobbar kommersiellt med marknadsföring och vårda den publik man har?

Utifrån kunskaper om vad publiken har för preferenser och vad den gillar kan man utveckla hur man ska nå fler människor som går på kultur.

Johan Staël von Holstein, vd för IT-företaget Icon, har följande idé om hur Icon ska bli ännu mer framgångsrikt: ”genom att generera mer värde för våra medlemmar”. Man skulle kunna översätta det till vår värld – genom att generera mer värde för vår publik, dvs. höja deras upplevda kvalitet. Kvalitet är otroligt viktigt om man vill få nya människor att komma till kulturen.

Vi har pratat mycket om den unga publiken, men vi gör det arketypiskt och schabloniserande. Den unga publiken är inte en heterogen grupp. Jag brukar fråga mig vem alla våra utställningarna riktar sig till. Jo, till alla fyrtioalister som har byggt utställningarna. Men så får man inte säga...

Men vi pratar om unga människor som om alla mellan 17 och 24 år är lika-dana. Men så är det inte. Alla har olika behov, olika intressen, livsstil osv., och vi måste börja segmentera kulturmarknaden och dela upp den i olika grupper för att nå den med en mycket större träffsäkerhet – om det är vår ambition.

Vi säger hela tiden att vi vill nå alla. Det är en politisk pamflett, som inte har något med vår verklighet att göra. Det blir bara utsmetat och jalmigt. Vi måste bestämma oss för vilka vi vill nå med olika saker, och se till att vi har kvalitet.

När vi säger att vi ska nå alla kan jag undra om de som gillar fotboll är mindre värda. Borde vi inte satsa på att i första hand nå de som är potentiellt intresserade av kultur? Ska vi nå alla andra som inte är intresserade, kräver det otroligt mycket marknadsföringspengar, som vi inte har. Det är bättre att vi koncentrerar oss på gruppen potentiellt intresserade, de som ibland besöker kultur.

Det är också viktigt att man ser marknadsföring som en professionell kompetens, en yrkesutbildning som är lika viktig som smedens, teknikerns, eller regissörens. Man måste också lita på att den kompetensen är en annan form av kompetens. Det är i mötet mellan marknadsförarens och konstnärens kompetens som det händer något som man kan använda. Marknadsföraren försöker förmedla det konstnären försöker berätta.

Var ska vi börja, om vi vill få en intresserad grupp unga människor att besöka våra kulturinstitutioner? Vi måste självklart börja med de mindre barnen och ge dem starka bra kulturupplevelser. Jag är så trött på alla dåliga teatrar som åker runt och turnerar med enmansföreställningar. Man sätter upp någonting i en garderob, visar man det för ungar, och sedan frågar vi oss varför barnen inte tycker att det är kul med kultur. Men de måste ju få de allra bästa upplevelserna!

De som inte är så intresserade borde sitta längst fram i salongen på de billigaste platserna, samtidigt som vi som hela tiden gå gratis skulle börja betala. Då skulle det hända saker!

Det krävs en förändringsprocess som börjar med att man tar publiken på allvar och hittar nya metoder för hur man ska nå ut till nya grupper. Det måste ske ett möte, där man undersöker vad publiken egentligen tycker. Vad har den för preferenser? Vad funkar bra eller mindre bra? Vad är det som gör att man vill gå igen? Vad säger de till sina vänner?

Vi ska lyssna på publiken i stället för att bara se allting i ålder, kön osv. Vilka är alla de här fantastiska kvinnorna som bär upp det svenska kulturlivet? Vi undersöker aldrig det.

Det finns en snobbism som jag har svårt för. Vi bestämmer vad som är fin-kultur och vad som är fulkultur. Recensenterna tycker väldigt mycket om den fina kulturen, och det är dem vi vänder oss till när vi producerar – förutom till andra inom kulturlivet så klart. Och de måste också finnas med, men den stora gruppen kulturutövare behöver göra saker som får en bredare grupp, dvs. alla de potentiellt intresserade, att gå oftare på kultur.

Under 1990-talet har producenterna och projektledarna kommit upp som en stark yrkeskår, och det är ok. Men om man vill ha ett bra publikarbetare på institutionerna måste man prioritera i budgeten på annat sätt. Om man vill att folk går ut och pratar med olika grupper och gör saker för att nå andra människor, måste man avsätta resurser till det. Varje projektgrupp bör ställa sig ett antal frågor:

- Vad vill vi med det vi ska producera?
- Vad är kärnan, idén, visionen för gruppen och för publiken? Det är oftast olika – gruppen har ett mål och publiken ett annat.
- Vilka kommer att se föreställningen?
- Hur kan vi få dem intresserade?
- Vilka vill vi nå? Varför och hur?
- Hur ska vi kommunicera med dem? Hur framgångsrika var vi vid kommunikationen?
- Hur bygger vi en relation?

Om vi börjar se en marknadsföringsprocess på det här sättet kommer mycket att hända. Men det kräver mer pengar för att våga utveckla metoderna.

Vad vill vi med publikkommunikation? Det finns flera olika betydelser. Det finns en kommersiell betydelse, att vi vill utöka frekvenser på återbesöken. Vi vill också få fler besökare, även om de bara kommer någon gång. Vi vill utöka publikens heterogenitet, det är viktigt. Och vi vill förstärka och fördjupa upplevelsen.

På Dansens Hus försökte nå unga människor. Vi bestämde oss tidigt att vi inte skulle jobba via ställföreträdare, dvs. skolor och liknande, utan gå direkt på ungdomarna, där de verkar och finns. Vi sa tydligt att det här inte var något de var tvungna att förstå. Man behövde inte lära sig någonting utan det handlade om att uppleva. Vi hade ingen uppfostringsambition, utan vi ville bemöta dem med respekt, engagemang och genom att lyssna på vad de faktiskt tyckte.

Vi ville förändra saker som de poängterade som viktiga, t.ex. att man inte behöver hänga in jackan i garderoben. Hänger man in jackan, så hänger man nämligen också in en del av sin identitet, och den vill man gärna ha med sig i salongen. Vi ville också höra vilken typ av föreställningar de tycker om, vad de inte tycker om och vad det beror på.

Vi utgår från att alla är begåvade. Det är viktigt. Inom kulturen utgår vi allt för ofta ifrån de bildade och vi ska överföra vårt budskap till de obildade.

Cirkus Cirkör jobbar på ett nytt sätt och når nya människor. Dom har en egenfinansieringsgrad på 72 procent, och hur kommer det sig? Jo, de har en skolverksamhet som ger pengar, men de har också Cirkus Cirkör event, där de drar in pengar till den övriga verksamheten och sina produktioner. Det är ett nytt sätt att tänka och jobba på.

Publikfrågor

Eva Hansen: Kan du tänka dig att man i olika sammanhang har olika uttolkare av begreppet kvalitet?

Bitte Wallin: Jag pratar om upplevd kvalitet, alltså kvalitet i betraktarens ögon. Det är en grundförutsättning att man från politiskt håll medvetet tänker på att det är kvalitetskulturen som är viktig – den som berör många, den som är stark i sig. Man ska göra kvalitativa satsningar i stället för att bara tänka på kvantitet.

Eva Hansen: Men jag förstår inte vad du menar med kvalitet.

Bitte Wallin: Vad som upplevs som kvalitet är individuellt, men det viktiga är förutsättningarna, att man stöttar någonting som har förutsättningar till att bli en kvalitetsprodukt. En kvalitetsprodukt är något som uppskattas av många olika människor.

Public Service

Måns Wrangle & Hans Hedberg

Måns Wrangle: Vi jobbar på Konstfack, och vi tänkte prata om ett projekt som vi har arbetat med i ett halvår – Public Service, som är ett samarbetsprojekt med Moderna Museet.

Hans Hedberg: Det pratades förut om pedagogik. Det finns en aktiv konstförmedlingsverksamhet på Moderna Museet, där man satsar pengar på att pedagogiskt förmedla kunskap och levandegöra konsten.

Ett av Moderna Museets mål är att prioritera eftersatta grupper och nå en bredare publik. Det är den verksamheten som konstförmedlingen bedriver, man vill ge samtidskonsten en ny arena och utveckla en samtida konstpedagogisk teori. Det är betecknande just att den verksamheten är så osynlig, och att ingen därifrån som arbetar med de frågorna dagligen befinner sig på det här seminariet.

I projektet Public Service har vi samarbetat med konstpedagog Elisabet Skoglund, som är projektledare och också har haft hand om den konstnärliga handledningen. Bredvid henne finns Åsa-Viktoria Wihlborg som är konstvetare.

Projektet handlar om förhållandet till publiken, och redan innan vi gick in i projektet hade vi bestämt att vi skulle profilera på just detta. Studenterna fick ansöka om att delta i projektet, samt motivera varför de ville förhålla sig publiken och vilka frågeställningar som de tyckte var intressanta i sammanhanget. Det här kommer att gå av stapeln den 21 oktober, och vi vill ge några exempel på vad som kommit fram.

Lena Malm har bjudit in Sveriges alla 107 Lena Malm till Moderna Museet. Hon upptäckte efter hand att gruppen Lena Malm representerar ett tvärsnitt av Sveriges kvinnliga befolkning – de som bär upp kulturen i mångt och mycket – även om många av just dessa personer aldrig har varit på Moderna Museet. De kommer att representeras på utställningen genom nytagna passfoton.

Det som är intressant med Lena Malms projekt, förutom att det vänder sig mot ett tvärsnitt av den svenska kvinnliga publiken, är att det förhåller sig till masskultur och till konstnärsrollen. Hon skriver själv: ”I stället för att bekräfta ett subjekt så spränger jag det i bitar.”

Hon kommer att presentera den ultimata Lena Malm, som är ett slags samling av alla 107 Lena Malm.

Måns Wrangle: Fredrik Holmqvist har arbetat utifrån två utgångspunkter: dels samlingarna som är Moderna Museets stomme och det mest publikdragande, dels interaktiva infokiosker som fungerar som ett gränssnitt mellan museets samlingar och besökarna.

Han har gjort en infokiosk som består av en pekskärm. Han har också gjort en inventering av samlingarna och därefter gjort tre indelningar som man kan söka: verk som aldrig visas, verk som aldrig borde köpts in och verk som borde köpas in i stället. Beträktaren kan alltså orientera sig själv i Fredrik Holmqvists egen virtuella moderna samling.

Hans Hedberg: Catti Larsson har under sitt alter ego Miss Universum redan gjort sig känd i Stockholms konstvärld. På Moderna Museet kommer Miss Universum göra egna personliga visningar av konsten, vilka hon kallar ”supersubjektiva guidade visningar av den permanenta samlingen”, där hon försöker erövra den utifrån sitt eget perspektiv som är starkt feministiskt och också konstfientligt i bemärkelsen att hon rör sig med referensramar som den normala konstpubliken inte har.

Måns Wrangle: Gisela Schink har fokuserat på en målgrupp som det pratas ganska lite om, de som utgör konst- och kulturlivets stora publik – medelålders kvinnor. Hon har tagit fasta på den situation som människor befinner sig i när de är på ett konstmuseum, dvs. att man är ganska öppen för intryck, också ganska komplexa intryck.

Hon kommer att sitta vid ett skrivbord i ett av samlingsrummen för 1980-talskonst där det företrädesvis finns manliga konstnärer representerade. Där ska hon dela ut Kvinnomaktutredningen och diskutera den med besökarna.

Hans Hedberg: Ann Böttcher har försökt att krocka hög- och lågkultur. Hon har konstruerat en limericktävling – ”Milleniets sista limericktävling”. Den vänder sig till företrädesvis de eftersatta grupperna, men den kommer också att delas ut på Moderna Museet. Idén är att vem som ska kunna skriva en limerick, även de som aldrig har varit på museet. Den måste innehålla vissa ord: Moderna museet, modern konst eller namnet på en konstnär som finns representerad på museet.

En jury finns också – ledd av Arne Hegerfors, och de bästa limerickarna kommer att placeras ut i museet intill verk där de har någon slags relevans.

Måns Wrangle: Dorinel Marc har tagit fasta på den mest publikdragande av utställningar – den retrospektiva. Han har helt enkelt gjort en retrospektiv utställning med sig själv och arbeten där han har arbetat just med publiken. Den finns i 1980-talsrummet för svensk konst, och hans verk är biografiskt presenterade ungefär som det brukar göras på museer med informativa pedagogiska filmer om konstnären.

Hans Hedberg: Henrik Andersson har fokuserat på förhållandet mellan betraktare och verk och den aura som ofta omger verken – att de är så heliga och att man inte får lita på sin egen upplevelse.

Han har avkodifierat det elektriska fält som finns kring Don Flavins ljusrörs-installation "Monument 7 for V". När betraktaren rör sig i närheten av verket blir hans egen rörelse överförd till ljud på grund av det elektromagnetiska fältet han rubbar. Ljudet varierar med rörelsen, och verket fungerar som en antenn.

Måns Wrangé: Jeanette Granberg har tänkt på att det inte bara är objekt som förvandlar betydelse när de hamnar på museum, utan även besökarna. Hon har gjort en rumslig installation i en av de små utkikar som finns i samlingsrum. Där ska man kunna gå in på en gräsmatta, men när man väl är inne där ska man få reda på att man egentligen inte fick gå in. Jeanette Granberg vill spegla just den osäkerhet som finns på ett museum, när man vet inte riktigt vad man får och inte får göra.

Hans Hedberg: Love Nordberg har fokuserat på dilemmat i socialdemokratisk, och kanske även borgerlig, kulturpolitik de senaste decennierna. Det handlar ofta om att uppfostra betraktaren, och Love Nordberg har tagit konsekvenserna av det och framställt "Uppmaning om inställelse till kulturtjänstgöring". Den är formulerad ungefär som Pliktverkets krigsplaceringsorder, och man uppmanas att genomföra sin kulturtjänstgöring på Moderna Museet under vissa dagar. Det här kommer att delas ut till framför allt till Moderna Museets publik.

Måns Wrangé: Johan Thurffjell har skapat en arena för en sport som heter gungboll. Det är en existerande sport som han och hans bröder skapade för ett antal år sedan, som nu har ett hundratal utövare. På den här arenan är det meningen att sport- och konstpublik ska kunna mötas, utbyta erfarenheter och kanske transformeras.

Under en ganska lång period var det svårt att diskutera ett slags medvetet förhållningssätt till publiken, alltså att en konstnär kan använda publiken som ett material och en kontext precis på samma sätt som han kan förhålla sig rumsligt och materialmässigt.

På 1980-talet fick man nästan stryk om man började diskutera det här sättet att förhålla sig. Det var som om det implicerade att man kompromissar med sitt konstnärskap om man medvetet förhåller sig till publiken.

Jag har funderat på hur det kommer sig att det är på det sättet. Ibland får jag en känsla av att konstvärlden kanske inte behöver en publik, eftersom denna värld är så fiffigt inordnad att vi konstnärer egentligen inte alls är beroende av en publik för vår inkomst, och inte heller för eventuell framgång.

Egentligen är vi bara beroende av de fyra k:na – konstnärskollegor, kritiker, kuratorer och konstsamlare. Och det är en ganska liten grupp människor som ryms på en vernissage på Moderna Museet...

Till skillnad från många andra kulturyttringar, behöver man alltså inte tänka på publiken.

Det är intressant när man tittar på hur det skrivs om konst. Det är väldigt sällan någonting anses vara en succé för att det kom mycket folk. Det finns egentligen ingen relation mellan succé och publikframgångar. Det handlar snarare om vilka som kom.

Det finns en annan intressant aspekt på förhållandet till publiken – konstskandalen som alltid dyker upp vid olika offentliga konstprojekt. Och det märkliga är att det alltid är publiken som är skuld till skandalen.

Dramaturgin är ofta att någon konstnär har satt upp ett verk på ett torg eller någon annan offentlig plats, inbjuden för att förhålla sig till den offentliga kontexten. När verket är uppfört reagerar delar av omgivningen negativt på det. I många andra sammanhang då folk reagerar negativt, exempelvis vid politiska beslut, uppfattas det som en sund yttring av demokratisk anda. Men när det handlar om konst så är folket alltid kulturens mörkermän. Oftast går kultureliten mangrant ut och försvarar konstnären.

Det är också intressant att titta på bildkonsten i förhållande till andra konstformer. Traditionellt sett är det ofta så att konstnären förhåller sig till *verket*, medan det är väldigt sällan som någon pratar om publiken som inkluderad i det förhållandet.

Inom teatern är det en triangel mellan texten, skådespelaren och publiken. Det blir lite absurt att spela teater varje dag utan en publik. Och det finns också en nära relation mellan ekonomi och publik. Inom teatern, även om man är kommunalt eller statligt sponsrad, måste man ändå visa upp publik-siffror för att ha ett självberättigande. Det behöver inte de flesta konstnärer, vilket är en stor fördel.

Dock tror jag att detta håller på att förändras. Nu diskuteras interaktivitet och publikmedverkan, vilket är positivt. Men när man ser vad den här interaktiviteten omfattar – allt från IT, interaktiva installationer till mer performerrelaterad publikmedverkan – undrar jag vilken själva definitionen för interaktivitet är. Är det att kroppen måste vara inblandad, att man måste trycka på saker eller att man ska dricka öl i en bar som en konstnär byggt?

Man pratar om att hitta en ny publik, men glömmer den publik som faktiskt finns. Alla som suttit med konstnärsansökningar vet att det finns vissa Kung Midas-ord som öppnar alla portar: IT, glesbygd, förort, barn och ungdom, invandrare, handikappade osv. Det är i och för sig positivt, men det kan leda till att man glömmer den publik som faktiskt existerar och som man ibland har svårt att få till kulturinstitutionerna.

Hans Hedberg: Jag tänkte återvända snabbt till verken i vårt projekt men ur ett mer kulturpolitiskt perspektiv. Det finns ett klassperspektiv i många av de projekt vi presenterade. Om man tar Catti Larssons Miss Universum så är det ett försök till klassisk erövring och en bildningshunger. Men det är inte en bildningshunger med mössan i hand, utan en hunger som utgår från att ta det man behöver och göra sig av med resten.

Love Nordberg ansluter till en klassisk socialdemokratisk idé om kulturpolitik med ett uppfostrande drag, vilken han ironiserar över med sin kulturtjänstgöring.

I alla skisser till verk kan man finna ett motstånd mot det uppfostrande draget inom svensk kultur, och jag tycker att man kan ställa några frågor:

- Vill de eftersatta grupperna verkligen bli nådda?
- Är lågkulturen verkligen sämre än högkulturen?
- Hanterar verkligen populärkulturen de existentiella frågeställningarna sämre?

Dessa frågor vill jag skicka vidare. Det finns en olycklig kärlek till publiken. I svensk kulturpolitik skulle man tillspetsat kunna säga att den ideala konstpubliken är en publik som egentligen inte önskar sig konst och som trots detta på olika sätt tvingas eller lockas att interagera med den. Det tycker jag inte minst blev tydligt under kulturhuvudstadsåret.

Men vad är alternativet till en uppfostrande attityd? Om man ska värdenivellera kulturen, jämställa hög och lågt och tycka att populärkultur och finkultur är lika mycket värt, vore det på ett sätt en befriande attityd. Det finns något besvärande i att eliten, medelklassen, eller vad man nu ska kalla dem som konsumerar kultur, hela tiden ska trycka sin uppfattning på resten av folket. Det är lätt besvärande.

Men samtidigt är finkulturen en motrörelse mot de kommersiella krafter som huserar. Problemet är en total värdenihilism skulle kunna skapa en situation liknande den vi ser framför oss i Frankrike. Där trycker man inte sin idé om kultur på de så kallade eftersatta grupperna, men å andra sidan kanske man står inför något mycket, mycket värre.

Vad gör vi om medelklassen blir kulturlös, i alla fall i klassisk mening? Det är inte bara ett hugskott, utan det är en situation som vi går emot. Jag tycker man kan konstatera det borgerliga bildningsarvet inte finns längre på samma sätt, och vad kommer detta att leda till?

I Sverige finns två miljoner människor med s.k. invandrarbakgrund; de syns knappt i kulturen över huvud taget. Kan man inte inkludera dem kommer kulturen att vara verkningslös som instrument för samhället, som jag ytterst tror att kulturen är. Kan inte de människorna inkluderas i kulturen, liksom de eftersatta grupperna, kanske kulturen går en kräftdöd till mötes.

Millenniumprojektet – Vi gör det klockan tolv...

Bogdan Szyber, Carina Reich, Karin Hjelmér och Henrik Hansson

Bogdan Szyber: Jag har arbetat med Carina Reich i snart 20 år. Vi har gjort det mesta från barnteater till källaravantgardism på 1980-talet och site specific works utomlands. Vi har hoppat vilt, med både glädje och bekymmer.

Vi kommer från scenkonstsidan. Där finns bekymret att man gör ett verk som bara lever en kväll – eller möjligen en spelperiod på 40 föreställningar om man har pengar, tid och kraft. Men sedan försvinner det.

För fem år sedan kom vi fram till att vi ville göra någonting som är performativt men samtidigt oerhört beständigt. Då var en av de återkommande diskussionerna om Sergels Torg på tapeten, och vi skapade något som vi kallade stadsritualen. En kvinna gjorde varje dag kl. 12.00 i tre års tid en enkel ritual på Kulturhusets fasad, mitt i Sveriges demografiska centrum som Sergels Torg på något sätt är. Det är ju i alla fall dit hockeylagen kommer när de har segrat...

Vi ville förankra henne där i så hög grad som möjligt. Hon skulle vara där i ur och skur, julafton och förstamajdemonstrationer, vintersöndagar osv. Hon var där, även om jag inte var där så visste jag att hon var där.

När detta var iscensatt börjande vi fundera på vad vi skulle göra härnäst. Då kom den storhetsvansinniga idén – "Let's go national!" Vi ville göra samma sak över hela landet. Vilket vi gjorde!

Efteråt är det helt otroligt hur naiva vi var. Vi kom från Stockholm till små städer som t.ex. Köping. Vi kom dit utan att känna någon, men glatt gick vi upp till kommunhuset där det samlats massor av människor som bara tittade på oss när vi sade: "Vi har gjort en stadsritual! Ska inte ni också ha en – i ett år, varje dag klockan 12?!"

Så gjorde vi i ett och ett halvt år. Vi åkte runt över hela landet och var som entusiastiska "kulturuppvisare" i massor av städer.

Först ville vi göra alla ritualerna själva över hela landet. Vi skulle vara site specific in absurdum. Vi skulle känna in torget, vi skulle fälla ut våra konstnärliga antenner och omvandla det. I Västerås, som föll bort efterhand, hade vi en idé för Svartån. På mötet deltog tre 22-åringar som gick kommunens projektledarutbildning. De skickade ett brev till oss en vecka efter mötet och sade att de hade en mycket bättre idé. Och det hade dom.

Då började vi förstå att vi kanske skulle vara mer kontextskapare än de som lämnade sitt bomärke över hela landet. Vi förstod att om idén har integritet och alla är väldigt klara över spelreglerna, så kan man vara hur deltagande som helst på orten. Det är helt ok, det funkar.

Till slut blev resultatet att elva orter runt om i landet sedan den 1 januari gör någonting varje dag i sitt centrum kl. 12.00. De hittade på det själva, de driver det själva och det ser otroligt olika ut. Det här är lite problematiskt för oss som konstnärer och initiatörer, men ändå.

Carina Reich: Vi har ingen avsändare och ingen avsikt. Ingen gav oss uppdraget att söka publiken, ingen gav oss uppdraget att göra projektet. Allt kom från ett slags bild som vi fick för vårt inre om hur otroligt häftigt det vore om många människor samtidigt klockan 12.00 under ett års tid kunde ha något slags signalsystem från norr till söder. Så diffus, så flummig var bilden.

Det som krävs i stället för ett uppdrag, är att man har något slags attraktion av att vilja se det här förverkligat. Att man som en bergsbestigare får något slags mani över att det bara måste bli av.

Sedan kommer verkligheten med att söka pengar och allt det här, och vi fick 500 000 kronor för att åka runt och försöka få andra människor att bli lika entusiastiska över en så pass onödig idé – en idé utan syfte, utan nytta. På vissa ställen tog folk över euforin och idén, och det är vi oerhört tacksamma för. Nu får vi åka runt och se vad som har blivit av det här, och det är väldigt olika saker.

När det snackas om publiken måste man se att kulturen spelar på en social arena. Konstnären måste känna sig attraherad av att göra något, och publiken måste vara attraherad av att komma och titta. Man måste ha ut något av det. Katarina den storas inställning till publiken fick till följd att hon skrev upp alla som fanns i publiken, de som inte var där blev fängslade. Det är en väldigt konkret och slagkraftig metod att skaffa publik...

Sedan kom den borgerliga bildade publiken som nu börjar dö ut, som vi tycks börja bli oroliga för, och som vi ska börja värna om. Med dem följer foajékulturen, att man går och visar upp sig, och att man har något annat att göra på teatern än att bara sitta och ta emot ett budskap. Efter det kom folkteatern där alla ska ha samma kultur.

Och nu är vi väldigt villrådiga över vad folket ska göra nu, och vem tusan folket är...

När vi kom till de här städerna där ingen visste vilka vi var, men där människorna på varje ort och ställe kunde sin ort, hände någonting som vi absolut inte hade kunnat räkna med. Det fanns ett väldigt behov för gemene man att kunna visa upp sig och göra något i sin stad. Att få en social arena.

Karin Hjelmér: Jag arbetar inom Helsingborgs museum som museilektor på Fredriksdals friluftsmuseum, och jag ansvarar bl.a. för all pedagogisk verksamhet inom museet. Det handlar mycket om barn och ungdom.

I vår del av Millenniumprojektet valde vi att via skolorna vända oss till barnen i staden. Det föll på min lott att ta hand om projektet, och det var naturligt för oss att utgå från Kärnan som är blickpunkten i staden, en medeltida borg från 1300-talet. Var man än befinner sig i staden kan man se den.

Vi valde ut 52 skolklasser, framför allt fjärdeklassare, en för var vecka. På sommarlovet har vi vänt oss till fritidshem för att få det här att gå ihop. Varje dag klockan 12.00 under hela 1999 hissas en flagga på Kärnans topp. Detta föregås av ett specialskrivet klockspel från Rådhuset, och därefter ljuder ett kanonskott samtidigt som flaggan hissas. Det har hittills klaffat varenda dag.

Vi kallar vårt projekt för ett historiskt projekt. Vi har skrivit 52 berättelser, en berättelse för varje klass, som handlar om Helsingborgs historia från år 1000 till år 2000. Det är nyskrivna historier som vänder sig till barn, och varje berättelse är på ungefär 1,5 A4-sida.

Vi har anlitat en dramapedagog som har gått ut i skolklasserna och läst upp historien för klassen. Därefter har barnen fått rita ner den bild som först dykt upp i deras huvuden. Sedan har man i klassen fäst upp alla teckningar på väggen. Man har inte valt ut en teckning, det diskuterade vi mycket, utan diskuterat i klasserna för att finna gemensamma nämnare i teckningarna, så att alla skulle känna att de hade någon del i flaggan.

Sedan är det dags att projicera upp den bild man kommit fram till på den stora flaggan. Och det är en riktig flagga; vi har fått 52 flaggor från flaggfabriken Kronan i Helsingborg – 2 x 3 meter att täcka med färg. Arbetet föregicks av fortbildning av lärarna om hur de skulle framställa flaggan – allt från vilka pennor man skulle använda till själva målandet.

Varje fredag inbjuds en klass till Kärnan för att hissa sin flagga, och samtidigt kommer Helsingborgs Dagblads fotograf. I tidningen hamnar bilden på klassen, en bild på bara flaggan och en liten kort text om vad veckans historia handlade om. Flaggorna kommer också ut på Internet.

Barnen är oerhört stolta när de kommer med sin klass. Vi har en person som tar hand om dem när de kommer, som berättar lite om Kärnan och om hur deras historia hänger ihop med Helsingborgs historia.

Totalt deltar 1 200 barn i projektet, dessutom blir deras föräldrar och deras övriga släktingar delaktiga. Projektet väcker en viss uppmärksamhet på varje skola, eftersom vi har ansträngt oss för att alla skolor i kommunen ska delta. Klasserna fick en specialinbjudan. Det var alltså ingen allmän inbjudan där de fick anmäla sig själva, för då blir det alltid vissa klasser och vissa skolor som kommer med. Alla skolor i kommunen var representerade i projektet, och de allra flesta tackade ja till inbjudan redan från början.

Vi har också ett samarbete med Helsingör, där två skolklasser arbetar och varje barn gör sin flagga, så att de också får 52 flaggor. Vii har lottat fram två av våra klasser som ska ha ett utbyte med dessa två klasser och träffas. Vi ska bjuda klasserna på medeltida upplevelseprogram i Kärnan när de kommer till oss, så får vi se vad danskarna erbjuder tillbaka.

På nyårsafton ska vi sy ihop alla flaggor och drapera Kärnan från fyra håll. Det finns också en idé om att vi ska bjuda in alla barn som har deltagit och bilda en kedja från Kärnan ner till hamnbassängen och att vi ska ha en flagga som vandrar mellan allas händer ner till hamnbassängen. Liknande ska göras på den danska sidan och sedan ska två elever få åka ut från varsitt håll, mötas på sundet och byta flaggor.

Henrik Hansson: Jag ska prata om projektet i Köping. Köping ligger i innersta Mälaren. Det är en gammal stad som har en tradition av järnhantering, där järnet har skeppats ut från Köping och Bergslagen och vidare ut i världen. Vi valde alltså järn som ett tema. På 1800-talet kom även mekanisk industri till Köping, Volvo är den största industrin för närvarande, så det blev mekanik och järn i kombination. Och vad kan inte då vara mer lämpligt än mekano?

Vi valde att skapa ett gigantiskt mekano. Personer, skolklasser, föreningar och företag fick föränmäla sig under hösten 1998, och vi fick fullbokat bara efter 2-3 veckor. Den inbokade dagen får man hämta ut en mekanobit och verktyg, och klockan 12.00 sätter man upp mekanobiten på ett valfritt ställe på figuren. Vi har inte förutbestämt någonting om hur det här verket ska växa fram.

Lokalpressen följer det här. I somras beslutade den lokala tidningen att sluta med uppföljningen; de tyckte inte att det var så kul längre. Efter tre dagar började folk säga upp sina prenumerationer, tidningen blev fullständigt nerringd. Det första man tittar på i tidningen idag är vem som skruvade igår och huruvida man känner den personen, och vem som skruvar i morgon. Sedan tittar man på TV-tablåerna.

Det är ett oerhört okomplicerat projekt, men det växer fram en skulptur på torget i Köping som en gigantisk järnklätterväxt. Problemet blir vad vi ska göra med konstverket – om vi nu ska kalla det konstverk – sedan...

Bogdan Szyber: Utifrån frågan om huruvida detta är konst, har jag verkligen fått ifrågasätta mig själv och min roll i detta.

I hela landet gör man helt olika saker varje dag klockan 12.00. Vi ville ha ett slags nationellt perspektiv, och det är otroligt kraftfullt. Tänk er själva – klockan 12.00 idag deltog nästan 5 000 personer över hela landet, och det är

väckelsemötesnivåer. Man vill bli sedd! Det är bara vissa människor som blir sedda i ett samhälle – politiker, journalister, proffstyckare, stjärnor av olika slag. Det fanns ett stort behov av att få göra något i det offentliga, i staden. I Norrköping kom 80 personer på ett möte, vi möttes av en skog av händer och massor av idéer. Det är lite Maranatakänsla över det.

Jag tror det är en förändring som sker. Först försvann konsten från den vita väggen ut på golvet med installationer. Sedan blev kuben för trång, och då blev man site specific. Nu blir konst allt mer ”jag gör något med andra” och många – även jag – undrar om det är konst. För min pappa som är född 1919 i Polen är detta definitivt inte konst.

Carina Reich: Jag vill passa på att komma med några allmänna funderingar. Om man säger att man söker den nya publiken måste man fråga sig vilka det är som kommer till museerna. Vad är det för några som kommer till konsert-huset och institutionerna, och varför gör man det?

Jag vill också ifrågasätta kvantitetshysterin, när man säger att man måste ha så och så många besökare, men kan man mäta upplevelsen? Är det viktigt att det kommer 100 personer eller är det viktigt att det kommer 3 stycken som kan förmedla någonting som de har fått? Det glöms bort i diskussionen.

Suzanne Sellin: Jag arbetar med Millenniumprojektet i Vilhelmina. Vi har byggt ett stort asphjul – sex meter brett, en meter i diameter – med samiska moderna bilder i ytterkant. Det här hjulet snurrar ett varv på 12 minuter och under hjulet står en aktör för dagen kl. 12.00. Vi har haft allt från musiker, konstnärer, skådespelare, dansare, barn, gamla. Vi har inget problem att få folk, utan vi har fullt hela året ut.

Vi har fortfarande en snittpublik på ungefär 45 personer i Vilhelmina med 4 500 invånare. Vi fattar ingenting, kommunen fattar ingenting men alla är glada att vi är med.

Publiken som medagerande

Panelnsamtal mellan Conny Äng och Ulrika Johansson samt inlägg från publiken. Samtalsledare: Mårten Arndtzén

Conny Äng: Jag kommer från Norrköpings stadsbibliotek. Vi har öppet 75 timmar i veckan, vi har ökat besöksiffrorna från 800 000 till 1 500 000 på sju år, vi har fördubblat utlåningen, vi har idag ca 150 PC och NC för publiken på vårt bibliotek.

Jag har en dotter hemma som är 18 år, intellektuell och skärpt med allt vad det innebär, och jag har en son på 14 år som spelar ishockey. Han och jag åker till isstadion varje dag. Jag har gjort det sedan han var 5 år, och jag är gruvligt trött på det.

Häromsistens lyssnade vi på musik i bilen och han tog fram en låt på cd:n – ”Man in the Mirror” med Michael Jackson från skivan Bad. Jag har hört den i tio år, den är kolossalt bra. Den låten lyssnade vi på, men jag bad honom stänga av så vi kunde njuta av tystnaden. Sonen sade ”Nej farsan – lyssna, lyssna på texten!” och jag undrade vad han menade egentligen...

Och så började han mumla texten ”If you wanna make the world a better place, take a look at yourself and make a change.”

Och det är precis vad det handlar om, att vi som jobbar med kultur kollar in vilka vi är, vilka miljö vi jobbar i, var vi befinner oss och hur världen förändras. Enligt min mening är konstvärlden som är så spännande, kanske en av de mest konservativa världar vi kan se och uppleva.

För ungt folk handlar det idag om digitala signaler, ettor och nollor som rusar runt, och mitt i detta finns Norrköpings stadsbibliotek med 100 megabit lina, den bästa man kan tänka sig. Alla pratar med varandra, alla får information, alla får kunskaper. Man chattar och chattar och man tillåter.

Framtiden är hur spännande som helst. Biblioteket har en stor roll, museet likaså, teatern självklart. Biblioteken har egentligen kommit längst såvitt jag begriper bland institutionerna. Jag har haft konstgalleri, säljer och köper konst, och jag är med i de mesta sammanhang så jag har viss erfarenhet även av andra typer av kulturyttringar.

Biblioteket är mötesplatsen. Honnörsordet är ”Ja”. Ingenting är omöjligt, allting är tillåtet. Vilken annan institution erbjuder det ett bibliotek erbjuder i detta sammanhang – att det är den som kommer som är konstnären? Det är besökaren som skapar. En konstutställning skapas av en konstnär, av en museilektor som ställer ut osv. Teaterföreställningen görs av en teaterensemble, men på biblioteket är det folket självt som agerar och skapar.

Man kan gå tillbaka till det underbara 1960-talet då jag själv växte upp. Jag kommer aldrig ifrån ”power to the people”; biblioteket kan vara kraften för den som vill komma upp och ta makt i samhället.

Finns det regler på ett museum, finns det regler på ett bibliotek? Egentligen inte. Vi kan göra nästan vad vi vill. Detta ger oss en enorm frihet, och en enorm skyldighet att ställa detta till förfogande för våra besökare och hjälpa alla människor att ta del av detta.

Vad är vårt fokus? Vilken är vår uppgift? Vad är vårt uppdrag? Vad koncentrerar vi oss på? Vartåt går färdriktningen? Vilken form av investeringar sker i samhället?

Jag menar att vi ska lyssna på Bill Gates, på framtidsforskare och andra. Vi ska se oss omkring och se hur vi kan nytta av detta. Vi får inte stoppa med böcker på biblioteket bara för att det är det vi har sysslat med.

Kan man göra revolutioner på museer som man kan göra på ett bibliotek? Ja. Det finns ett underbart galleri och konstmuseum i Bergslagsskogen. Det bor 200 personer där, men de visar den bästa svenska konsten och de har 90 000 personer per år i sitt galleri. Man ordnar resor till New York, Paris etc. De stora konstmuseerna i landsorten har en publik på ca 35 000 personer, så nog kan vi göra saker.

Varför är museerna stängda på måndagar? Finns det ingen personal där? Varför stänger man tidigt på kvällarna? Varför öppnar man inte kl. 08.00 på morgonen – personalen är ju där? Norrköpings stadsbibliotek öppnade kl. 08.00 för några år sedan. Personalen och alla andra sade att man inte kunde göra så. Jag ställde en motfråga: ”Men är inte ni här då?” Jo, det var man. Och om man är där, kan man ju ha öppet. 90 procent av de som jobbar på våra kulturinstitutioner börjar arbeta kl. 08.00 på morgonen.

Det är kris överallt i Sverige sägs det. Är detta sant eller är det någon form av kliché? Jag har läst i en OECD-rapport att Sverige satsar mest pengar av alla de rika länderna i världen på sitt skolsystem. Mest pengar. Sverige kommer på fjärde plats när det lärartäthet i OECD-området. Ändå har skolan problem.

Min tanke omgående blir omgående att det inte är problem vad gäller resurserna utan ett totalhaveri i koncentration om vad vi är till för, vem vi är till för, vad vi gör för jobb och vårt uppdrag. Det finns så mycket regler i Sverige att man gör kullerbytta. Det är fackliga regler, det är egna regler, det är kamerala regler, det är kommunalrättsliga regler osv. som hindrar oss i vår frihet.

Jag har aldrig kläckt en god idé i ett sammanträdesrum. Jag har aldrig varit på ett ledningsmöte och fått goda idéer. Däremot får jag goda idéer lite varstans, och framför allt märker jag att folk runt omkring mig också får goda idéer lite varstans.

Ett underbart citat är följande: ”Ska man få någonting utträttat bör en kommitté bestå av ett fåtal personer, och helst bör alla andra vara icke närvarande.”

Hur kommer det sig att vissa har framgång? Jag tror att det är väldigt enkelt i kulturvärlden, som ju är en glad värld men som är så sur...

Nummer ett är att ha ett bra humör, att vara glad. Hur många gånger går man till ett museum och möter man museilektorn? Hon är någon annanstans. I stället möter man salsvakter. Varför möter man inte de kloka, de som kan någonting om konsten när man går till ett museum?

Där är biblioteken bättre för man möter bibliotekarierna, de är utbildade men även de kan vara sura, och det ska dom inte vara. I detta underbara land Amerika har man gjort en undersökning vid UCLA-universitetet i Los Angeles om vad den allmänna amerikanska optimismen betyder. Man kom fram till att den betyder 0,5 procent av deras BNP. Så: ”Go out and be happy!”

Ett bibliotek, ett museum eller vad det nu kan vara, ska vara attraktivt, öppet, välkomnande och det ska ha karaktär och atmosfär. Vad menar jag med karaktär? Jo, ni som jobbar där och ni som är chefer ska sätta ut vad ni vill bjuda på. Det kommer att bli en enorm konkurrens i framtiden om vilka ställen man går till. Det är inte självklart att det finns ett bibliotek om tio år. Internet och den tekniska utvecklingen är alldeles ofantligt underbart och omkullkastar allt.

Man måste skapa vissa speciella saker där man är, och då kan man bara skapa saker och ting som man själv står för. Allt är tillåtet. Gör jag det lätt för mig? Sure, but why not...?

Ulrika Johansson: Under rubriken ”Publiken som medagerande” tänker jag kort försöka ge en bild av museernas problematik att nå en ny publik och behålla en redan trogen publikskara.

Museerna har till uppgift att vara samlande, bevarande och lärande institutioner. Dagens museer presenterar till största del färdiga, iordningställda historiebilder som inte inbjuder besökarna till någon typ av dialog eller aktivt deltagande. Museernas trogna publik har invanda rutiner. Den behärskar de kulturella koderna som presenteras i utställningsmediet, men de ännu ej helt frälsta museibesökarna kräver en annan möjlighet till lärande tillsammans med museerna.

Kunskap fås inte enbart genom ett passivt accepterande av en till synes objektiv sanning, den sanning som museerna vill presentera. Kunskap uppstår när besökaren involveras i sitt eget lärande. Lärandet är en aktiv process som

bygger på individernas egna erfarenheter, det är det som museerna och många andra institutioner måste lära sig att ta del av.

Museerna har en pedagogisk uppgift att fylla tillsammans med de som behärskar den konsten. Museipersonalen är för det mesta inte pedagoger men utför pedagogiska uppgifter. Museerna bör bl.a. vara med i utvecklingen av nya läromedel tillsammans med skolorna.

Idag har vi allt färre idealister kopplade till museernas verksamhet. Många gånger var det idealisterna som byggde museerna tillsammans med dem som hade pengar i staden. Med det ökar behovet av publiken som deltagare vid kunskapsuppbyggnaden. Publiken måste bjudas in och känna möjlighet att själva påverka historiebilder och kontext. Museipubliken är en brokig skara människor som kan utgöra en stor tillgång för museerna.

Vad kan vi då göra för att agera mer och uppmuntras att göra det tillsammans med publiken? Kanske museernas kontaktytor ska öka? Vi ska möta publiken på ett sådant sätt som gör att både besökare och museum möts på bådadas villkor. Institutionen ska vi ha kvar, men på ett annat sätt. Vi ska mötas tillsammans i och utanför institutionen.

Ett sätt är att skapa kontaktytor är att göra dem utanför museet. Flera sådana försök har gjorts. Uppsökande verksamhet, få publiken att agera på platser där de geografiska förutsättningarna kanske utgör ett hinder. Och det är ju ett typiskt norrländskt problem att försöka nå ut i stora län och möta publiken där ute.

För att nå ut med det kulturella utbudet måste vi samarbeta med lokala utövare och en intresserad allmänhet. Annars når vi inte fram, även om vi flyttar hela museet om vi så vill. Lyckas denna metod kommer publiken att i större grad kontakta museernas tjänstemän i alla fall, men kommer de till museet? Och är det önskvärt? Ska alla komma dit?

Man säger att museerna ska vara forskningens skyltfönster. Och i ökat samarbete med universitet och högskolor kan även forskningen hitta en kanal ut till samhället. Och det kan väl vara en del i museernas samhällsuppgift och vidga lärandebegreppet på det sättet. Här har museerna en möjlighet att nå ytterligare en skara besökare. Fortfarande dock en begränsad sådan.

Jag, som gammal föremålsantikvarie, har sett behovet bland besökarna vad gäller den specialitet som närmast kan förknippas med och utmärker verksamheten och det är det materiella kulturarvet – samlingarna. Det omfattande och betydelsefulla arbete som förs bakom museets kulisser vad gäller bevarande, registrering och handhavande av föremål blir okänt för den stora allmänheten. Vad gör man på museet före klockan 12.00...? Där måste vi kunna vidga kunskapen om olika uppgifter, som man uttrycker det i Kulturutredningens slutbetänkande från 1995, där man också säger att uppgifterna ska formuleras och utvecklas i kontakt med medborgarna.

Man pratar om att museerna ska vara samhällets minne, men det minnet måste vara tillgängligt för alla, för det är faktiskt en demokratisk rätt att själv kunna söka information i det här minnet. Museernas samlingar erbjuder unika möjligheter att öppna människors minnen och sinnen.

Genom den här aktivare lärandeprocessen kan vi komma närmare både museum och publik.

Flyttar vi samlingarna närmare publiken och ger den större tillgång till dessa, kan detta till skillnad från de traditionella utställningarna bidra till en ökad förståelse hos besökarna om de får möjlighet att medverka, reflektera, experimentera, svara på frågor, lämna uppgifter – interagera med museet. Publiken skulle få fler valmöjligheter att lära till skillnad från de iordningställda miljöer som presenteras idag.

Vi har också dialogens möjlighet att öka med publiken och det kan forma t.ex. framtida utställningsverksamhet.

När föremål placeras på museet förflyttas det från sin ursprungliga miljö och tappar till viss del kontexten. Denna kontext samt nya historiebilder kan besökarna bidra med om de släpps in som medaktörer. Dessa komplement till utställningarna, vi kan kalla det visningsmagasin eller något annat, kan bli en ny typ av mötesplats för kunskapsutbyte. Alla museer som sitter med samlingar och flera miljoner föremål – ser publiken dem idag? Kommer man åt dem? Svaret måste bli nej, tyvärr.

Här bör även finnas möjlighet till kunskapsinhämtning med tekniska hjälpmedel och möjlighet till fördjupning i studierum och liknande. Javisst finns en digitalisering av museernas samlingar idag och den är bra, men den kan aldrig ersätta den ”äkta varan” som vi pratar om.

Museerna måste vara lyhörda för människors behov av egna initiativ. Det är i samspelet mellan amatörer och professionella utövare som vi når en mer aktivt deltagande publik. Och då kan ju även museerna fylla en av samhällsuppgifterna – lärandet.

*Panelsamtal med Conny Äng och Ulrika Johansson samt publikinlägg.
Samtalsledare: Mårten Arndtzén*

Karin Hjelmér: När Ulrika Johansson undrar vad museipersonalen gör före kl. 12.00, så är svaret att skolklasserna står och bankar kl. 08.30.

Ulrika Johansson: Jo, men alla tillhör ju inte skolklasserna. Jag tänkte för den gemene allmänheten, vad de ser att museerna gör.

Ulrika Knutson: Jag vill ha ett råd av Conny Äng om hur man entusiasmerar sina medarbetare. Piskar man upp mungiporna på dem eller smittar du på samma sätt som du gör här i lokalen? Är alla alltid glada?

Conny Äng: Jag tror att det är väldigt enkelt. En glad människa smittar en annan människa, och en människa som är sur kan inte stå emot den glade. Optimisten vinner alltid över den negative, om den optimistiske är tillräckligt stark. Därför gäller det att gå hem och vara lite stark.

Det är så oerhört lätt att hamna i kottier. Egentligen ska man undvika allt för många kommittéer och grupperingar inom en institution. Var dig själv och gör saker. Få saker gjorda. Möt publiken, och i mötet med publiken leder det till andra saker.

Norrköping är inte världens bästa ställe, men det är ett bra ställe. Det är ett ställe som är på gång, och det beror på oss som bor och lever där och som jobbar exempelvis på biblioteket. Vi smittar av oss på något sätt. Vi öppnade stadsbiblioteket kl. 08.00 på morgonen för några år sedan. Det var kommittéer och grupperingar överallt som sade att man inte kunde göra så. Vi öppnade. Och då ska ni veta att jag inte har någon nyckel, så jag fick ta med mig vaktmästaren! Det blev fackliga förhandlingar men det var ingen som kunde stå emot.

Den nya tekniken har lett till en organiserad oordning. Folk springer fram och tillbaka, chattar och grejar och trycker på knappar. Det är ungt folk, och ungt folk är mycket stimulerande för äldre.

En av de mest lärda i Norrköping, en 86-årig man som kan allt, hängde mot en lyktstolpe utanför stadsbiblioteket när jag kom en lunch. Jag undrade i mitt stilla sinne om han höll på att dö... Hur betar man sig när en äldre man står sådär?

Men då såg jag att han hade en glimt i ögonen, en underbar forskarglimt, och han sa: "Äng, jag har varit på ditt bibliotek. Vilket ställe det är!" Och jag trodde att han blivit överkörd av rollerbladesåkande ungdomar! Varför får man förresten inte åka rollerblades på museet? Fundera på det.

Ana L Valdés: Conny, hur kan du påverka dina kollegor? På många bibliotek finns ju skyltar där det står "Förbjudet att chatta mer än 10 minuter".

Conny Äng: Det är en ständig kamp, men det är så underbart roligt att hela tiden vända det negativa till det positiva. Min största personliga förändring skedde i början av 1990-talet. Jag var expert på att förklara för politiker och beslutsfattare vilka negativa konsekvenser deras beslut skulle få. Till slut var jag en sådan expert att politikerna bara såg svart och sa: "Det kan inte vara sant det du säger!" Då sade jag: "Det är sant, men från och med nu ska jag inte säga ett negativt ord till er!"

Jag bestämde mig för att bli som i näringslivet: "Hej, kul att se dig, vi har en idé, vill du vara med?"

Vi har inte äskat om en krona i Norrköpings kommunala hierarki under 7-8 år, och vi har aldrig varit rikare. Vi har ändrat terminologi.

Jag tror att varje människa är en konstnär, det är det som gör Norrköpings stadsbibliotek så oerhört stort. 6 000 besökare varje dag – 6 000 unika människoöden som kan prata och göra vad som helst. Det var ett radioinslag om oss i Tendens häromsistens, där man intervjuade en kvinna som gick till biblioteket tidigt varje morgon. Följande dialog utspann sig:

Reportern: ”Men när går du hem?”

Kvinnan: ”Jaa, det beror på. Men jag kan sitta här till 22.00”. (Vi hade öppet till 22.00 då.)

Reportern: ”Men vad gör du så lång tid?”

Kvinnan: ”Ja, oftast sitter jag bara här och tittar på folk och sen ser jag om någon blir kär... ”

Reportern: ”Har du vissa förhoppningar själv?”

Kvinnan: ”Ja, det har jag!”

Rikard Hoogland: När ni hade öppet till 22.00, var det inte så att ni hade frivilliga som jobbade sida vid sida med fast anställd personal? Jag vill gärna veta hur det fungerade och om ni har det fortfarande.

Ulrika, du pratar om att ta in amatörer i verksamheten, hur fungerar det?

Conny Äng: Vi har fortfarande så. Vi har även lördags- och söndagsöppet på det sättet att vi tar in folk utifrån som jobbar tillsammans med ordinarie personal. Alla är vinnare på detta. Dels minskar vi arbetslösheten i samhället, dels får vi nya människor som jobbar hos oss. Vi får alltså en yngre stam av anställda hos oss, och det stimulerar alla.

Det finns ingen anledning att en fast anställd 58-årig mamma med mycket att göra hemma, arbetar till kl. 21.00 på kvällarna. Låt henne gå hem kl. 17.00 så tar ungt folk över efteråt. Men nog fanns det fackliga regler, så vi är lite grann tillbaka i 1970-talet innan Sverige blev ett Betongsverige, och det tycker jag är underbart.

Ulrika Johansson: På Skellefteå museum har vi samarbete i första hand med föreningar. Vi har en släktforskarförening som är knuten till vårt faktarum på Kunskapskällan; de har hand om vissa helger och vissa kvällar. Och det fungerar väldigt bra, för det sker på deras egna villkor.

Vi har också ett samarbete med Allmogebåtsföreningen, som bl.a. bedriver båtbyggeriverksamhet. De bestämmer över den tiden själva. Det fungerar bra som komplement till vår egen verksamhet ute på båtmuseet

Conny Äng: När det gäller söndagsöppet och även kvällsöppet får den ordinarie personal som jobbar extra betalt – på söndagar t.o.m. 240 procent.

Man kan fråga sig om vi fått nya pengar till detta. Nej, vi har inte ens begärt några pengar. Det har kostat Norrköpings stadsbibliotek 92 000 kronor på en omsättning på 32 miljoner kronor. Det är alltså peanuts. Ha öppet, det

kostar inte mer. Samma sak kan museerna göra. Det är obegripligt att museerna har sådana dåliga öppettider. Absolut fullständigt absurt!

Tänk på vilken goodwill ni vinner. Även om ingen går dit kommer alla att prata om er!

Ulrika Johansson: Summor som 32 miljoner kronor får vi se oss om i stjärnorna efter när det gäller vår verksamhet. De kommunala museerna ute i landet har fruktansvärt små budgetar. Det är svårt att hålla öppet, och de ideella krafterna räcker inte hur långt som helst eftersom vi inte kan ställa de kraven.

Conny Äng: Jag har jobbat med ishockey och jag är ordförande i Hästen Ishockey i Norrköping. Vi har visserligen ramlat ner lite i divisionerna men ungdomsverksamheten bär upp hela verksamheten, och det är riktigt roligt!

Vår verksamhet kostar fyra miljoner per år, och allt drar vi in ideellt. Jag gick till min personal på stadsbiblioteket och undrade om vi inte kunde dra in fyra miljoner kronor... Tänk er!

Vi som håller på med hockey gör det rent ideellt. Det finns inte ett korvöre att få, i stället får vi betala. Men vi älskar det. Och alla som jobbar på bibliotek, på museum, alla skådespelare – vilken är deras gemensamma grund? Jo, dom älskar sitt jobb. Möjligheten finns att skapa mer än vad du gör, för att du älskar det du gör.

Play the puck and score...!

Mårten Arndtzén: Men hur får man 6 000 besökare om dagen förutom med långa öppettider och ett gott humör?

Conny Äng: Det finns en annan sak – IT. Det finns ingen institution i Sverige som har den öppna syn som vi på detta. Det är datorer överallt, du får göra vad du vill. Vi hatar ordet pedagogik i Norrköping, vi är fria.

Nutidens och framtidens informationskälla är du själv. Du chattar, du pratar. Vilken revolution detta är! Man ser 10-20 ungdomar som inte riktigt faller inom ramen och är som alla andra grupper – exempelvis invandrarungdomar. Dom sitter på Norrköpings stadsbibliotek och chattar och skriver. Vad händer? Jo, dom formulerar sig. Dels har de tankar, dels försöker de formulera sina tankar. Det är absolut en demokratisk revolution som pågår.

Många institutioner sköts av 50-åringar som inte kan det här med datorer. De säger att man ska använda datorn bara för kunskapsinhämtning – alltså gå in i någon uttråkig databas som bara några få har nytta av.

Det enda budskap jag har till mina anställda och kanske till världen utanför är: Var fri, spana in hur det ser ut, kolla dina barn! Köp cd-skivor. Varför finns det bara musik med symfoniorkestrar på biblioteket? Tror man att man

når ungdomar med det? Nej, du måste ha allt – stort, högt, brett, till höger och till vänster – allt.

Det är det som är bibliotekets och museernas uppgift, att stå på den enskildes sida i yttrandefriheten, tankefriheten och åsiktsfriheten, eller hur? Herregud vad vi lägger band och hinder på vägen till att folk ska vara fria.

Rikard Eklund: Gränsen måste ju gå någonstans. Har ni exempelvis vit musik på cd? Det finns ju en gräns för vad samhället accepterar.

Conny Äng: Ja, men det är ju vi som är samhället. Vi är 100 anställda, och vi har många vänner, många partners – alla vi påverkar varandra. Men någonstans i en yttersta gräns ska det finnas hyfs och anständighet. Absolut.

Vi tillåter rollerbladesåkare på biblioteket. Vi har haft många diskussioner under åren, speciellt för några år sedan när det slog igenom. Tänk om vi hade inlett med att sätta upp en skylt utanför: ”Ni måste ha vissa saker på fötterna för att gå in!” Då stöter man bort en massa människor.

Tvärtom säger vi: ”Kom in, men du får vara försiktig – och du får vara extra försiktig om du har sådana där grejer på fötterna.” Det gick inte många minuter efter att den första rollerbladeåkaren var inne som någon tant sa: ”Han kör ju på mig...” Då sade jag: ”Har han gjort det?” Hon svarade upprört: ”Nej, men han kommer...!” Då sade jag: ”Låt oss se...”

Volymen på ett bibliotek är mycket högre idag än tidigare, och det stämmer definitivt på Norrköpings stadsbibliotek. Men det får inte vara för högt. Någon form av kultur finns det. Även gatpojkar med rollerblades uppträder på ett visst sätt på ett bibliotek i förhållande till när de är på McDonald's eller så. Så det finns en viss kultur där och den ska vi vara stolta över.

Vem sätter färg på biblioteket? Jo, det är publiken – men det är ju du som anställd och chef som stakar ut atmosfären. Vi ska inte vara allt för neutrala i framtiden. Jag tror att det neutrala blir alldeles för tråkigt, och vi kommer att tappa i konkurrens.

Ta Moderna Museet exempelvis. Det är ju inte så roligt... Det är ett underbart ställe men det har tappat publik. Det händer inget, det är oerhört traditionellt. Jag har funderat på museer, och undrar hur roligt det egentligen kan bli på ett museum. Jag vet inte, och jag går mycket på museum.

Och många bibliotek är inte heller så roliga. Men folk är roligt, och kommer folk då blir det ännu roligare.

Medias påverkan på kulturen

Panelsamtal mellan Johan Berggren, Jan-Erik Lundström, Tony Zoulias och Jan Svenungsson.

Johan Berggren: Media har funnits och genomsyrat samhället bra mycket längre än bara under 1990-talet. Media är kultur för mig, tidningar är kultur. Det finns kultur i media med kulturprogram och kultursidor. Jag har tänkt prata utifrån massmediakritiker som Noam Chomsky, Pierre Bourdieu och Thomas Mathiesen, och utifrån deras massmediekritiska och samhällskritiska modeller diskutera massmedias inverkan på samhället.

Jag har försökt att skapa en teori som är min egen. Jag kommer att påstå en del saker, och ni får acceptera att jag säger att det är så. Det är en sorts teori om hur kulturella yttringar påverkas av medierna.

Massmedierna är den stora makten, det tror jag ni alla vet någonstans. De är den minsta gemensamma nämnaren, de sätter dagordningen. Finkulturen som ni i viss mån representerar är en droppe i havet. Massmedia bestämmer åsikterna i samhället, normerna och formerna. Vi pratade om att teatern ska ändra sig för att tv och film gör det så mycket bättre. Ja, men folk förväntar sig hur det ser ut på tv och film, för det är dom lärda att göra av massmedia.

Carl Hegemann pratade om ett väldigt radikalt alternativ, en radikal teater, men samtidigt legitimeras den av att det är en tv-film. I filmen sitter den radikale regissören i ett diskussionsprogram och det är media som sanktionerar, belönar, är storpappa – även åt detta radikala alternativ.

Noam Chomsky har skapat uttrycket ”det tokiga alibit”, vilket är när man har med kritikerna för att visa sin tolerans. Men man har alltid med dem för kort och för osammanhängande för att signalera något annat än ”Se här vad vi är toleranta. De här knäppskallarna finns också.” Det kallas repressiv tolerans och är ett stadium i den propagandavärld som Noam Chomsky, och till viss del jag också, menar att vi lever i.

Västvärldens medier går omedvetet och medvetet maktens ärenden, och då pratar vi om staten *och* kapitalet, inte som i någon nyliberal drömvärld där kapitalet är någon sorts frihetsbringare. Staten och kapitalet har gemensamma intressen och medierna är helt i deras ägande. De arbetar på deras premisser, får belöning av dem, och berättar deras budskap.

Det gäller inte bara den stora produktionen av nyhetsmedia utan också hela underhållningsindustrin med television, musikindustri, film och IT, vilket handlar mycket om det andra uppdraget. Media ska nämligen inte bara få folk att tänka rätt, utan också få dem underhållna för att fånga in dem och kunna lära dem att tänka rätt. I själva underhållningen fortsätter man under-

visningen – man berättar vilka normer och värderingar som är ”rätt” – rätt för makten.

Jag tänker inte prata om vad ni ska göra med era institutioner, grupper och kultur. Men ni måste veta att massmedierna styr. De styr er som privatpersoner och utformningen på det ni gör – medvetet och omedvetet. Vill ni ha en annan kurs än den rådande måste ni ge er i konflikt med hegemonin.

Om man tänker på media som den stora makten som ni inte vill lyda, så måste ni skapa något annat. För mig är detta ”något annat” det som är ert existensberättigande, det som gör er till något annat än masskulturen. Det kanske är en sorts konservativ, men också radikal hoppas jag, syn på det hela. Privatteater till exempel, är högst professionell och underbart bra, men de är en del av masskulturen för de presenterar inte något annat.

Om vi vill göra detta andra och presentera något, vad som helst, som inte går med den stora normen, som inte lugnar, underhåller och manar till ökad konsumtion, så är gerillakrigföring att rekommendera. Ni måste lära känna den store fienden. Den är stor och dum, men ni får inte underskatta dess grymhet och inte heller journalisternas uppdrag. Det finns trevliga journalister, men de är inte era vänner. Inga journalister är era vänner.

När ni kommer, som ni så ofta gör, med mössan i hand och det lilla ensamma faxbladet singlar ner, tittar med era hundögon och ber: ”Kan ni inte skriva om oss...?” Det är kört. Vi äter upp er till frukost och spottar ut er.

Vi må vara lika bildade som ni, kanske ännu mer, men ta exempelvis DN kultur. Vad händer om staten får tokryck, river Dramaten och avskedar allihop? Folkflertalet kommer inte att bry sig så väldigt mycket. DN kultur kommer att bli väldigt upprörda. Ett tag. Sedan hittar vi något annat att skriva om.

Masskulturen är inte en lärdomstrappa. Det är distraktion, det är förhindrande av subversiva tankar och uppmuntran till konsumtion. Det är en mardröm för er. Det är massmedia som har lärt publiken vad den vill ha, vad den ska tänka. Till och med jag, som vet om de här mekanismerna, har svårt med finkultur för den går emot normen.

Publiken är dum och kräsen. Den kan få action, drama, interaktion mycket bättre på tv, bio och i sin hemdator än på en teater eller på ett museum i konsumtionssamhället. Det finns ingen inneboende drivkraft hos folk att bli påmind om sina svårigheter eller att känna igen sig på scen – för de är inte vana vid det. Ni jobbar i motvind. Men om ni lär er media kan ni använda våra mekanismer, och nu är jag lite förrädare som berättar det här...

Om man tar allmänjournalistiken har den en väldigt intressant inställning till kultur. Det som driver allmänjournalistik, som lockar den, är action, kändisar, sex, djur och små förskjutningar i makten som de visar som om de vore viktiga – vilket de egentligen inte är. Om kulturen formar sig efter deras äm-

nen, är ni ute och försvunna, för de visar det som är spektakulärt och inklämbart.

Men man kan använda den här formeln till att locka till sig medierna. Vi har nämligen en annan sorts journalistik som heter kulturjournalistik. Kulturjournalister ser kulturen, står vid sidan och söker de vackra tolkningarna av verkligheten. Djupa konstnärliga analyser, djärva tankar. Vi söker det nya. Vi har ett dolt uppdrag, och det är att visa hela tiden att det nya kommer. Vi bekräftar en myt om samhällets ständiga utveckling som inte är riktigt sann.

Ni kan lura kulturjournalisterna att tro att ni har det nya, även om det är ett gammalt budskap. Dom är alltid, precis som reklamare, ute efter att hitta den senaste street-grejen. Allmänjournalistiken tycker inte om slutna kulturer som klubbscener, bastuklubbar, rejev eller veganer. Men misstänkliggör det, fördömer det, tills det upptäcks av kulturjournalistiken och tvingas ut i allmänheten. Det kan ni använda er av. Det som ger er existensberättigande kan läcka in genom att ni styr jätten.

Jag kan inte berätta för er exakt hur och med vilka medel, men ni bör läsa Noam Chomsky, Milan Rai och Pierre Bourdieu (– även om han är lite mallig). Om ni är medvetna om de här mekanismerna som styr er och de människor ni jobbar med, kan ni motverka dem i ert i sinne. Vänd och se på dig själv.

Det är så lätt att trilla in i massmediakulturens normer. Då känner folk igen sig och då kommer de. Men då spelar det ju ingen roll. Visst kan man sätta upp en härlig stor musikal, det är många som gör det, på ett traditionellt manus som handlar om att pojke möter flicka. Men för mig har inte den musikalen större existensberättigande än Star Wars, och bör därför inte ha något statsbidrag eller skattepengar.

Mitt förslag är att ni gör något spektakulärt, men bara som smink. Ni lurar dit allmänjournalistiken. Det kan vara att elda upp en flygel på teatern, valla in kor på gatan framför eller binda er mest kända skådespelare och måla honom röd. Då kommer allmänjournalistiken och täcker. De fattar inte riktigt men de tar bilder, det är något nytt, de kommer tillbaka, det blir en bild i tidningen.

Sedan kommer kulturjournalisterna efter: ”Wow något nytt händer, jag måste ta reda på vad det är!”. De går dit, ni får exponering och så kan ni vinna några centimeter i den alltid förlorade dragkampen mot den stora masskulturen. Lycka till!

Jan-Erik Lundström: Militär terminologi är inte alldeles ovanlig när det gäller kulturpolitiska diskussioner. Det tycks mig också som att bidragen när det gäller begrepp och metaforer är ganska jämt fördelad från luftvapen, marin och infanteri, med allt vad det kan innebära av synsätt på kulturpolitik.

Det har säkert många skäl och ett tror jag är att vi fortfarande har ett rätt så rudimentärt språk vad gäller kulturpolitisk debatt och kulturfrågor. Mycket av den här typen av seminarier handlar ju om att bygga ett språk, bygga en vokabulär och bygga begrepp. Men jag tror förstås också att det har att göra med att associationen till kamp och strid är alldeles relevant för det kulturella fältet, för det handlar om huruvida kulturens arenor är plattformar och arenor för just kamp och strid om publiken och pengar – men framför allt om värderingar.

Utifrån en sådan utgångspunkt är också den fria kulturkonsumenten en illusion, och det får som konsekvens att kulturinstitutionen för att överleva nog måste vara rätt så bra på att skjuta. Och sedan är det en annan sak att den absolut bästa ammunitionen är en bra verksamhet.

Kulturpolitik, och att försöka formulera kulturpolitiska ståndpunkter, är som jag ser det ett uttryck för en alldeles grundläggande mänsklig optimism. Det finns en tilltro till förändringens möjlighet, att sakernas tillstånd inte av nödvändighet är sakernas tillstånd. Där är gårdagens inlägg av Björn Linnell en gnistrande tydlig referens för hur Tegnér liksom hans nutida kollega Carl Rudbeck avvisar förändringens möjlighet och därmed också kulturpolitik.

Det är här jag kommer in på frågan om publiken, för där tycker jag att vår diskussion har skiktat sig på ett lite infernaliskt sätt. Vi har å ena sidan efterlyst satsningar på nya grupper, eftersatta grupper, ny publik och allt vad det kallas, och delat in dessa på olika sätt i termer av kön, klass eller etnicitet osv. Men å andra sidan har begreppet ”kulturintresserad” smugit sig in och ställt sig mitt i alla dessa olika kategorier.

Det har ibland verkat som om begreppet konstintresse var en sorts oföränderlig genetiskt förprogrammerad intressestruktur som vi har med oss från födseln.

Men först det första får man se på kulturpolitik som ett förändringsinstrument och ta hjälp av t.ex. Sonnevi som säger att ingen människa någonsin är avslutad. Det innebär inte att alla människor egentligen borde vara intresserade av någon särskild kulturyttring, men det betyder att möjligheten till ett sådant intresse ingår i varje människas potential.

Intressen är också en form av privilegier. Det är ett uttryck för privilegier, för att de är strukturellt härledbara ur samhällets situation, och de hämtas mer eller mindre ur klass- och utbildningsbakgrund. För att ta ett exempel: När min farbror kommer till Bildmuseet för att hämta de cigarettlimpor jag brukar köpa på taxfree åt honom är vi rörande överens om att den moraliskt korrekta finalen i fjolårets elitserie förstås var den mellan Luleå och Modo, och vi kan föra en sådan diskussion. Men vi för också en diskussion om att han upptäckt att Hannah Wilke verkar vara intressant – en grann, modig kvinna, som han uttryckte det.

Jakten på publiken då? Den bedriver jag också, det måste jag erkänna, dagligen på min institution. Vi har årliga besökarsiffror på runt 100 000, vilket är ett bra antal för en stad av Umeås dimensioner. Och jag måste erkänna att det skulle vara trevligt om siffrorna fördubblades. Om det är på grund av någon olycklig kärlek till publiken vet jag inte, men när jag går där en vintersöndag då det är alldeles smockfullt i huset och folk verkar trivas, då får jag en liten tår i ögonvrån.

Utan att ha några exakta och utförliga publikundersökningar i botten har det slagit mig att konstpubliken är en väldigt bred och mångskiktad publik som också tycks träffa ganska exakta val, för den varierar relativt rejält från utställning till utställning.

Kulturpolitik bygger på förändring och tanken om möjlighet till förändring. Så tror jag att det också är med kulturintresse. Jag kan inte vara den enda som har upplevt taxichauffören eller frisören som säger att man har läst om museet men inte kommit dit, men som till sist kommer dit och tycker att det är bra – eller dåligt.

Nu vill jag lämna några korta observationer om det offentliga samtalet om konst, eller kanske rättare sagt den offentliga diskursen om konst under 1990-talet.

Om den kulturpolitiska debatten föll ner i ett svart hål någonstans vid decennieskiftet mellan 1980-tal och 1990-tal just då den statliga kulturpolitiken radikalt förändrades, och en kulturdebatt som det här symposiet har gjort en del för att restaurera, så förändrades också ganska parallellt och ganska samtidigt kultur- och konstkritiken. På sätt och vis bytte man plats, kulturpolitiken blev mer av konstkritik och vice versa.

Genom tänkare som Pierre Bourdieu och den postmoderna teoribildningen i största allmänhet uppstod en större medvetenhet om konstvärlden som ett spelfält, som en plattform där ett antal olika aktörer samagerar eller motagerar med olika intressen. Och det försköt konstkritiken till en situation där den mer och mer vände sig mot att diskutera just detta fält av aktörer. Den kritiska debatten, diskussionen och samtalet handlade mer om institutionerna, nätverket, influenser, utställningsformen som helhetsbegrepp, curatorns roll osv. på bekostnad av det enskilda konstverket i sig.

Ett litet läckert svenskt exempel är Moderna Museet som under sin sista epok på spårvagnshallarna utvecklades till ett slags nationellt trauma i kritikerkåren, och det gjorde att man förvisso fokuserade på viktiga institutionella frågor, men till slut inte kunde se utställningarna som visades där.

Man kanske skulle kunna se det som en besatthet av kontexten, om det inte vore så att det var en väldigt begränsad kontext.

Parallellt med det här vill jag säga att vi, trots postmodernismens ivriga försäkran om att konsten inte alls är ett autonomt spelfält frikopplat från andra

intressen, under 1990-talet faktiskt återfick en sorts immanent form av konst-samtal, konstkritik, konstdiskussion. En väldigt självmedveten, internt riktad form av djupt modernistisk konstkritik.

Jag tror säkert att jag själv var indragen i allt det här. Vi sitter just nu med slutspurten på en katalog för en utställning som heter ”Inferno och Paradiso”, som öppnar på lördag. I katalogen finns två exemplariska texter av en spansk kulturskribent och politisk skribent, men texterna berör egentligen inte med ett ord konsten utan talar om saker som är aktuella för tillfället. Sedan har vi som producenter bidragit med en klassisk katalogtext som tar upp utställningsidén, där vi diskuterar dess position i konsten.

Här finns hela tiden en vektor som pekar mot att reflektera det egna konstfältet, och 1990-talets kulturdebatt har drabbats gravt av den tendensen.

Jag menar inte att självmedvetenhet och intern reflektion är onda ting, men det finns en sorts glidande och svårgripbar gräns där denna självreflektion övergår i positionering och olika sätt att markera sin plats i fältet.

Tony Zoulias: Jag är discjockey, och många av er undrar väl vad jag gör här. Men jag har jobbat på ZTV och varit programledare för ett numera nedlagt program som hette Musikmagasinet Klubb. Jag har också vikarierat på P3 under tre år.

Discjockeykulturen har idag gått så mycket längre än att någon står och spelar en hitkavalkad. Det skulle alla här klara av, precis som ni gör hemma på stereon. Som exempel kan jag nämnda Jeff Mills, som är DJ från Detroit och en legend i våra kretsar. Hans spelningar är som stora konserter, publiken är med hela tiden och helt insatta i vad som händer från scenen. Jag vill visa en kort sekvens från en spelning med honom.

Videovisning

Vad har det här då med media att göra? Jo, jag tycker att media har fegat ur totalt. Inom kulturjournalistiken verkar det inte finnas några ideal att hitta det nya, det spännande – om det inte är kommersiellt gångbart. Det är inte bara media som styr utan även pengarna. Musikmagasinet Klubb hade i snitt 100 000 tittare i veckan, vilket är oerhört bra för ett så smalt nischat program. Men det var inte tillräckligt bra. Efter flyttningen av ZTV till London lade man ner programmet. Vi var det veckoprogram som fick mest e-mail och fax från skivbolag och från tittare som tyckte det synd att programmet skulle läggas ner. För var skulle man få tag på det nya, och var skulle man få informationen om det nya?

Media har fegat ur. Det är väldigt sällan vi får någon press. Det har hänt att man har skrivit om något discjockeybesök i Stockholm, men det får inget utrymme – och varför skulle det få det? Det är ju inte E-type som spelar och drar massorna...

Men å andra sidan måste man visa publiken att det finns nya dörrar lite längre ner i korridoren, att öppna och upptäcka någonting. Jag är en bitter man idag. Det är väldigt frustrerande att se hur den kommersiella musiken får ett så oerhört stort utrymme, och att det samtidigt inte finns något utrymme för det nya.

Då kommer frågan: Är vi intresserade av att få press och utrymme i media? Är det så viktigt? Jag spelar i hela Skandinavien och även i London. På festerna kommer 500-3 000 personer, beroende på hur stor lokalen är och i vilket land man är. Publiken kommer och lyssnar på en discjockey. Det skrivs väldigt lite i media, men när jag spelar i Lund eller Västerås kommer 1 000 personer som är både intresserade och insatta.

Men det är inte bara de här 1 000 personerna som är intressanta. Det vore också kul att plocka ut 5 personer från gatan som skulle tycka att det här var spännande. Men hur når man dem om man inte kan nå dem via pressen? Det är ett problem som det kanske inte finns någon lösning på. Men om man är entusiastisk över det man gör, och ger sig fan på att det ska gå, så kommer de flesta dit förr eller senare – även utan pressens medverkan.

Det finns några nischade tidskrifter med oerhörd genomslagskraft ute i landet. Om skribenten Andres Lokko skriver att en skiva är bra, ser man hur de som läser den tidningen rusar iväg till skivaffären och genast ska ta tag på skivan. Skriver man om en discjockey så det samma sak. Man vill lyssna på honom.

Därför tycker jag att det är viktigt att man kör på med hjärtat och gör saker. För tre år sedan var det ingen som trodde att jag skulle spela skivor i Gävle med den här typen av musik som ingen känner igen, och att det skulle bli en sådan succé. Vem skulle tro det? Till slut undrar media vad det är för en liten rörelse och varför den attraherar så många ungdomar.

Tyvärr har discjockeykulturen fått ett bakslag genom bl.a. rejvdiskussionen. Så fort man tog upp discjockeykulturen blev det i sammanhang som festerna ute på Docklands, som jag aldrig har varit på eller spelat på – trots att jag anses som en av de mest ledande technodiscjockeyerna i landet. Men så har det alltid varit med ny musik. På 1970-talet kom polisen till skolan och talade om att Bob Marley och reggae var väldigt farligt, att det var knarkpropaganda. Och idag tror jag nästan alla håller med om att Bob Marley var en ypperlig musiker. Det finns många andra exempel.

När man är i framkant med något nytt, och inte kommersiellt etablerad, så blir det väldigt farligt. Det är samma sak vilken konstriktning man än håller på med. Men det är bara att köra på. Det låter lätt, men för eller senare kommer media att få upp ögonen.

Media är just nu väldigt okritiska när det gäller konst. Det finns ingen nyfikenhet, ingen spänning att hitta det som är nytt. Man sneglar på varandra.

Medias uppgift är att öppna dörrar och visa att det finns så mycket annat än kommersiell likriktning.

Jan Svenungsson: Jag ska vara lokal, konkret och egocentrisk och återvända till den fantastiska staden Norrköping, där jag hållit till den sista 1,5 månaden för att uppföra en skulptur.

Statens konstråd anordnade en tävling förra året för idéer om hur man kunde göra en skulptur inom det s.k. industrilandskapet – Norrköpings hjärta. Tävlningen fick ganska lite uppmärksamhet i riksmidia, om man betänker hur mycket pengar som spenderades på den. Men så tilldrog den sig också i Norrköping...

Nåväl, jag fick ett av priserna i tävlingen och så småningom visade det sig att staden hade satt undan en halv miljon kronor för att uppföra något av de vinnande förslagen. Det uppdraget gick till mig.

Mitt förslag hette ”Viruell skorsten i verkligheten”. Det är ett sådant namn man uppfinner för att det ska göra sig bra i tävlingspapper. Nu heter den ”Den femte skorstenen”. Jag bygger nämligen skorstenar som en del av mitt konstnärskap. Det kan jag inte göra själv utan jag måste göra det med hjälp av professionella byggexperter, i det här fallet NCC som gav en offert som jag accepterade.

Jag specificerade alla krav, jag tog alla beslut om vad som var rimligt och rätt och jag gjorde ekonomiska förhandlingar. Sedan anställde jag mig själv som grovarbetare i arbetslaget. På det sättet vann jag två saker. Jag fick en möjlighet att kontrollera arbetsprocessen och de som arbetade från grodperspektiv så att säga. Samtidigt gjorde jag mig synlig och tydlig som den ansvarige personen inför min publik, dvs. stadens befolkning.

Det tog sex veckor att uppföra skulpturen, den blev klar i torsdags. Och nästan varje dag under den perioden fanns jag på plats och sågade tegelsten. Det gör nämligen inte längre speciell tegelsten som man kan uppföra skorstenar av, den måste tillsågas.

Jag var närvarande på platsen och jag hade varje dag en mängd samtal med folk som kom förbi, antingen för att de bara råkade komma förbi, eller för att de hade hört talas om att det pågick något egendomligt där och alltså sökte upp platsen. Det var oerhört intressanta samtal med publiken.

Samtidigt arrangerade jag och Norrköpings konstmuseum en utställning där jag gav ett slags referensram till vad det var jag höll på med och tidigare arbeten som har anknytning till detta. Denna utställning kunde jag hänvisa min publik till, så kunde de få reda på mer vad det handlade om.

Jag vill att det jag gör, ett konstverk i det här fallet, ska fungera som en del av mitt konstnärskap och samtidigt bli någonting som är en del av stadens liv

och som inte behöver uppfattas utifrån den självklara förutsättningen att man förstår att det är ett konstverk.

Hur åstadkommer man då att det här verket får en bra start?

Givetvis media, i det här fallet lokalpressen. Jag blev intervjuad tre dagar på en vecka i lokalpressen. Först pratade man om att det här egendomliga höll på att byggas och så ville man veta hur mycket det kostade. Jag svarade att jag inte kunde svara på det, utan att man fick prata med uppdragsgivarna. Så gjorde man det och så stod det nästa dag att det kostade 500 000 kronor.

Sedan kom de tillbaka och ville veta *hur* vi gjorde. Skorstenen byggs ju delvis under vattnet och det var väldigt egendomligt att man kan göra en sådan här grej. Ytterligare en dag senare öppnade min utställning på museet; då var det en pressvisning och så pratade jag ännu mer.

Sedan kom det insändare. Givetvis kom det insändare, och samtliga insändare var negativa. Det har inte varit så många, men samtliga var negativa och ifrågasatte varför man ska bygga en skorsten i vattnet – vi har ju redan så många skorstenar! Hur ska man kunna se att det är ett konstverk när det ser ut som en skorsten? Det måste vara något fel... Och så givetvis att det var pengar i sjön, att pengarna borde satsas på vården, skolan och speciellt vägbyggen.

Sedan var det någon som tyckte att det var fult och oroade sig för att utflyttningen från Norrköping skulle öka. Den sistnämnde var den ende som under-tecknade insändaren med sitt fulla namn och det tycker jag han ska ha all respekt för. De andra hade pseudonymer, förnamn eller något allmänt så man inte kunde känna igen dem.

När jag hade pressvisning på museet hade de här insändarna redan dykt upp, och journalisterna undrade hur jag hanterade alla protester och den negativa opinionen. ”Vilken negativa opinion?”, sade jag.

För jag hade stått nere på arbetsplatsen och haft massor av samtal, och av dessa var två negativa men kanske 30-50 stycken tyckte att det var en fantastisk grej: ”Jaså, är det ett konstverk? Det menar du inte. Jag förstår inte... Vi har ju så många skorstenar.” Jag svarade: ”Ja, men ingen som står i vatten” osv.

Det viktiga är inte att man med 100 procents säkerhet kan bemöta motargumenten och avrätta dem. Det viktiga är att man finns på plats, gör sig ansvarig och bemöter argumenten med en uppriktig vilja att diskutera det som någon eventuellt har emot det hela. Och sedan handlar det givetvis om att ta hand om de som redan är intresserade och ge dem mer kött på benen, fler referenser.

Det var jättekul att stå där nere. En dag kom en lång, gänglig pensionär fram till mig. Först stod han och stirrade på mig på säkerhetsavstånd i tio minuter. Sedan kom han fram och följande samtal följde:

Mannen: ”När ska ni riva det här då?”

Jag: ”Vi ska inte riva, vi håller på att bygga det.”

Mannen: ”En sådan djävla skit!”

Och sedan hade vi en 15 minuter lång diskussion, då vi gick igenom alla möjliga argument. Diskussionen slutade med idrottsplatsen, och han tyckte att det var ok att satsa pengar på kultur om man kan satsa pengar på idrott. Sedan ville han att jag skulle gå med och sponsra IFK Norrköping. Han fortsatte han att komma till byggplatsen flera gånger och samla mina spillbitar från teglet, och håller nu på att bygga något i sin egen trädgård!

Att bli bemött med respekt i kultursammanhang är nog bland det viktigaste som finns.

Man kan lätt hamna snett genom den automatiska hånfullheten som människor ibland känner att de har rätt till för att de är frustrerade över något helt annat. De tar ett kulturevenemang till slasktratt för att de är arga på något annat – för att de har någon anhörig som har blivit misshandlad inom vården eller något. Och hos en del människor finns ett slags automatisk känsla att man kan racka ner på kultur. Och visst – en del kultur förtjänar inte annat än att rackas ner på, om den inte är motiverad på ett respektfullt sätt.

Risken finns att man hamnar fel i media om man inte hanterar media på ett respektfullt sätt, så att de hamnar i läget tillsammans med de som redan såg projektet som en slasktratt, att det rapporteras skandalöst om det man håller på med. Jag kunde undvika det – med tur, skicklighet eller något annat. Jag fick en förhållandevis neutral exponering i lokal media och uppnådde därmed mitt mål med själva projektet – att det ska bli en naturlig del i staden. På den plats jag har byggt passerar alla i Norrköping förr eller senare. Det går inte att undvika det. Hela staden är min publik.

Genom media har jag förhoppningsvis börjat bygga ett slags positiv plattform för att det här kan vara något intressant och att det finns en person någonstans som menar allvar med alltihop. Man kan åtminstone söka en förklaring till det och förklaringen är inte ironisk. Det är ett mycket enkelt förhållande, men det är nog så viktigt.

När väl introduktionen har skett – via media, referenser finns utspridda, man känner till att det här pågår – då kan det som är den egentligt intressanta processen börja, den process där skulpturen i det här fallet på ett långt mer privat sätt blir en del av stadens kollektiva fantasiliv. Och därmed är medias del för min del avslutad i Norrköping.

Paneldiskussion.

Ulrika Knutson: Johan Berggrens massmedieteoretiska analys är naturligtvis glasklar. Redan när jag läste mediateori för ca 20 år sedan läste vi Chomsky och Bourdieu, vi läste ganska mycket ur Frankfurterskolan, Fromms ”Flykten från friheten” och annat. Repressiv tolerans, Schillers teorier om de kommersiella mediernas spridning, framför allt i tredje världen.

Alla de är författare som fortfarande kan läsas med behållning. Men det är klart att det blev schizofrent när man slutade på filmvetenskapen och började i praktiken.

Det här vi pratar om finns både på makro- och en mikronivå, och jag vill ta ett raskt skutt till mikronivån utifrån det som Jan Svenungsson talar om i Norrköping och lokaltidningarna.

När Jan Svenungsson gör sin skorsten så anser jag att han utsätter Norrköpingsborna för en oerhörd provokation om skorstenen bara ställs där. Han har visserligen fått lov av stadens herrar att ockupera platsen, men det är ju makthavarna som har bestämt sig för att ge en liten yta åt konstnären.

Utan röst är den där skorstenen obegriplig. Jag tycker att Norrköpingsborna har rätt när dom säger: ”Vad ska vi med en skorsten till? Vi har så många.”

Det är först när du, Jan, svarar att de inte har någon som står i vatten som det blir relevant. Beskrivningen av den här mannen som kommer fram till dig och ställer frågor – han är arg först, sedan svarar du, du möter honom med respekt – handlar inte bara om att konsten ska behandlas med respekt utan även publiken. Där uppstår något. Och där är du ditt eget medium, din egen marknadsförare.

Jag är övertygad om att du inte har definierat den här mannen som din målgrupp men han står där, så det är slumpen som gör att det är just han och du som uppnår en samförståelse. Sedan blev det en solskenshistoria eftersom mannen tog han om spillstenarna och byggde något eget i sin trädgård. Det är en fantastisk bild av hur konst borde fungera när den är bra.

Men då har vi lokaltidningens roll. De skriver om dig tre gånger neutralt, respektfullt men inte inlevelsefullt. De tänker inte bygga *sina* skorstenar i Norrköpings tidningar.

Jan Svenungsson: Det är egentligen lite fel. Det var nog så inlevelsefullt när de gjorde grafiska illustrationer exakt av hur grunden under vattnet såg ut med utritade dykare.

Ulrika Knutson: Ok. Men att det kommer en insändarflod med negativa uttryck får man ta.

Jan Svenungsson: Ja, det är nödvändigt.

Ulrika Knutson: Jag tänkte också när Måns Wrangle talade om den klassiska svenska konstskandalen och att det finns ett hyckleri runt provokationen. När Gunilla Bandolin håller ut sopor i Falkenberg blir det ett jäkla liv. Och uppstår bråket får man ju gå in i det igen. Det sägs att man ska inte behöva vara pedagogisk. Nej, men personlig behöver man vara!

Skorstenar står inte för sig själv. De kräver ord och social aktion. Och det tycker jag att Jan illustrerade ganska bra själv. Men det är ju inte självklart.

Mårten Arndtzén: Jag känner mig ganska glad just nu när det gäller samtidskonstens möte med den bredare sociala verkligheten och det offentliga rummet. Allt det här, framför allt det Jan pratar om att bli bemött med respekt, är det viktigaste som finns. Det är långt ifrån självklart, men det är det allra viktigaste.

Gunilla Bandolins tilltag att hålla ut sopor på torget i Falkenberg är ett tydligt exempel på när man inte riktigt respekterar sin publik, även om hon förvisso murade in soporna i ett hus. Men publiken brände ner huset, och då ryckte hela kulturparnassen – DN och alla tidningar – ut till konstnärens och det fria ordets försvar, mot ”den råa mobben”.

På så vis fördjupades den spricka som finns mellan en stor allmänhet som kanske inte är så himla konstintresserad och konsten.

Jan Svenungsson: Jag är faktiskt förvånad över att det inte blev fler negativa reaktioner. I alla diskussioner jag hade med någon som ställde sig tvekade, frågande eller i några fall fientlig, till projektet, valde jag att trycka på *ett* argument för varför jag gillar den här. Det finns en mängd andra argument som jag i andra sammanhang skulle kunna välja, men i mina möten med allmänheten återkom jag till att jag tror att den kommer att bli väldigt vacker på den plats där den kommer att stå – som en kommentar till soporna på torget.

Jag såg min roll som en chans att göra någonting i centrum av staden, och då kan inte provokationen vara mitt syfte. Jag måste själv tro och kunna förmedla att det finns ett direkt positivt innehåll i tillskottet till platsen.

Ana L Valdés: Jag vill knyta an till det som Johan Berggren var inne på – kulturjournalisternas roll och massmediernas förhållande till konsten. För inte så länge sedan sade Daniel Birnbaum att konsten behöver en textuell bikini för att kunna förklaras. Det var en stor diskussion på DN:s kultursidor om detta, om huruvida konsten behöver en textuell bikini eller om den kan förklara sig själv.

Problemet för kulturjournalister idag är att vi bevakar resultatet och aldrig processerna. Det handlar om att bevaka konsten när den är uppförd, när man går på utställningen. Man bevakar sällan hur en utställning uppstod, idén bakom. Det är samma med konserter och teaterföreställningar.

Vi är dåliga på att ta hand om mellanrummet, eftersom vi också vill ha ett kvantitativt mått. Vi pratar om kulturproducenter, men kulturen är ingen produktionsmekanism. Kulturen är mellanrummet där dialogen uppstår.

Ann-Sofi Norling: Jag vill knyta an till det Ulrika Knutson sade om konstverk som provokation. Vilka alternativ ser du? I det här fallet är det ett verk som står i Norrköping. Det står inte där opå kallat utan Jan Svenungsson har blivit inbjuden av Norrköpingsbornas företrädare, i demokratisk ordning.

Finns det någon annan väg att gå eller ska man låta det vara tomt? Ska man rensa städerna och våra landsbygder på konst? Vad är alternativet? Är det intressant med konst utanför gallerierna?

Ulrika Knutson: Det är klart att det finns andra vägar att gå. Lars Wilks har inte haft tillstånd någonstans, han var inte inbjuden. Men han gjorde ett verk på en plats, och vad jag har förstått tog han ansvar för det också. Han har skällt som en hund i 20 år.

Visst ska vi ha konstverk i städerna, men man måste följa upp slaget, och det var det Jan gjorde så bra. Man kan inte låtsas som det regnar. Man kan inte acceptera sin brist på språkkunskaper. Man måste tala på flera nivåer samtidigt, och det är vi inte alltid så bra på – varken kulturjournalister, kulturproducenter eller konstnärer.

Ann-Sofi Norling: Media medverkar till tystnaden. Det är väldigt svårt att få gehör för ett samtal som man skulle vilja föra vidare, som inte bara gäller objektet i staden. Men det är väldigt tyst. Man skriver hellre om en utställning eller en konsert, för det är lättare.

Ett konstverk som står där, som finns där och verkar bland människor, är mer komplicerat och det är väldigt svårt att få gehör för det.

Ulrika Knutson: Absolut. Medias urvalsprinciper är konventionella, auktoritära och kommersiella.

Tony Zoulias sa att media är dåliga på att bevaka det nya. Det är helt riktigt. Men du sade också att media är dåliga på att bevaka det som inte har ett kommersiellt intresse. Jag kan tala om för dig att hade du kommit och lirat i Uppsala på någon liten obskyr klubb 1983, då hade jag skrivit om dig. Först hade jag skrivit en notis om att du skulle komma och spela. Sedan hade jag, Björn eller Jörgen gått dit och skrivit något. Sedan den vi kanske följt upp också – kanske inte så klagörande eller bra, men vi hade definitivt skrivit. Vi skrev om allt – före, under, efter. Vi intervjuade och vi bevakade rubbet.

Runt 1985 var det slut med rockkulturen för min del. Jag har ingen koll efter det, så jag kan inte riktigt svara på varför media inte skriver om detta. Men jag funderar på vilka som ska skriva om just Jeff Mills som du visade tidigare. Är det på Aftonbladets nöjessida eller är det kultursidan i DN?

Det här är inte min musik, men jag är inte blind eller döv. Jag kan subjektivt tycka att det är bra. Jag känner igen formspråket. Det här är avantgarde, det är modernistiska uttryck, det är ekvilibristiskt, expressivt och koncentrerat.

Det handlar också om vad som händer i rummet när en sådan här uppspelning sker. Det finns en publik, det finns de som dansar, det finns ett socialt sammanhang och ett slutet rum. Men är det här finkultur eller fulkultur?

Det finns säkert några här i rummet som tycker att det är populärkultur, vilket jag tycker är en högst tveksam definition även om det är ganska många som kommer just till konserterna. Men då kommer alla de 2 000-3 000 i regionen som är intresserade av det här; sedan går en skarp gräns.

Hur ska kulturjournalistiken på ett meningsfullt sätt skildra Jeff Mills? Tidningen Pop med Andres Lokko och co har hittat en väg, med ett passionerat, personligt perspektivet uttryckt på ett bra språk och med en attityd av att:

”Det här är vår grej, vi populariserar inte i onödan. Den som är intresserad skaffar sig kunskaperna utanför tidningen, går sedan in i Pop och begriper det här. Men vi skriver inte för kärringar i Farsta eller akademiker i Uppsala. Vi skriver för oss som kan.”

Och den attityden kan man ha. Men det vore jätteintressant att försöka skildra Jeff Mills för tanter i min egen ålder, hitta språket som beskriver konstnärliga upplevelser utanför gruppen. Det förmedlandet är inte kört, men det är svårt. Det är precis samma sak som med Svenungssons skorsten.

Vi sysslar för lite med den sortens svåra och roliga förmedling. Ska någon beskriva Jeff Mills för mig, krävs det att den personen har en massa referenser ur min föreställningsvärld att hänga upp honom på.

Men hur viktigt är det att ta kulturuttryck från en grupp till en annan? Vad ska vi ha det till? Det tror jag också speglar en hållning till publiken.

Mårten Arndtzén: Det är ingen skillnad på Pop och någon annan kulturtidskrift som går längre in och öppnar dörrar. Den efterlysning som Tony gör är att detta ska få ett genomslag i bredare media.

Tony Zoulias: Har ni tänkt på hur kultursidorna ser ut i DN och SvD? De är de tråkigast utformade sidorna i hela tidningen. Utrikespolitik, massmord och vad som händer i Östtimor är förmedlat på ett sätt så att vem som helst tittar på det. Men hamnar man på kultursidan, förs en kulturdebatt som jag lovar att 95 procent av befolkningen inte förstår ett skvatt av. Språket i tidningarna måste förmedla och lära ut olika typer av kulturyttringar. Det finns inget annat sätt att göra det på.

Ta Love Parade i Berlin, som är en av de största utomhusfestivalerna i världen, där ungefär en miljon människor är ute på gatorna och dansar. Man

skriver då att en miljon människor var där och dansade, men man skriver inte om varför, vilka som spelade och förklarar nyanserna i dansmusiken.

Det finns ett kollektiv som heter Lucky People Center, LPC, som även håller på med grafisk formgivning, bildinstallationer, dokumentärfilm osv. Dom har gjort en film som heter Lucky People Center International, som är otroligt bra. Fick den någon uppmärksamhet? Nej. Den filmen borde man visa för alla människor från 10 år och till 80, för att man ska förstå att modern dansmusik inte handlar om att veta vem som har gjort den senaste remixen på en visst artist, eller att techno och vanlig house-musik skiljer sig åt på ett visst sätt. Det handlar om att gå ut och dansa för att ha kul till någonting som kanske är nytt. Man upptäcker något nytt.

Jag var här i Umeå för ett tag sedan och spelade på ett ställe där många ”vanliga” människor går. Folk kom fram till mig och sa: ”Men kan du inte spela något som man känner igen”. För mig känns det som om man går på ett galleri, ser en tavla, tar fram en krita och säger ”Det är fint det här landskapet, men här skulle det behövas en ko...”

Det ena behöver inte ta ut det andra. Jag gillar också kommersiell musik. Men oftast är genomsnittspubliken trångsynt. Varför? Jo, för att media presenterar E-type, Madonna och allt kommersiellt. Då tror den stora massan att det är vad som finns inom musikutbudet, och som är värt att skriva om. Allt annat är skit.

Media måste våga mer, journalisterna måste våga ta upp fajten med sina redaktionschefer.

Johan Berggren: Du säger att du är bitter, men jag tycker att du har kvar en rörande tilltro och en förhoppning till medierna som ideellt upplysande om det goda och det bra. Faktum är att du själv ju var med om just en händelse där en Stenbeckskanal krasst bestämde sig för att lägga ner ditt program.

Visst finns det hederliga människor inom media som vill föra ut budskap, ta reda på och berätta om sådant de känner är bra. Och visst kan man ta striden med sina redaktörer. Men det är väldigt svårt, för kraften uppifrån vill tyvärr inte detta. Man vill skildra E-type, man vill skildra det ofarliga, det normerande, det lättsmälta för att bibehålla människor i en sorts trall.

Den kultur som du är galjonsfigur för är inte en sådan kultur, och det är därför den inte kommer fram. Den kan komma att göra det, det händer, men det blir undantag och kuriosa. Finkultur, för det tycker jag att du håller på med, måste kämpa mot media. Inte bara ställa en from förhoppning till att det kommer någon snäll journalist, utan kämpa mot media för att inte bli förvisade till Chomskys tokiga alibi.

Tony Zoulias: Kampen är ett problem, eftersom media är så starka och har så mycket pengar. Jag kan ta ett exempel från ZTV. Där var det mycket fajt om tittarna. Problemet med mitt program var att vi skulle visa det som hände

under det superkommersiella. En dag kom programchefen och sa att de hade fått ett bra reportage om en viss artist från skivbolaget, och han ville att jag skulle köra det i mitt program. Jag sade nej, för det hade inget med klubbkultur att göra, utan det var popmusik. Jag tyckte att han skulle köra det i ett av de vanliga programmen.

Men skivbolaget ville att det skulle köras i mitt program. Det är alltså pengarna som styr. Skivbolagen har blivit så enormt stora så de styr utbudet. Jag hotade med att gå hem direkt om man propsade på att visa det, och det funkade. Jag tror att man måste vara passionerad, som Conny Äng sade.

Ulrika Knutson: Conny Äng är ju en representant för den nya människan. I den uppkopplade världen finns honnörsbegreppen rörligt, socialt kompetent, globalt, platt, icke-hierarkiskt, icke auktoritärt. Det flyter, det finns inga fasta strukturer.

Medierna gillar att inkluderas i kunskapssamhället när man talar om framtidsbranscher, spetsindustrier osv. Men honnörsbegreppen när det gäller organisationsteknik och sådant stämmer inte alls på medierna. Medierna är inte icke-hierarkiska med platta organisationer, utan i stället extremt auktoritära.

Mårten Arndtzén: Det som gäller musikbolagen gäller i allt högre grad också filmbolagen. De blir allt mer aggressiva mot medierna och kritikerna.

Johan Berggren: Ultimat är det staten och kapitalet som bestämmer. Medierna går i deras ledband – väldigt frivilligt faktiskt för de är också stat och kapital. Det sitter ihop. Sedan får media påtryckningar av kapital och andra mäktiga organisationer som musikindustrin osv. som är aggressiva och hotfulla. De lämnar ut den information de vill, samtidigt som journalisterna skildrar det makten vill ha skildrat.

Mikael Franzén: Jag har också jobbat lite med klubbkulturvärlden och fascineras över den. Att kultursidorna inte skriver om det kan bero på att konstnären försvinner. Ungefär som med Millenniumprojektet integreras publiken i verket så att det blir en homogen massa. Man vet inte vem som står för uppsåtet, för konstruktionen, för tanken. Det verkar som kultursidorna inte är vana att behärska den typen av organisk enhet.

Jan-Erik Lundström: Ulrika Knutson talade om makro- och mikronivå, och jag tror att det är oerhört viktigt att man på något sätt differentierar mediadiskussionen. Jag tror inte vi är betjänta av att enbart hålla oss på en abstraktionsnivå där vissa bara uppfattar dessa stora strukturer.

Jag tror t.ex. att man bör beskriva varje stort mediaföretag som en relativt komplex organism som förvisso utövar en hel del likriktning och uppifrånkontroll, men det finns aldrig en total kontroll utan det finns också olika slags vattenhål och förändringsprocesser som pågår hela tiden.

En sådan differentiering av diskussionen var vi också inne på mellan rikspress och lokalpress. Där tror jag att man väldigt klart kan säga att lokalpressen ofta har en bredare och mer allsidig kulturbevakning än rikspressen. En sådan förskjutning i mediabilden är nödvändig att uppfatta om man ska förstå vad det handlar om.

Tony Zoulias: Den intressanta frågan är om vi behöver media i så hög grad. Både ett galleri eller ett museum är en ganska nischad tillställning som alla har möjlighet att ta del av om de vill. Ska man bli orolig när media inte skriver om det? Jag tycker inte det. Jag tycker att man ska göra bra grejer som i första hand vänder sig till den publik som är intresserad. Sedan ska man försöka att hitta smarta vägar att locka ny publik.

Exemplet med konserthuset i Gävle är lysande. Det var 15-årsgräns men ändå serverades alkohol. Man fick en stämpel i dörren som visade om man var över eller under utskänningsåldern, och så fick man visa den i baren om man skulle köpa alkohol. Den lösningen var fantastisk. Folk mellan 15 och 30 år dansade och tog del av evenemanget. Media eller inte media, så var folk där.

Och de som var där var glada och kommer att prata om det, och nästa gång den här typen av kulturevenemang händer kommer kanske 1 000 personer till. Det enda sättet att erövra är att göra bra grejer man brinner för.

Ulrika Knutson: Men om man gör grejer man brinner för, kan det ju tulla på. Vid ett kulturevenemang i våras – Lars Noréns 7:3 – spelade publiken en ny roll. Det är nog egentligen för tidigt att utvärdera det verket, det får gå några år, men där var publikens roll boskap, torskar, gisslan. En aspekt på publikbegreppet som inte har berörts här så mycket är publikens ansvar.

Elisabeth Rasch: Det här handlar om medias påverkan på kulturen. Nog har media stor betydelse. Media definierar vad de olika institutionerna eller andra erbjuder – dvs. om det är konst, om det är kultur eller om det är något annat. Det sker dels genom valet av journalist som skriver om någonting, dels beroende på var det placeras i tidningen. Sådant har betydelse för vilken typ av publik som kommer.

Om vi tar Norrköpingsprojektet och Jan Svenungssons skorsten, tror jag att det hade oerhört stort betydelse att tidningarna över huvud taget uppmärksammade det hela, för att folk skulle bli uppmärksamma på att det handlade om ett konstprojekt och inte något annat.

Johan Berggren: Att man inte ska tro på tidningarna betyder inte att man inte ska läsa tidningarna. Tidningarna är naturligtvis det offentliga samtal vi alla har. Men man ska inte tro blint på dem, man ska känna till deras mekanismer och ta medias budskap under ett visst övervägande – och hoppas att publiken också gör det, så den kan nå er även om media skiter i er.

Mårten Arndtzén: SVT och Sveriges Radio har en speciell funktion eftersom det är public service-medier. Maria-Pia Boëthius hade ett ypperligt sommarprogram där hon uppmärksammade hur lika Sveriges Radio och SVT är de andra medierna. Man kan undra varför de inte skiljer ut sig mer.

Ana L Valdés: Det är väldigt svenskt att det offentliga samtalet likställs med tidningarnas kultursidor. I knappast några andra länder har tidningarna en så stor normgivande och diskursgivande betydelse, och det är ett problem. Vi borde gå tillbaka till folkbildning, där samtalet pågick någon annanstans.

Tony Zoulias: Jag håller inte med om att SVT och Sveriges Radio är lika de andra stationerna. Sveriges Radio är faktiskt just nu Sveriges enda intressanta nyhetsmedium när det gäller musik. Det är bara P3 som spelar modern dansmusik som ingen annan radiokanal ens vågar ta i förrän den sålt guld eller platina. P3 gör ett dunderjobb utan att vara beroende av annonsörer eller skivbolag, även om också de är underkastade vissa av skivbolagens spelregler.

Ulrika Knutson: Anton Hagwall gjort tio djupintervjuer med unga människor om deras inställning till kultur. Det är visserligen bara tio personer det rör sig om, men det är unga människor. Att de här personerna inte rusar till Operan eller centrallyriken kanske inte är så konstigt, det har de aldrig gjort. Men den stora trenden är att nästan ingen av dem lyssnar på P3. Det var inte så många år sedan som P3 var den stora populärkulturkanalen.

Presentation av föreläsare och debattörer

MÅRTEN ARNDTZÉN

Konstkritiker och kulturjournalist. Medarbetare på Expressens, SR:s och SVT:s kulturredaktioner.

JOHAN BERGGREN

Frilansjournalist. Skriver regelbundet radiokrönikor i Dagens Nyheter.

MARIA BLOM

Regissör samt manusförfattare. Har regisserat "Rabarbers" samt "Doktor Kokos..." på Backstage, Stockholms Stadsteater. Skriver förutom pjäser som Rabarbers även för film, radio, tv och reklam. Har även en egen teater "Ludna teatern" vilande.

MAGNUS BÄCKSTRÖM

VD och konstnärlig ledare för Gävle Konserthus AB. Har också uppmärksammats som initiativtagare till och verksamhetsledare för världsmusikfestivalen Falun Folkmusik Festival, liksom för en lång rad projekt inom dessa genrer, bl.a. det internationella ungdomsläget Ethno, världsmusikmagasinet Lira och branschmässan Norrsken.

GÖRAN DAHLBERG

Redaktör för tidskriften "glänta" sedan första numret 1993. Arbetar även som föreståndare för Tidskriftsverkstan i Göteborg och med Nätverkstan. "glänta" är en kulturtidskrift som också publicerade sin första bok tidigare i år – "Konstens anspråk". Tidskriften driver också en filosofibar varannan vecka på Atalante, dit filosofer bjuds in för att presentera och diskutera filosofiska reflektioner kring samtiden.

XAVIER DOUROUX

Ledare för konsthallarna Le Consortium och L'Usine i Dijon. Mediatör för projektet "Art & Société" inom "Nouveaux Commanditaires" som har startats på initiativ av Fondation France.

MARIA FRIDH

Projektledare för Stiftelsen framtidens kulturs programområde "Förnyelse av kulturinstitutioner". Konstnärlig ledare för Edsvik konst och kultur. Frilansregissör, urval av uppsättningar: "Pelikanen" Uppsala Stadsteater, "Ett drömspel" Omsk Dramatiska Teater, "Till Damaskus" Ryska Dramatiska Teatern, Tallinn. Manusförfattare till CD-rom "Bakom kulisserna, Strindbergs Pelikanen".

JESSICA GEDIN

Förläggare för det nystartade bokförlaget Tivoli. Förlaget är en imprint – en egen etikett – till bokförlaget Norstedts.

DAN GRETTEVE

Kreativ ledare inom Futurniture som producerar utställningar, reklam, webb och design. Uppdragsgivare är bl.a. DN, IKEA, OM-gruppen, SIDA, Toshiba PC, Nationalmuseum, Beckmans School of Design, Orrefors samt Förenade liv. Samarbetar ofta med fria konstnärer, designers och skribenter.

LOTTA GRÖNING-DEGERLUND

Politisk chefredaktör på Norrländska Socialdemokraten. Har tillsammans med Agneta Fagerström-Olsson gjort en dokumentärfilm om tankar om framtiden, som ska visas på tv under hösten 1999.

RIKARD HOOGLAND

Projektsekreterare för Stiftelsen framtidens kulturs programområde "Förnyelse av kulturinstitutioner". Sedan 1988 redaktör för Teatertidningen. Dramaturg på Radioteatern 1989-1997. Doktorand i teatervetenskap. Manusförfattare till CD-rom "Bakom kulisserna, Strindbergs Pelikanen".

HENRIK HANSSON

Född i Örebro, uppvuxen i Köping. Utbildad byggnadsingenjör i Helsingborg. Jobbar med grafisk formgivning och konst. Ingår i konstgruppen INDACOP sedan ett år tillbaka.

HANS HEDBERG

Professor i fotografi, Konstfack.

CARL HEGEMANN

Dramaturg och filosof vid Volksbühne i Berlin. Arbetar framför allt med Christoph Schlingensief (filmare, regissör, estradör).

KARIN HJELMÉR

Arbetar som museilektor på Helsingborgs museum och ansvarar för museets pedagogiska verksamhet. Utbildad förskolelärare och biolog och undervisar själv i naturhistoriska ämnena framför allt på Fredriksdals friluftsmuseum.

ULRICA JOHANSSON

Chef för Skellefteå museum. Har varit yrkesverksam i sju år och främst arbetat med museets samlingar, först på Västerbottens museum och sedan på Skellefteå museum.

ULRIKA KNUTSON

Redaktör, Månadsjournalen.

ULRIKA KÄRNBORG

Journalist och kritiker sedan snart åtta år. Redaktionssekreterare på Dagens Nyheters nystartade kulturredaktion. Arbetar med en biografi om Fredrika Bremer.

GUNNAR LAGERMAN

Programansvarig för Hultsfredsfestivalen sedan 1986. Startade vid sidan av Hultsfredsfestivalen även bokningsbolaget Party Production, sedermera Motor Artist & Nöjesproduktion.

PIIA LAITA

Arbetar på Kiasma som communications manager, med uppgift att lägga upp huvudlinjen för Kiasmas kommunikation och planera mediarelationerna. Har tidigare arbetat inom musikbranschen.

MARIA LIND

Intendent, Moderna Museet.

BJÖRN LINNELL

Studier i litteraturvetenskap, amanuens Göteborgs Universitet. Kritiker Expressen, DN. Bokförläggare Norstedts förlag 1986-1991, Bonniers 1991-1997. Redaktör Moderna Tider. Utgivit tillsammans med Mikael Löfgren: "Svenska krusbär. En läsebok om Sverige och det svenska" (1995).

JAN-ERIK LUNDSTRÖM

Bildhistoriker, kulturskribent och chef för Bildmuseet i Umeå. Har som curator – frilans, chef för fotografi på Moderna Museet och på Bildmuseet – arbetat med många svenska och internationella konstnärer. Föreläsare i fotografins historia, nutida konst och bildteori.

DAVID NEUMAN

Chef för Magasin 3 Stockholm Konsthall sedan grundandet 1987. Initiativtagare och chef för konstprojektet Arkipelag under Kulturhuvudstadsåret 1998 – det hittills största konstutställningsprogrammet någonsin i Sverige.

CARINA REICH + BOGDAN SZYBER

Har arbetat ihop i över sjutton år med scen- och bildkonst. Verksamheten har spånt över ett fält från koreografi på Operan och Dramaten i Stockholm, över egna turnéer till England, Frankrike och Nya Zeeland, till utställningar på Liljevalchs konsthall och Moderna museet. Leder även regelbundet seminarier på Arkitektshögskolan, Dramatiska Institutet och Konstfack.

CARL RUDBECK

Redaktör för Timbros tidskrift smedjan.com. Phd i comparative literature med en avhandling om Walter Benjamin. Har skrivit "Den fula ankungen" om liberalismen och "Creole Love Call" om kultur och globalisering.

JAN SVENUNGSSON

Konstnär, utbildad på Konsthögskolan i Stockholm samt Pontus Hultens Institut des Hautes Etudes en Arts Plastiques i Paris. Undervisar på Högskolan för Fotografi och Film i Göteborg (adjungerad professor). Skribent.

KURT STERN

Fram till pensioneringen våren 1999 studieombudsman/chef på ABF Stockholm. Född i Wien. Huvudintressen är kultur och politik.

CHRIS TORCH

Konstnärlig ledare för Intercult, en produktionsenhet som arbetar framför allt med interkulturella scenkonst i form av gästspel och egna produktioner. Har tidigare grundat SHIKASTA – Riksteaterns mångkulturell ensemble och var dess första konstnärliga ledare (1993-1995). Var också en av initiativtagarna till festivalen Re:ORIENT (1993).

TONY ZOULIAS

Discjockey. En av Disco Sthlms grundare, tidigare programledare för Musikmagasinet Klubb i ZTV.

BITTE WALLIN

Utbildad inom marknadsföring och projektledning. Har tidigare jobbat på bl.a. Stockholm – Europas Kulturhuvudstad 1998, Dansens Hus och Stockholms Stadsteater. Arbetar nu med det landsomfattande museiprojektet ”Framtidstro”.

MÅNS WRANGE

Född 1961, professor i skulptur Konstfack. Utställningar: 1996 Andréhn - Schiptjenko, Stockholm, 1992 Andréhn - Schiptjenko, Stockholm, Krognoshuset, Lund, Mölndals Konsthall, Mölndal, ”Hobbyns underbara värld”, Kulturhuset, Stockholm, 1991 Sandvikens Konsthall, Norrköpings Konstmuseum, 1990 Galerie Oboro, Montréal, Canada, Olle Olsson huset, Solna.

CONNY ÄNG

Bibliotekschef, Norrköpings Stadsbibliotek.