



Det vildt voksende kontor
socialt design i offentlige institutioner

Af Marianne Bramsen * Eksamensprojekt i Kulturproduktion * K3 Malmö Högskola
Vejleder Kathrine Winkelhorn * Eksaminator Anders Høg Hansen * foråret 2009

Abstract

This report aims to inspire and add value to the work of practitioners in public administrations and local authorities, dealing with citizens of intercultural communities.

This study examines ways in which *social design* can renew and add value to public administrations. The topic is examined in a cross-disciplinary perspective, involving the areas of urban science, design and anthropology.

By synthesising theories from these disciplines and studying best practises of social design, two hypotheses are:

1. Public administrations could benefit from a mindset where cultural diversity and cultural resources are seen as advantages in an intercultural society.
2. Competence in cultural literacy is useful among public practitioners, such as social service managers and community workers.

To test these hypotheses, a social design concept is presented. This concept includes a proposal to reflect upon the physical objects in public administrations, based on socially, economically and environmentally sustainable thinking. The concept proposes small changes to the physical environment, based on redesign and recycling. Parts of the design concept has been tested in a pilot study, and the results indicate that social design can help administrations and authorities to:

- improve communication with citizens
- increase social inclusion
- articulate values
- focus on cultural competences

Keywords: Social design, Cultural competence, Cultural planning, Cultural literacy

Indholdsfortegnelse

ABSTRACT	2
INDHOLDSFORTEGNELSE	3
0 FORORD	5
1 INDLEDNING	6
1.1 Introduktion	6
1.2 Præmis	8
1.2.1 Præmissen for projektets udformning	8
1.3 Problemstilling	9
1.4 Metode	9
1.4.1 Teori i forhold til den kommunale virkelighed	9
1.4.2 Ready, fire, aim	10
1.4.3 Best practice	10
1.5 Læsevejledning	10
2 MERA MÖLLAN I EN KULTUREL KONTEKST	12
2.1 Interkulturelle Malmö	12
2.2 Möllan – Malmös hjerte	13
2.3 Mera Möllan 2009 – 2012	15
2.4 Aktivitetsporten	16
3 MERA MÖLLAN I EN TEORETISK KONTEKST	18
3.1 Kulturpolitik under udvikling	18
3.2 Mera Möllan – et eksempel på Cultural planning	20
3.3 Kritik af Cultural planning	23
4 FIRE ASPEKTER AF CULTURAL PLANNING	25
4.1 Kulturelle resurser	25
4.2 Social og økonomisk bæredygtighed	26
4.3 Diversitetstænkning	27
4.4 Kreativ tænkning	29
5 CULTURAL LITERACY	31
5.1 Hvad er kultur	31
5.2 De ubevidste sider af kommunikation	33
5.3 Det kulturelt betingede sanseapparat	37

6 SOCIALT DESIGN	39
6.1 Best practice	40
6.1.1 Muhabet - Det trygge miljø	41
6.1.2 MindLab - Det innovative miljø	44
7 HENSYN OG BEHOV	47
7.1 Værsgo at tage en kop kaffe	47
7.2 Indsyn og udsyn	47
7.3 Parallele aktiviteter	48
7.4 Atmosfære	48
8 DET VILDT VOKSENDE KONTOR	50
8.1 Kommunikationsjunglen	50
8.2 Et socialt designkoncept	50
8.3 Koncepttest på Aktivitetsporten	51
8.3.1 Miljøforandring: 1 krus	51
8.3.2 Miljøforandring: 2 planter	52
9 SAMMENFATNING	55
9.1 Designkonceptets udformning og funktion	55
9.2 Socialt design i form af en tankegang	55
9.3 Miljøforandringer artikulerer interne og eksterne værdier	56
9.4 Kulturel forståelse som et redskab til øget imødekommenhed	56
9.5 Socialt design for social inkludering	56
9.6 Svagheder og styrker	57
9.7 Konklusion	57
10 REFERENCER	59
10.1 Illustrationer	59
10.2 Litteraturliste	60
10.3 Hjemmesider	63
11 BILAG	63
11.1 Folder: Det vildt voksende kontor	63
11.2 Konkret designforslag til Mera Möllans plantesamling	64
11.3 Illustrationer baseret på Mera Möllans værdisætning	65
11.4 Planløsning og rumfordeling	66

0 Forord

Vejen er målet, så der er ingen anledning til at gå den korteste vej. Som ung stod mit studievalg mellem kunst eller religion. At mennesker kunne leve ud fra en religiøs overbevisning, fascinerede mig, og en livslang interesse for kulturelle forskelligheder opstod. Jeg valgte at uddanne mig til kunstner, men min fascination af antropologien blev en rød tråd i mit nu ti år lange kunstneriske virke. Da kulturproducentstudiet krydsede min vej med teorier om interkulturel byudvikling, var dette teorier på tematikker, jeg havde reflekteret over i årevis. Som praktiker omfavnede jeg teorierne med gensynsglæde, og de er nu blevet en del af min bagage, der sammen med min praktiske erfaring er blevet udgangspunktet for dette eksamensprojekt.

Tak til medarbejderne på *Mera Möllan* og *Aktivitetssporten* for imødekommenheden i samarbejdet.

1 Indledning

"For alle, der arbejder med andre menneskers udvikling og velfærd, er det en nødvendighed at reflektere og forny sin praksis fra de modtagende borgeres perspektiv."

Klaus Majgaard, Direktør for Børne- og Ungdomsforvaltningen, Odense Kommune, januar 2009.



Illu. 1: *Guerilla gardening*: Majs, jordbær og bærbuske plantet af miljøaktivister ved kirke i Malmö.¹ Eksempel på borgerens eget initiativ til at skabe små forandringer, der påvirker udviklingen. Se illustration 2 for nærbilleder.

1.1 Introduktion

Det vildt voksende kontor er et socialt designkoncept udarbejdet til offentlige institutionsmiljøer. Konceptet bygger på værdisætning, visualisering og sanselighed. Socialt design er kendetegnende ved, at mennesker og deres indbyrdes relation og interaktion, sættes i centrum for en situation eller et miljø, man ønsker at skabe. (Se illustration 1 og 2) Gennem et socialt design i offentlige institutioner kan borgere involveres i udviklingen af deres lokalområde og dermed indgå i et aktivt medborgerskab. Konceptet er inspireret af urbanisten og teoretikeren Charles Landry og hans forestilling om, at små ændringer kan bidrage til at skabe en tryk atmosfære i lokale miljøer.

¹ Fotograferet den 2. juni 2009

“The intercultural city depends on more than a design challenge. It derives from a central notion that people are developing a shared future whereby each individual feels they have something to contribute in shaping, making and co-creating a joint endeavour. A thousand tiny transformations will create an atmosphere in public space that feels open and where all feel safe and valued.”²

I et kulturpolitisk perspektiv anvender *Det vildt voksende kontor* en antropologisk og sociologisk indfaldsvinkel, hvor kulturen ses som et instrument for samfundsudviklingen. Projektets kulturproduktive nytteværdi er at producere kultur, der inddrager de fysiske og psykiske aspekter i institutionen. Det sociale design fungerer som en komplettering til institutionernes interne og eksterne kommunikation.

Designkonceptet henvender sig til ledere og medarbejdere i offentlige institutioner. Med konceptet inspireres man til at reflektere og applicere aktuelle begreber som *diversitet*, *kulturelle resurser* og *bæredygtighed* i institutionerne. Sidst, men ikke mindst, bygger konceptet på udviklingen af en generel *kulturel forståelse*³ som en bærende faktor for det fysiske udtryk og det psykiske institutionsmiljø.



Illu.2: Nærbilleder af *Guerilla gardening*. Eksempel på socialt design, spontankultur og civil ulydighed. Tekst på skiltet: "VÆRSAGO! Velkommen, vand os, pas os og høst os. Mere grønt i byen! Medvirkende: www.mykorrhiza.se, www.plan3network.com, www.kultivator.org, www.makingamealofit.wikidot.com"

1.2 Præmis

² Landry, Charles; Wood, Phil [2008] s 260

³ Oversættelse af det engelske begreb: Cultural literacy

Det vildt voksende kontor er et produkt af sin tid, der tilgodeser det miljømæssige samfundsansvar og tager højde for de økonomiske begrænsninger i de kommunale budgetter. *Det vildt voksende kontor* er udarbejdet i tæt samarbejde med *Mera Möllan*, en ny offentlig institution i lokalområdet *Möllevången* i Malmö. Det er en nytænkende og spændende offentlig institution, der bygger på aktuelle teorier om *Kulturel byplanlægning*⁴. *Mera Möllan* er en treårig **proces**, der indbyder borgere til at samarbejde "på en ny måde" og gennem dialog opbygge netværk og nærdemokrati til gavn for *Möllan*, der er en af Malmös mere udsatte bydele.

*"För Malmö Stad innebär satsningen en möjlighet att stärka dialogen på flera olika plan och samtidigt ges möjlighet att pröva innovativa lösningar för att nå bättre resultat i arbetet med att bryta utanförskap för individer och stärka stadens organisation. [...] Detta långsiktiga arbete förväntas resultera i en renare, tryggare och hållbar stadsdel avseende såväl sociala, ekonomiska som ekologiska aspekter."*⁵

Mera Möllan har en leder og to coaches ansat til at arbejde med processen. De deler lokale med *Aktivitetssporten*, som er en offentlig myndighed, der udsluser folk i arbejdsmarkedet gennem jobtræning. *Aktivitetssporten* drives af en procesleder, to coaches og to vejledere. *Mera Möllan* og *Aktivitetssportens* fælles base bliver et 480 m² stort lokale på *Möllevången*. Seks ud af otte medarbejdere er nyansatte, og ikke alle har tiltrådt deres stillinger i eksamensprojektperioden. Der er ikke afsat midler til indretningen af de fælles lokaler.

1.2.2 Præmissen for eksamensprojektets udformning

I fokus for *Det vildt voksende kontor* er *Mera Möllans* og *Aktivitetssportens* lokaler. Den 17. marts 2009 holdt *Mera Möllan* og *Aktivitetssporten* deres første fælles møde om ruminddelingen af de nye lokaler på *Möllevången*. Ombygningen har trukket ud, og lokalerne er klar til indflytning den 30. juni 2009, hvilket falder sammen med afslutningen af eksamensprojektperioden. Designkonceptet er derfor udarbejdet forud for indvielsen af lokalerne. Den 25. juni 2009 afsluttes eksamensprojektet med en

⁴ Oversættelse af det engelske begreb: Cultural planning

⁵ Malmö stad [2009] *Mera möllan 2009-2012*

fælles workshop, hvor samtlige medarbejdere mødes for første gang og indleder diskussionen om de grundlæggende forsætninger for, at de kan bo sammen.

1.3 Problemstilling

Mera Möllan og *Aktivitetssporten* henvender sig til en bred vifte af borgere fra forskellige kulturer og samfundslag. Den største målgruppe går under betegnelsen "borgere langt fra arbejdsmarkedet". Dette er ofte følsomme mennesker med f.eks. socialfobi, panikangst og med vidt forskellige etniske tilhørsforhold. At deltage i *Aktivitetssportens* aktiviteter kræver derfor en særlig indsats af disse borgere, som ofte er modvilligt indstillet. *Mera Möllans* coachsituation kræver ligeledes et miljø, hvor borgerne føler sig trygge og velkomne for at kunne åbne sig og tale om personlige problemer. Sigtet med *Det vildt voksende kontor* er at undersøge, hvordan der kan udvikles et socialt design til de fælles lokaler og dermed skabes et visuelt og sanseligt imødekomende miljø, der gavner imødekommenheden og forholdet mellem ansatte og borgere. På baggrund af dette er rapportens problemstilling følgende.

Hvordan kan socialt design gavne borgere og ansatte i offentlige institutionsmiljøer som *Mera Möllan* og *Aktivitetssporten*?

1.4 Metode

1.4.1 Teori i forhold til den kommunale virkelighed

Det vildt voksende kontors helhedstænkende sociale designkoncept er delvist baseret på *Mera Möllans* målsætning om at "samarbejde med borgerne på en ny måde" og at skabe "en renare, tryggare och hållbar stadsdel avseende såväl sociala, ekonomiska som ekologiska aspekter". Rapporten analyserer og diskuterer, hvad disse tre aspekter kan betyde for *Mera Möllan* i praksis. Projektets teoretiske udgangspunkt er primært *Cultural planning* (kulturel byplanlægning) og *Cultural literacy* (kulturel forståelse).

1.4.2 *Ready, fire, aim*

Indretningskonceptet er udviklet i dialog med fem af de otte kommende medarbejderne på *Mera Möllan* og *Aktivitetssporten*. I projektperioden er to konceptidéer blevet afprøvet i *Aktivitetssportens* nuværende lokaler ud fra et amerikansk ordsprog; *ready, fire, aim*.⁶ Med dette udtryk opmuntres man til at *afprøve* en idé frem for at *sigte* i al evighed og dermed aldrig få kundskab om, hvordan idéen fungerer i praksis. At afprøve de to miljøforandringer har gjort det muligt for medarbejderne at reagere og reflektere over effekten af miljøforandringen og bidrage til videreudvikling af idéerne til designkonceptet.

1.4.3 *Best practice*

For at afgrænse begrebet socialt design har projektet ladet sig inspirere af to *best practice* eksempler, som begge handler om at skabe socialt design i et offentligt regi. To meget forskellige inspirationspunkter mødes her: Det første er *MindLab*, som er et afsæt til at reflektere over, hvad kunst og design kan gøre for at skabe sociale og innovative miljøer. Den anden inspirationskilde er værestedet for psykisk syge *Muhabet*.⁷ *Muhabet*s metode bygger på sanselighed og er et mellemøstligt inspireret gæstebudsprincip, der har til formål at skabe til et trygt socialt miljødesign. *Det vil dt voksende kontor* henter inspiration fra begge eksempler for at danne sin egen definition af, hvad et socialt design også kan være.

1.5 *Læsevejledning*

Rapporten er opdelt i otte overordnede kapitler. I følgende kapitel to redegøres for projektets kulturelle kontekst og baggrund. I kapital tre gennemgås den teoretiske og kulturpolitiske kontekst for projektet. I kapitel fire præsenteres fire centrale aspekter af Cultural planning, som påvirker det sociale design. I kapitel fem uddybes vigtigheden af kulturel forståelse som et femte grundlæggende aspekt for projektet. I kapitel seks beskrives to best practice-eksempler på socialt design. I kapitel syv fremhæves en række konkrete hensyn og behov, som medarbejderne har lagt ekstra vægt på i

⁶ Populært udtryk der stammer fra militæret, men anvendes som en virksomhedsstrategi

⁷ *Muhabet* betyder 'kærligt samvær'

forhold til funktionen af de nye lokaler. I kapitel otte diskuteres og analyseres afprøvningen af to idéer fra det sociale konceptdesign. I kapitel ni sammenfattes og konkluderes projektets resultat i forhold til problemstillingen. I kapitel ti finder man referencerne på illustrationer, litteratur og hjemmesider. Kapitel elve består af bilagene, der indeholder uddybende illustrationer.

2 Mera Möllan i en kulturel kontekst

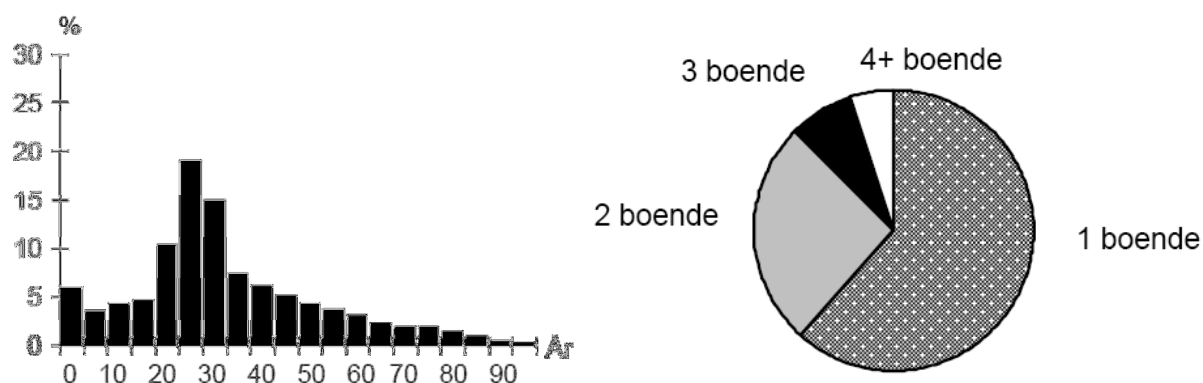


Illu. 3: Skulptur på Möllevångstorvet, der symboliserer arbejderne der løfter industrien. Foto: Maj 2009

2.1 Interkulturelle Malmö

Malmö er kendt for sin høje interkulturelle befolkningssammensætning. For en person, som ankommer til Malmö hovedbanegård for første gang, ser Malmö ud som hvilken som helst anden svensk by. Det er først, når man har fulgt hele gågaden og passeret *Triangelen*, at det interkulturelle Malmö begynder at kunne ses i bybilledet. Bare et par hundrede meter længere væk støder man på *Möllevången*, hvor Malmös sande kulturelle sammensætning og identitet træder i karakter. *Möllevången* kan sammenlignes med Malmös hjerte: Fyldt med kontrastfulde følelser som passion, smerte og glæde.

2.2 Möllan – Malmös hjerte



Illu. 4: To karakteristiske grafer for Möllevången, der illustrerer den unge aldersfordeling blandt beboerne og den store andel "singler", der bor i husstande med én beboer.

Möllan, som området kaldes i daglig tale, er et gammelt arbejderkvarter præget af stor kulturelt mangfoldighed og mange unge indbyggere. En tredjedel af de 10.000 beboere i bydelen er født i udlandet og kommer sammenlagt fra 145 lande.⁸ Det gør *Möllan* til det område, der har den bredeste repræsentation af de 171 nationaliteter, der bor i Malmö. De fem største udenlandskfødte grupper på *Möllan* er fra Irak, Jugoslavien, Bosnien-Hercegovina, Polen og Libanon.⁹ I 2006 var omkring halvdelen af befolkningen på *Möllan* mellem 19-39 år.¹⁰ (se illustration 4) Der er mange små lejligheder og et rigt udbud af service, underholdning og kultur, som er attraktivt for unge mennesker. *Möllans* identitet er stærkt forbundet med mangfoldighed og den daglige torvehandel på *Möllevångstorget*, som er områdets centrum. Her er Malmös indvandrerbutikker stærkt repræsenteret, og her findes mange restauranter med mad fra Mellemøsten og Asien. På *Möllan* findes Malmös interkulturelle mangfoldighed, som tiltrækker en kritisk masse af både konsumenter og producenter. Dette gør *Möllan* til samlingspunktet for byens græsrodder, spontankultur og venstreorienteret ungdomskultur. Andre ser *Möllan* som Malmös rotterede, forbundet med narkotikamisbrug og vold. Det er også på *Möllan*, at byens tiggere og hjemløse holder til. Mange forbinder området med utryghed.¹¹ Ifølge politiets tryghedsmåling er *Möllan* et af de mest utrygge områder i hele Sverige.¹² Men kreative steder er ikke

⁸ Malmö stad [2007] 14. *Malmöbor födda i utlandet, per stadsdel. 1 januari 2007*

⁹ Malmö stad [2008] 038.möllevången.pdf

¹⁰ Malmö stad [2006] *Utvecklingsplan för Möllevångens stadsmiljö*

¹¹ www.tryggamollevangen.se, den 25. marts 2009

¹² Malmö stad [2008] *Åtgärdsprogram Hej Södra Innerstaden*

nødvendigvis komfortable steder.¹³ Her bliver grænserne afprøvet, og der er konstant sammenstød mellem forskellige interesser. I et arbejdsdokument fra 1994 beskriver teoretikerne Charles Landry og Franco Bianchini, hvordan denne type polarisering, som findes på *Möllan*, kan true et områdets stabilitet og identitet.

*“The inner city is characterized by social, economic and racial polarization. The cityscape bears the scars of low-income social groups, unemployment, poverty and social deprivation, with occasional pockets of high-earners and gentrification. Such contrasts can result in tensions, conflicts and crime”.*¹⁴

Samtidigt peger Landry og Bianchini på områdets tydelige kreative potentiale:

*“On the other hand, it is not difficult to glimpse the creative potential of these areas, with strong character; attractive historic buildings and streets; cosmopolitan and multicultural mix; often interesting shops (which have either disappeared elsewhere or could not be set up anew in the city centre); the availability of redundant buildings and land for innovative projects, which can be financed through urban regeneration initiatives; the presence of universities and other educational establishments, and the large number of students as both consumers and producers of culture and social activities.”*¹⁵

Landry og Bianchini's ræsonnement peger på, at netop de kosmopolitiske værdier kan blive *Möllans* centrale styrke. Det giver sig udtryk i restauranterne, natklubberne, markedspladsen, de lokale butikker og lokalproducenterne. Indvandrer kulturer bidrager til energi, entreprenørskab og nye idéer. Indvandrerne kommer med et udfordrende og anderledes kulturelt perspektiv, som kan bidrage til en genovervejelse af, hvordan byen fungerer, og hvad den har at tilbyde.

*“If you add to this the accessibility of the central centre facilities of all kinds, these areas can clearly be seen as potential creative hubs for the reinvention of the city as whole.”*¹⁶

¹³ Landry, Charles:[xxxx]

¹⁴ Landry, Charles:[1994] s 8-9

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Ibid.

Afslutningsvist anbefaler Landry og Bianchini, at man indtænker tilgængelighed af alle former for *central centre facilities*. Dette skal modvirke, at et område som *Möllan* bliver en isoleret ghetto, som diskrimineres af majoriteten af befolkningen i andre bydele. Hermed introduceres *Mera Möllan*, som et eksempel på en sådan tilgængelig facilitet.



Illu. 5 : Facaden på Mera Möllan og Aktivitetsportens nye lokaler

2.3 Mera Möllan 2009 - 2012

Mera Möllan er støttet af EU's *Europæiske Socialfond* og drives af *Södra Innerstaden Stadsdelsförvaltning*. *Mera Möllan* ledes af en procesleder.¹⁷ Denne skal etablere en styregruppe og seks netværksgrupper med lokalforankring i Möllevångsområdet. Målet er at bryde social eksklusion og understøtte borgernes mulighed for at påvirke byudviklingen.

Der findes ingen penge i projektet til at realisere borgernes ønsker. Derimod er *Mera Möllan* et forum og et fysisk rum, hvor foreninger kan mødes og netværk kan skabes og udvikles i et lokalforankret nærdemokrati. Ud over proceslederen er der to coaches ansat i *Mera Möllan*. Coachene skal arbejde med vejledning af borgerne på et individuelt plan. Tilbuddet er gratis og frivilligt og retter sig mod folk langt fra arbejdsmarkedet. *Mera Möllan* startede i februar 2009 og befinder sig dermed i opstartsfasen. Man ser nu frem imod at kunne flytte ind i lokalerne på *Möllan* i midten af juni 2009. Stedet rummer mødelokaler og kontorpladser til medarbejderne, men derudover har man ikke gjort sig nogle særlige tanker om indretning af rummet.

¹⁷ Finansieres af: Europæiske socialfonden med 3,2 mill. sek og Malmö stad 9,2 mill. sek



Illu. 6: Første planlægningsmøde vedrørende renovering og ruminddeling af de nye lokaler den 13. marts 2009. (Se bilag 11.4 *Planløsning og rumfordeling*)

2.4 Aktivitetsporten

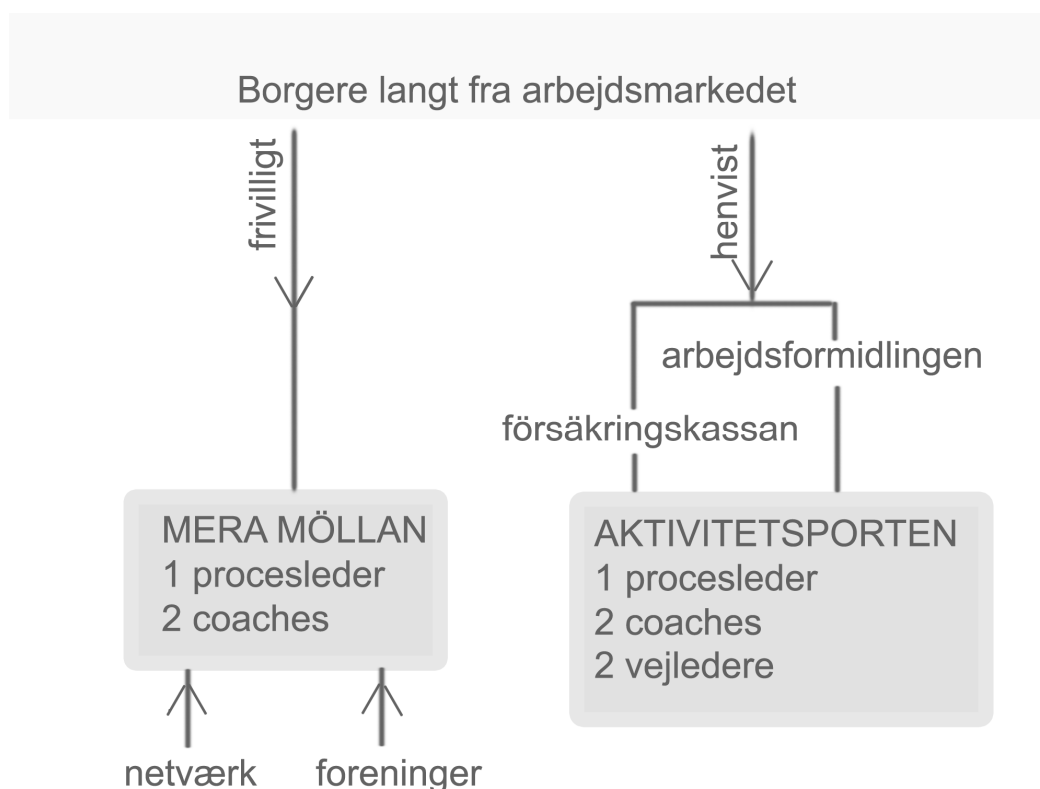


Illu. 7: Vindueskarm i Aktivitetsportens nuværende lokaler

Mera Möllan skal af økonomiske årsager dele lokale med *Aktivitetsporten*, som er en institution, der har eksisteret i 15 år.¹⁸ Procesleder for *Mera Möllan*, Rose-Marie Mazzoni, håber, at dette kan tilføje ekstra liv til lokalerne og skabe en synergieffekt for både borgere og ansatte. Socialrådgiver, Marlene Frannung, forklarer, at *Aktivitetsporten* er en myndighed, der modtager borgere, der er *henvist* til dem gennem

¹⁸ Interview med vejleder Ylva Halmarson på *Aktivitetsporten*

Arbejdsformidlingen og Försäkringskassan ¹⁹. Til forskel fra *Mera Möllan* deltager borgerne altså ikke *frivilligt* i denne aktivitet. *Aktivitetssporten* beskriver sig selv som en kom-i-gang-virksomhed, som er et første skridt til at komme i gang igen og videre i jobtræning eller uddannelse. Det kan være alt fra den veluddannede, der er sygemeldt på grund af stress, til den dårligt integrerede indvandrere, der aldrig har været inde på det svenske arbejdsmarked. En forudsætning for at kunne deltage i *Aktivitetssportens* aktiviteter er, at man kan svensk. Her kommer folk i alle aldersgrupper med vidt forskellige psykiske og fysiske problemer f.eks. socialfobi, panikangst, fysiske handicap og lydfølsomhed. Det kan også være personer med forskellige former for kroniske smerter som f.eks. piskesmæld og rygproblemer. *Aktivitetssportens* virksomhed er bygget op omkring gruppemøder, og for mange deltagere er det et træningsmoment at møde op og indgå i en social sammenhæng. Til denne opgave er der ansat to coaches, to vejledere og en procesleder. (Se illustration 8)



Illu. 8.: Målgruppediagram for Mera Möllan og Aktivitetssporten ²⁰

¹⁹ Försäkringskassan modsvarer den danske Sygesikring

²⁰ Forfatterens illustration udarbejdet på baggrund af interviews med medarbejdere på Mera Möllan og Aktivitetssporten

3 Mera Möllan i en teoretisk kontekst

I dette afsnit uddybes *Mera Möllans* teoretiske kontekst. Først redegøres der for projektets kulturpolitiske kontekst og overgangen fra en mere sektorbaseret politik overmod Kulturel byplanlægning - også kaldet Cultural planning.

3.1 Kulturpolitik under udvikling

Sveriges nuværende nationale kulturpolitik bygger på retningslinier fra 1996.²¹

”Den nationella kulturpolitiken ska, med utgångspunkt i demokrati och yttrandefrihet, bidra till samhällets utveckling genom att främja öppna gemenskaper och arenor som är tillgängliga för var och en. Den ska möjliggöra kommunikation mellan olika individer och grupper, skapa förutsättningar för kulturupplevelser och bildning samt verka för att alla ges möjlighet att fritt utveckla sina skapande förmågor.”

Det er en stor vision, at kulturpolitikken skal bidrage til samfundsudviklingen og fremme åbne fællesskaber og arenaer, der er tilgængelige for alle. Det kulturpolitiske område omfatter:

”[...] teater, dans och musik; bibliotek, litteratur, läsande och språket; bildkonst; arkitektur, form och design; film; konstnärernas villkor; arkiv; kulturmiljö; museer och utställningar; trossamfund; forskning inom kulturområdet samt konstområdesövergripande verksamhet.”²²

En anden fremtrædende stemme i debatten er den engelske teoretiker i kulturel byudvikling, Graeme Evans, som spørger, om der findes en egentlig *kulturpolitik* eller bare en *kunstopolitik*?²³ Evans kritik af denne sektorbaserede kulturopfattelse er, at det ikke lykkes at integrere kultur i de bredere og mere priorerede områder af politik og planlægning, gennem kun at bygge kulturpolitikken på kunstområderne og kulturinstitutionerne²⁴. Her tænker han på områder som uddannelse, sundhed, boligforhold, arbejde, miljø, transport, kommunikation og lignende sociale aspekter af udviklingen.

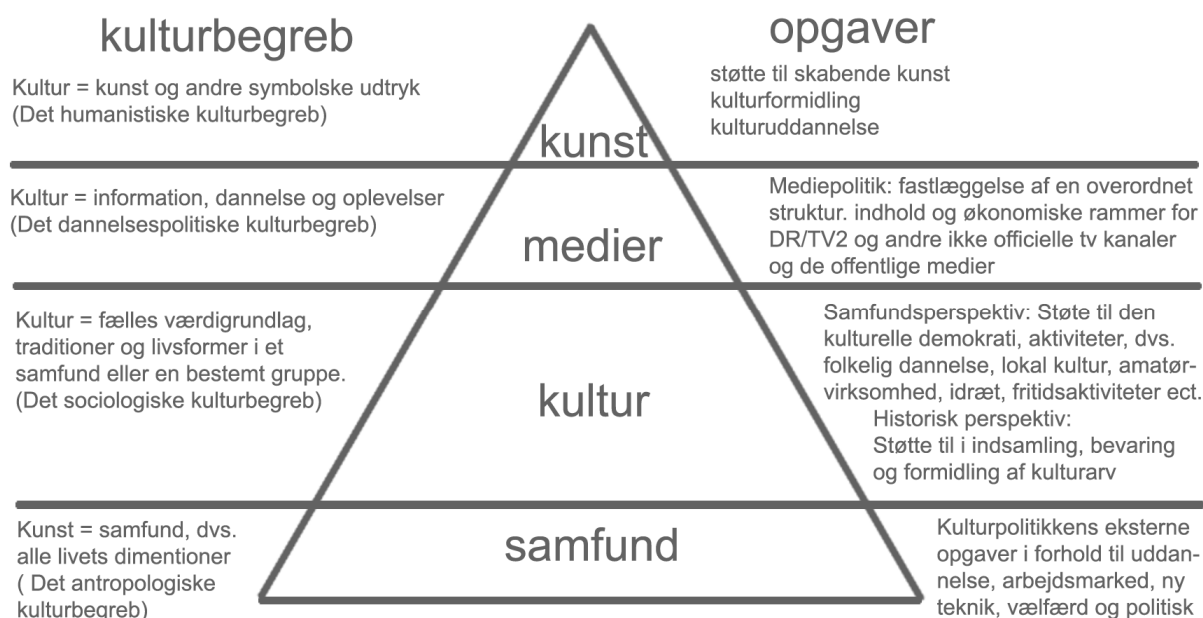
²¹ www.regeringen.se/sb/d/1897/a/49674. Den 20. marts 2009

²² Ibid.

²³ Evans, Graeme [2001]; Nilsson, Sven [2003] s 454

²⁴ Ibid.

Der findes ikke nogen egentlig illustration af den svenske kulturmodel. I bogen *Kulturens nya vägar* anvender Sven Nilsson sig af en model, der tilnærmelsesvist udtrykker en fælles nordisk kulturpolitisk model²⁵. Modellen er udarbejdet af kultursociolog Peter Duelund²⁶. I modellens *samfundslag* finder man elementer af de aspekter, som Evans efterlyser. (Se illustration 9)



Illu. 9: Kilde: Duelund, Peter [1995] *Den danske kulturmodel. En idépolitisk redegørelse*, Klim

Evans kritik er en central pointe, som man fornemmer i den nuværende svenske kulturpolitiske debat. Keith Wijkander er hovedsekretær i en statslig kulturudredning af *"kulturpolitikens områder og arbejdsformer"*, som startede i 2007. Målet er at udvikle en ny national kulturpolitik, og han efterlyser en diskussion om, hvordan man ser på kulturbegrebet:

*"– Är kulturen den varp på vilken vi väver våra samhällen och identiteter, därmed synen på oss själva eller är kulturen något som kommer sist som "grädde på moset?"*²⁷

I *Malmö Stad* reflekteres der også over udviklingen af kulturbegrebet og måden at arbejde med kultur. I 2008 nedsatte kommunen et *Laboratorium for spontankultur*,

²⁵ Nilsson, Sven [2003] s 355

²⁶ Duelund, Peter [1995]

²⁷ Keith Wijkander, oversekretær i den statslige kulturudredning: *Kulturpolitikens inriktning och arbetsformer*

som udarbejdede en omfattende rapport om spontankulturens betydning for en fremtidig kulturpolitik.²⁸

Rapporten indleder med at postulere, at den nuværende kulturpolitik er mangelfuld, fordi den ikke indbefatter spontankulturen i det kulturpolitiske område. Men rapportens konklusion graver langt dybere ned i en grundlæggende kritik af den sektorbaserede kulturpolitik:

*"[...] man kann inte enbart betrakta spontankultur utifrån kulturella perspektiv. Detta kräver att man sätter spontankultur i ett större sammanhang och ser bortom kulturektorns och även Kulturförvaltningens horisont." ... Det handlar om att "lyfta fram den kollektiva intelligens som finns hos Malmö stads medborgare och integrera den i lösningar som bidrar till stadens hållbara utveckling". Det är synnerligen viktigt att Malmö stad vågar ställa upp ambitiösa visioner och strategier för detta i framtiden. Denna intelligens – som också benämns spontankultur är den kanske största resursen för stadens fortsatta utveckling.*²⁹

Det tyder på, at Sverige og Malmö er på vej til at udvide den traditionelle kultursektortænkning til fordel for en bredere forståelse af kultur som et instrument for samfundets sociale, økonomiske og bæredygtige udvikling.

3.2 Mera Möllan - et eksempel på Cultural planning

Mera Möllan beskrives som en ny måde for en bydel at arbejde sammen med borgerne. Tankerne bag dette udspil kan ses som en måde at arbejde med et "lydhørt design". Idéen er hentet fra en tidstypisk byudviklingsstrategi, som kaldes *Cultural planning*, der meget vel kan influere kulturpolitikken i en retning, som efterlyses i den førromtalte *Rapport for spontankultur*. Charles Landry definerer begrebet *Cultural planning* således:

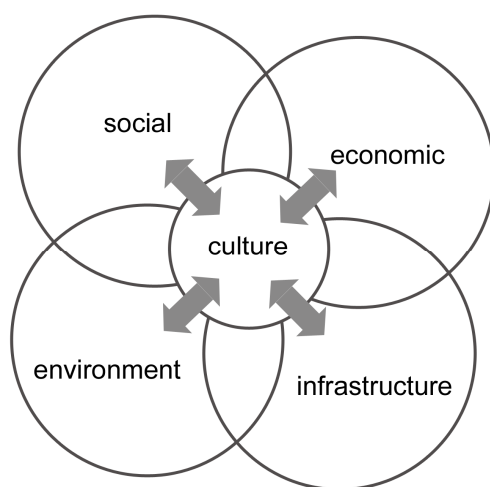
"Cultural planning is the process of identifying projects, devising plans and managing implementation strategies based on cultural resources. It is not intended as "the

²⁸ Malmö stad [2009] *Slutrapport for spontankultur*, s 2

²⁹ *Ibid.*: s 35

planning of culture” – an impossible, undesirable and dangerous undertaking – but rather a cultural approach to any type of public policy.”³⁰

Den Australske kulturstrateg Richard Becknok tilføjer, at konceptet *Cultural planning* bygger på, at kultur er omdrejningspunktet for al urban udvikling.³¹ (se illustration 10) Vores kultur gennemsyrrer alt, hvad vi foretager os, og er det, der giver vores liv mening. Derfor argumenterer han for, at kultur skal være selveste kernen i al urban tænkning.



Illu. 10: Kulturen som omdrejningspunkt for al urban udvikling. Kilde: Breknock, Richard [2006]

Becknok har erfaret, at man i administrativ tænkning har en tendens til at tro, at de tekniske og praktiske anskaffelser kommer i første række. Først derefter bliver de kulturelle og sociale dimensioner lagt til.³² Værestedet *Muhabet*, som beskrives senere i rapporten, er et eksempel på en institution, der er opstået ud fra et kulturelt og socialt behov, hvorefter det tekniske og praktiske har løst sig hen ad vejen. Ophavsmændene opdagede, at indvandre ikke benyttede de eksisterende væresteder for psykisk syge. Derfor oprettede de et eget værested baseret på målgruppens kulturelle og social behov. Deres fremgangsmåde har været så vellykket, at man i Danmark taler om *Muhabet-modellen* som forbillede for socialpsykiatriske instutioner og socialøkonomiske virksomheder.³³ Et andet

³⁰ Becknock, Richard [2006] s 81. Citat af Charles Landry [2001]

³¹ Becknock, Richard [2006] s 81

³² Ibid.: s 82

³³ www.muhabet.dk, den 17. juni 2009

tidstypisk eksempel på, hvordan man forsøger at udvikler den administrative tænkning i Danmark, er *MindLab* (som ligeledes beskrives senere i rapporten). *MindLab* er et idélaboratorium, som arbejder mod at udvikle det offentlige gennem *borgercentreret innovationsforløb*, hvilket de definerer på følgende måde i en ny bog:

*Borgercentreret innovation er den systematiske inddragelse af viden om borgernes behov og adfærd med henblik på at udvikle nye værdiskabende offentlige løsninger*³⁴.

Mera Möllan er også en proces, der ønsker at inddrage den sociale dimension fra starten som en af tre dimensioner, der skal udvikle lokalområdet: Den sociale dimension, den økonomiske dimension og bæredygtighed. Ifølge Becknok kan de tekniske og praktiske spørgsmål kun blive løst, hvis den kulturelle kontekst er forstået. Et velment eksempel på et teknisk problem er følgende: En kommune satte grillpladser op i den lokale park, men til byplanlæggernes forundring blev borgerne ved med at anvende deres medbragte engangsgrillere. Det viste sig, at den kulturelle årsag var, at muslimerne ikke ville anvende en offentlig grill, der tidligere havde været anvendt til svinekød. Hvis den kulturelle kontekst var forstået fra starten, kunne man have sparet det tekniske indgreb.

*"After all why do we develop our cities if it is not for the common good of the population? Therefore the culture, the values and aspirations of the people are critical and intrinsically interlinked to the form and outcomes of any urban development."*³⁵

Måske derfor er *Mera Möllan* netop ikke et projekt, men en proces. Ud af processen kan *Mera Möllan* identificere satsningsområder og således udvikle en politik, der bidrager til at udvikle området. Alt sammen i samspil og dialog med borgerne. Lokalförankringen er en af de vigtigste retningslinjer for *Mera Möllans* arbejde.³⁶ Udgangspunktet i *Cultural planning* er at identificere en kommunes eller en bydels kulturelle resurser og siden hen undersøge, hvordan de kan anvendes for at udvikle området og styrke dets identitet.³⁷

³⁴ Bason, Christian. Knudsen, Sune. Toft, Sørensen [2009]

³⁵ Breknock, Richard [2006] s 82

³⁶ Udtale af procesleder Rose-Marie Mazzoni v. *Mera Möllan*

³⁷ Matti, Gunnar [2007]

Cultural planning-strategier kan implementeres i alt fra kulturadministration til ledelse, politik, økonomi til urbansociologi, fysisk planlægning, byhistorie og andre områder, der har betydning for, hvordan byer og samfund udvikles. For Bianchini indebærer *Cultural planning*, at man tænker *territorielt* i stedet for *sektorielt*. Metoden går ud på at identificere og kortlægge et områdes resurser og bygge udviklingen på disse allerede tilstedeværende kvaliteter. Som man ser det i *Mera Möllan*, bliver *Cultural planning* ofte brugt for at modvirke social eksklusion. Gennem coaching identificerer og omsætter man borgernes resurser. *Mera Möllans* arbejde med netværksgrupper er også et bidrag til at "væve" lokalsamfundet sammen og støtte borgernes aktive deltagelse i udviklingen af lokalsamfundet.

Kultursociolog Dorthe Skot Hansen sammenfatter forskellene mellem kulturpolitisk planlægning og *Cultural planning* i nedenstående illustration 11:

Kulturpolitisk planlægning	Cultural planning
sektorbaseret snæver kulturdefinition kunst/kulturarv udvikling af kunst/kulturlivet homogenitet traditionelle kulturproducenter planlægning af kultur europæisk tradition	geografisk defineret bred kulturdefinition kulturelle ressourcer revitalisering diversitet nye, ikke hierarkiske bevægelser planlægning med kultur amerikansk/australsk/engelsk

Illu. 11: Dorthe Skot Hansens udlægning af en model af Lia Ghilhardi ³⁸. Modellen viser forskellen mellem *Kulturpolitisk planlægning* og *Cultural planning*

3.3 Kritik af *Cultural planning*

Bianchini ved, at *Cultural planning* er en idé, der er svær at kommunikere. Den er subtil og kompliceret, og man behøver eksempler på, hvordan den realiseres i praksis. ³⁹ Hans erfaring er, at det ofte er entusiastiske personer, der har haft held med at føre en sådan politik. Efter disse personer har forladt posten, overgår man normalt til en mere traditionel form for kulturplanlægning.

³⁸ Skot-Hansen, Dorthe [2007] s 74. Ghilhardi, Lia [2003] *Cultural planning and Cultural diversity*

³⁹ Skot-Hansen, Dorthe [2008] s 77

En anden svaghed ved *Cultural planning* er, at dens kulturforståelse er så bred og forventes at kunne løse alverdens problemer inden for byplanlægningen. Skot-Hansen advarer også om konsekvenserne af *Cultural planning* i en rendyrket form.

”Cultural planning kan i en rendyrket form blive kulturpolitikens død, for hvordan forenes planlægning ud fra storbyernes behov for revitalisering med udvikling af kunst- og kulturliv baseret på kvalitative krav?”

Skot-Hansens konklusion er, at man må kombinere kulturpolitik og *Cultural planning*, så man både planlægger *for* kultur og *med* kultur.⁴⁰ Ud fra denne kritik antages det, at *Cultural planning* er en fordelagtig strategi for *Mera Möllan*, som netop arbejder med Malmös og *Möllans* revitaliseringsproces.

⁴⁰ Skot-Hansen, Dorte [2008] s 77

4 Fire aspekter af Cultural planning

I dette afsnit uddybes fire centrale aspekter af den revitaliseringsproces, som *Mera Möllan* bliver motor for: *kulturelle resurser, social og økonomisk bæredygtighed, diversitetstænkning og kreativ tænkning.*

4.1 Kulturelle resurser

Cultural planning handler om at lokalisere og få mest muligt ud af de tilstedeværende kulturelle resurser i et geografisk defineret område. Kulturelle resurser er altså det bærende råmateriale for at udarbejde en udviklingsstrategi for et område. Den engelske kulturkonsulent Lia Ghilardi's definition af kulturelle resurser er bred og omfattende:

*"A cultural resource is anything that contributes to the culture of a particular place or people. It may be something tangible - a heritage building, or it may be intangible - a 'feeling of place'".*⁴¹

Denne forståelse af resurser åbner ens øje for uanede muligheder. På Ghilardi's liste findes: **"Historical, artistic, archaeological and anthropological heritage** (folk traditions) **local festivals** and rituals, local dialects; the diversity and quality of **leisure**; cultural, drinking eating and **entertainment** facilities; the cultures of **youth, ethnic minorities** and communities of interest; and the repertoire of **local products and skills** in the crafts, manufacturing and service sectors. The **attractiveness and accessibility of streets, public spaces and the built form** are also important resources for a place."

Landry og Bianchini har en lignende definition af kulturelle resurser:

*"[...] skills and creativity of local people, the concrete manifestations of people's work (buildings, manufactured products, artefacts) and more tangible, yet significant qualities such as social milieu, people's memory and the reputation of the place."*⁴²

⁴¹ Ghilardi, Lia [2003] *Cultural strategies: A UK approach to cultural development*

⁴² Bianchini, Franco. Landry, Charles [1994]

Både Ghilardi, Landry og Bianchini ser folks udefrakommende opfattelse af et sted som en resurse, ligesåvel som den interne oplevelse af et sted er en resurse. At et steds rygte og omdømme ses som en resurse, er vigtigt i *Mera Möllan's* sammenhæng. Afsættet for *Mera Möllan* er, at området bliver opfattet som et af de mest utrygge områder i Sverige. Dette er både den interne oplevelse og den eksterne opfattelse af stedet. *Malmö stad* har indset, at der her findes et problem, der potentielt kan forvandles til en resurse og en kosmopolitisk kvalitet, hvis det lykkes at vende det utrygge billede af området.

4.2 Social og økonomisk bæredygtighed

Mera Möllan tænker i termer af bæredygtighed på tre planer; økologisk, økonomisk og socialt.⁴³ Oprindeligt er bæredygtighedsbegrebet forbundet med det økologiske perspektiv, hvor man ser til, at naturens resurser ikke bliver misbrugt.

I dette afsnit fokuseres der udelukkende på *Mera Möllans* sociale og økonomiske bæredygtighed ud fra en byudviklingskontekst. Når en udvikling er bæredygtig, betyder det, at den ikke indebærer et uopretteligt forbrug af resurser, og at den ikke hindrer fremtidige generationer i at skaffe sig de samme goder, som man har nu.⁴⁴ *Mera Möllans* mål er derfor at tilgodese både nuværende og fremtidige borgere.⁴⁵ Bæredygtighed i *Mera Möllans* kontekst handler om at skabe et attraktivt lokalmiljø.

*“Planning is a key element in the development of sustainable communities: these are places where people want to live and work, now and in the future.”*⁴⁶

Möllevången bliver fremhævet som sit eget forbillede.⁴⁷ *Mera Möllan* er derfor en proces, der skal sikre, at *Möllevången* bibeholder sin nuværende identitet og sine kvaliteter. Eftersom byer forstås som levende økosystemer, kan man ikke overlade udviklingen til tilfældighederne.⁴⁸

⁴³ Malmö stad [2009] *Infohäfe Mera Möllan*

⁴⁴ www.wikipedia.org. Den 1. april 2009

⁴⁵ Malmö stad [2009] *Infohäfe Mera Möllan*

⁴⁶ Wood, Phil [2006] Citat: Professor Peter Roberts Chair of the Academy of Sustainable Communities (ASC)

⁴⁷ Malmö stad [2006] *Utvecklingsplan för Möllevångens stadsmiljö*

⁴⁸ Citat: Jane Jacobs [1965] *‘The city is as an ecosystem composed of physical-economic-ethical processes interacting with each other in a natural flow’*

“Sustainable communities meet the diverse needs of existing and future residents, contribute to a high quality of life and provide opportunity and choice. They achieve in this ways that make effective use of natural resources, enhance environment, promote social cohesion and inclusion, and strengthen economic prosperity.”⁴⁹

Det ovenstående citat beskriver hele kernen i *Mera Möllans* arbejde og de mål, som *Mera Möllan* skal arbejde frem imod. Det er ikke nogen let kurs at holde, og det kræver et ganske stort overblik for proceslederen og medarbejderne. Sir John Egan, professor ved *Academy of Sustainable Communities*, har udarbejdet en liste på 13 egenskaber, som professionelle samfundsarbejdere skal have for at løfte denne slags opgaver. Dette baseres alt mere på medarbejdernes sociale egenskaber:

“Professions must now attend to the needs, desires, dreams and prejudices of real people while continuing to operate within the rational, measurable environment in which they developed, lest they waste valuable time and resources on creating environments which are ultimately rejected. Listening to and actively engaging communities have moved from fringe to the centre.”⁵⁰

Beckrod og Egan bekræfter hinanden i deres pointe om, at involvering af borgerne i udviklingen af byen giver den bedst mulige lokalförankring. Dette betyder bedre udnyttelse af resurser og bæredygtighed. Man behøver bare at tænke på den tidligere nævnte kommunale grillplads.

4.3 Diversitetstænkning

Historisk set er Englands interkulturelle samfund flere generationer ældre end Sveriges og er langt mere udviklet og indviklet. England er måske netop derfor et forgangland, hvad angår *Cultural planning*. England har på et tidligt tidspunkt haft behovet for at udvide det kulturelle begreb og forholde sig til diversitet. At involvere borgere i udviklingen af lokalsamfundet er altså ikke nogen ny tanke i England.⁵¹ Til

⁴⁹ Wood, Phil [2006] *Citat: Sir John Egan [2003] The Egan Review: Skills for Sustainable Communities*

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ The Skeffington report [1969] *People and Planning*

trods for det beskriver den engelske kulturplanlægger Phil Wood synet på diversitet som meget broget. Lokale myndigheder ser i bedste fald på diversitet som en "sag der skal håndteres", til at det i værste fald er et "problem der skal løses". Diversitet ses altså som endnu en ting, der gør livet besværligt og trættende. Men sådan er indstillingen til diversitet ikke alle steder i verden. Wood forsøger at vende denne problematiserende indstilling og inspireres af USA, hvor den amerikanske statistiker Richard Florida er fortaler for et positivt syn på diversitet i bogen *The rise of the creative class*. Florida beskriver, hvordan man i USA og Canada har en helt anden indstilling til diversitet. Florida argumenter hovedsageligt for, at diversitet er et instrument for virksomheders konkurrencedygtighed⁵². Denne økonomiske diversitetstænkning er dog ikke den, der alene bærer *Mera Möllan*'s arbejde. Her passer Landrys mere overordnede diversitetssyn bedre ind. Diversitet betyder for Landry flere idéer, flere muligheder og ultimativt bedre livskvalitet for alle.⁵³ Som illustration på denne påstand fremhæver Landry markedspladsen. Det marked, der har den største diversitet, hvad angår produkter og forhandlere, er altid er det mest vellykkede.⁵⁴ *Möllevångstorvet* lever op til denne påstand og er netop kendt for sin interkulturelle profil, som er en af *Malmö*'s officielle turistattraktioner. En af *Mera Möllan*'s vigtigste arbejdsopgaver er at balancere det trygge og det kreative *Möllan* for at understøtte diversiteten, der tiltrækker en kritisk masse af forhandlere, producenter og konsumenter. For *Malmö*'s identitet er diversitet en grundlæggende forudsætning og drivkraft for deres slogan: *mångfald, möten och möjligheter*⁵⁵



Illu. 12: Stemningsbillede fra den daglige torvehandel på Möllevångstorvet. Maj 2009

⁵² Wood, Phil [2006] s 10

⁵³ Ibid.

⁵⁴ Landry, Charles; Wood, Phil [2008] s 259

⁵⁵ www.malmo.se. Den 1. april 09

4.4 Kreativ tænkning

Mera Mölla har ingen direkte produktive krav at efterleve. Dette er en fordel for, at en kreativ arbejdsmetode skal kunne finde sted. De trendsættende teorier i byplanlægning opfordrer til en stadig større kreativ tænkning blandt de urbane ledere og beslutningstagere. Kreativ tænkning skal fremme innovation og udvikling. Landry beskriver kreativ tænkning som individets evne til *at eksperimentere, originalitet, evnen til at omskrive regler, at være ukontroversiel, at se problemer fra nye vinkler og perspektiver, at visualisere og forestille sig fremtidsscenerier og se løsninger på problemer*⁵⁶. Til sidst fremhæves evnen til *at se almindelige problemstillinger, som kan opstå omkring diversitet. Mera Möllan* konceptet kan i sig selv ses som et resultat af *Malmös* lederes kreative tænkning. Ikke mindst på det sidste punkt som handler om at løse problemer med diversitet. Det manifesterer sig i procesledernes arbejde med at skabe dialog og sammenhængskraft i området ved at arbejde med netværksgrupper. Man kan forestille sig, at forskellige interessegrupper og foreninger mødes i *Mera Möllans* regi, hvor proceslederen kan føre en åben kritisk dialog mellem potentielle stridende parter. Arbejdsmetoden skal forebygge og løse problemer med utryghed og polarisering. Coachene må tænke kreativt og holistisk for at se menneskers individuelle resurser og hjælpe borgerne i arbejde eller til personlig udvikling. Kreativ tænkning indebærer en åben indstilling til det at fejle for at kunne lære af processen. Landry skelner her mellem *kompetente og inkompetente* måder at fejle på:⁵⁷

"In the first when someone tries hard to succeed but fails there is substantial learning going on which creates the foundations for possible success in the future."

Dette er et støttende argument, der kan opmuntre til en eksperimenterende arbejdsmetode for de involverede parter i *Mera Möllan*. Offentlige institutioner har traditionelt set ikke samme muligheder for at eksperimentere som private virksomheder⁵⁸. Anledningen til dette er, at der hersker en *nulfejls-kultur* i det offentlige, både hvad angår processen og produktet.

⁵⁶ Bianchini, Franco; Landry Charles [1994] s 17

⁵⁷ Landry, Charles [xxxx]

⁵⁸ Bason, Christian; Knudsen, Sune; Toft, Sune [2009] s 45

"En nulfejls-kultur er velbegrundet. Det offentlige arbejder jo i mange tilfælde med emner, der er vigtige for folks liv. Hvem kunne tænke sig, at det sidste lægen siger, inden narkosen lægges er: "jeg tror, jeg prøver noget nyt i dag, jeg ved ikke, om det virker men..."⁵⁹

I den nyudgivede bog, *Sæt borgeren i spil*, skrevet af bl.a. innovationschefen fra *MindLab*⁶⁰, forklarer man årsagen til denne kultur og giver et eksempel på et offentligt eksperiment, der legitimerer *Mera Möllan* og *Aktivitetssportens* virksomhed:

"Det offentlige skal altid have den enkeltes retssikkerhed for øje, herunder at folk behandles lige for loven. Princippet om retssikkerhed medfører blandt andet, at man ikke gennem eksperimenter eller lignende må stille nogen ringere end det, de er sikret til i loven. Men der er ikke nødvendigvis noget til hinder for at efterprøve effekten af visse fordele. Det har Arbejdsmarkedsstyrelsen eksempelvis gjort med projektet 'Hurtigere i gang', hvor en gruppe tilfældigt udvalgte ledige fik en hurtigere og mere effektiv sagsbehandling end andre. Eksperimentet viste sig at virke: De, der blev mødt med den ekstra indsats, kom også hurtigere i job."⁶¹

⁵⁹ Bason, Christian; Knudsen, Sune; Toft, Sune [2009] s 45

⁶⁰ MindLab er et ministeriel laboratorium for innovativ udvikling af offentlige og private virksomheder

⁶¹ Bason, Christian; Knudsen, Sune; Toft, Sune [2009] s 45

5 Cultural literacy

Cultural literacy er et begreb, der får sit eget kapitel pga. dets centrale rolle for *Mera Möllan* som metode for udviklingen af designkonceptet: *Det vildt voksende kontor*.

*“People behave in the way they behave because of the culture they have assimilated. It may be an ethnic culture though it could equally be an organizational or professional culture that influences their reading of and responses to the world. Without an understanding of this, urban place-makers are lost.”*⁶²

Denne forståelse, som Charles Landry skriver om, kaldes for *Cultural literacy*. Den direkte oversættelse af dette begreb er *Kulturelle færdigheder*. Byplanlæggere og alle offentlige ansatte må have visse kulturelle færdigheder for at lykkes med deres arbejde. *Cultural literacy* er en af *Muhabets* spidskompetencer. *MindLab* har ligeledes en klar kulturel indfaldsvinkel i deres arbejde med at udvikle det offentlige. De er fortalere for, at man benytter sig af antropologiske metoder for at se verden, som borgeren ser den.⁶³ I dette kapitel fremlægges en metode til at sikre et højt niveau af bevidsthed omkring *Cultural literacy* i forhold til *Mera Möllan*.

5.1 Hvad er kultur

For at kunne opnå kulturelle færdigheder må kulturbegrebet indkredses. *Det vildt voksende kontor* bygger på et antropologisk kultursyn, som har inspireret både Landry og Beckrod. Deres tilbagevendende kilde er den canadiske antropolog Edward T. Hall. Han argumenterer for, at mennesker ikke bare **har** en kultur men **er** kultur.

*“Probably the most difficult point to make and make clearly is that not only is culture imposed upon man but it **is** man in a greatly expanded sense. Culture is the link between human beings and the means they have of interacting with others.”*⁶⁴

⁶² Landry, Charles; Wood, Phil [2008] s 245

⁶³ Bason, Christian; Knudsen, Sune; Toft, Sune [2009] s73

⁶⁴ Hall, Edward T [1973,1990] s 183

Helt grundlæggende er kultur altså det, der gør mennesker i stand til at interagere med hinanden. Men hvad udgør et menneskes kultur? Ifølge antropologen John U. Ogbu er et menneskes kultur sammensat af fem forskellige komponenter, som bestemmer deres måde at leve på:⁶⁵

Vaner: Livsførelse, måder at udtrykke hengivenhed på, ægteskab, børneopdragelse, reaktion ved sygdom og død, forhold til overtro.

Forudindtagede antagelser: Forventninger og følelser der ligger til baggrund for deres vaner.

Artefakter: Ting som har en betydning for befolkningen.

Institutioner: Økonomiske, politiske, religiøse, sociale institutioner.

Social struktur: Måden man relaterer til andre.

En persons kultur er en kompleks og unik sammensætning af disse faktorer. Selv om *Mera Möllen* havde haft en mere specifik målgruppe, kunne man ikke danne sig et billede af dennes kultur. Man kan ikke kategorisere mennesker ud fra etnicitet eller religion. En politisk flygtning fra et muslimsk land kan meget vel være flygtet til Sverige, fordi hun ikke er muslim. Landry konkluderer, at det er umuligt for den, der skal arbejde med urban udvikling i en interkulturel by, at erhverve sig en dybdegående viden om alle målgrupper i byen⁶⁶. I stedet opfordrer Landry til, at man har en løbende interkulturel dialog, som er nærværende i hverdagen. Der er tre spørgsmål, som han mener, vi skal have i baghovedet:

- Er mine forventninger anderledes?
- Er mine antagelser gyldige i denne anderledes kontekst?
- Tolker folk hvad jeg siger, som jeg tror, de gør det?

Disse tre spørgsmål kan *Mera Mölla's* medarbejdere med fordel reflektere over i deres daglige arbejde. Hall har erfaret, at ens egen kultur er den sværeste – men vigtigste – kultur at starte med at forstå.

⁶⁵ John U. Ogbu, Department of Anthropology, University of California, Berkeley. Landry, Charles; Wood, Phil [2008] s 245

⁶⁶ Landry, Charles; Wood, Phil [2008] s 246

*"Culture hides much more than it reveals, and strangely enough what it hides, it hides most effectively from its own participants. Years of study have convinced me that the real job is not to understand foreign culture but to understand our own."*⁶⁷

Hall mener, at en af de mest effektive måder at blive bevidst om sin egen kultur, er ved at stille den i forhold til en anden kultur. Man forstår sig selv i mødet med den anden:

*"One of the most effective ways to learn about oneself is by taking seriously the cultures of others. It forces you to pay attention to those details of life which differentiate them from you."*⁶⁸

I sammenligningen ser man, hvordan andre reagerer i forhold til en selv i en given situation. Det anbefales dog ikke, at man eksperimenterer med andres reaktioner, når man står i situationen. Derfor bør designeren, coachen og proceslederne reflektere over deres egen kultur *forud* for deres arbejde med *Mera Möllan*. Man må gøre sig klart, hvilket kulturelt miljø samt hvilke implikationer man står overfor?

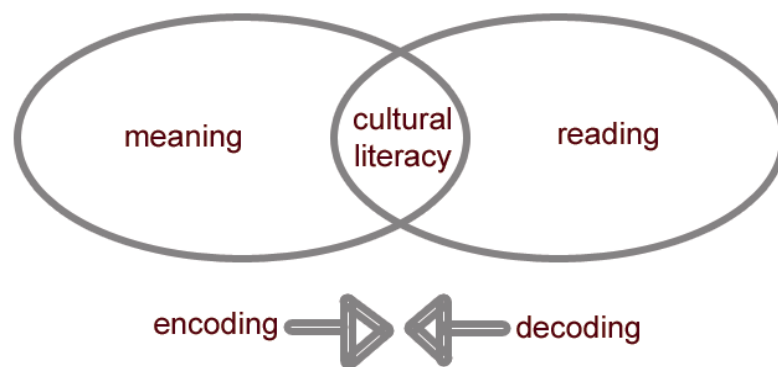
5.2 De ubevidste sider af kommunikation

For at forstå kommunikationsprocessens kompleksitet må man gøre sig bevidst om kommunikationens lange rejse. (Se illustration 13) Rejsen starter i afsenderens hjerne, hvor den går gennem formuleringer i ord og kropssprog for at nå frem til modtagerens øjne og øre. Modtagerens sanser registrerer, hvad afsenderen kommunikerer og sender informationen videre til hjernen, som fortolker det endelige budskab. Denne transaktion kalder Brecknock for *encoding* og *decoding*. Afsenderen koder en besked for at lade den blive afkodet af modtageren. Det er op til begge parter at lykkes med at nå og forstå hinanden i denne kommunikationsproces.

"Cultural literacy can be seen as the skill base associated with understanding both encoding and decoding required to develop culturally meaningful products, places or programs".⁶⁹

⁶⁷ Hall, Edward T. [1973/1990] s 29

⁶⁸ Ibid.: s 31



Illu. 13: Illustration af kommunikationsprocessens kompleksitet. Kilde: Brecknock, Richard [2006]

Man kan glemme alt om direkte kommunikation. For at være på den sikre side skal man aldrig tro, at man forstår - eller bliver forstået fuldt ud. Brecknock skriver:

"[...] we must learn to understand the "out-of-awareness" aspects of communication. We must never assume that we are fully aware of what we communicate to someone else.[...] the job of achieving understanding and insight into mental processes of others is much more difficult and the situation much more serious than most of us care to admit".⁷⁰

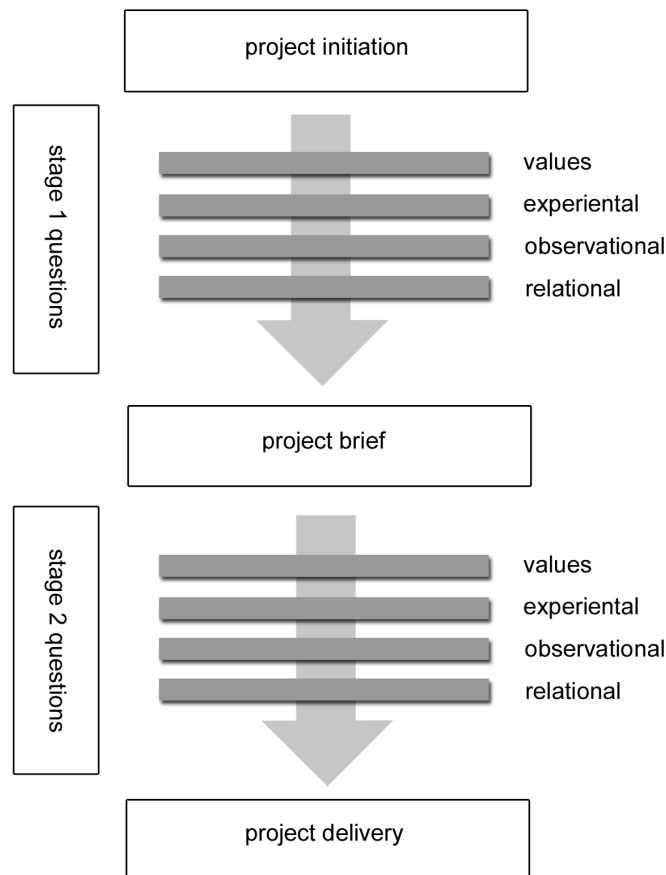
Brecknock har udarbejdet en metode til at reflektere over kultur gennem en række kulturelle filtre. (Se illustration 14) Filtrene skal forstås som en metode til at "si" kulturens bestanddele, således at man bliver bevidst om, hvad man kommunikerer ud i en given situation. Målet er at skærpe den føromtalte kulturelle bevidsthed.

"A culturally literate planning or design professional needs to develop the tools that assist in developing the knowledge and awareness of cultural influences and to be able to tap into the shared knowledge associated with the place they are to work with".⁷¹

⁶⁹ Brecknock, Richard [2006] s 68

⁷⁰ Hall, Edward T. [1973/1990] s 29

⁷¹ Brecknock, Richard [2006] s 75



Illu. 14: Værktøj til at "filtrere" de kulturelle indflydelser der påvirker et projekt eller et sted. Kilde: Breknock, Richard [2006]

De fire filtre er: Værdier, oplevelse, observation og relation. I **stadie 1** filtrerer man en række "hvad/hvilke"-spørgsmål gennem de fire filtre. F. eks. : *Hvilken slags følelser vil vi have, at de besøgende får, når de kommer ind på kontoret?*⁷² For at svare på det må man sætte sig i den besøgendes sted. Det kræver, at man har en indsigt i de besøgenes forskellige kulturbaggrunde. Når man har overvejet alle kulturelle aspekter af, hvad et møde indebærer ud fra de fire filtre, opsummeres disse, inden man går videre til **stadie 2**. Her skal man overveje, *hvordan* man skaber forudsætningen for det bedst mulige møde. Dvs.: *Hvordan skaber vi rammerne for den følelse, som vi gerne vil fremkalde hos den besøgende ved Mera Möllan og Aktivitetsporten?*

⁷² Breknock, Richard [2006] s 101-102

Brecknock uddyber hvert af de fire filtre i overstående figur. Her ses der nærmere på *eksperiential*-filteret. For at forklare vigtigheden af dette filter citerer Brecknock Kevin Lynch fra bogen *The image of the city*:

*"[...] we need an environment which is not simply well organised, but poetic and symbolic as well. It should speak of the individuals and their complex society, of their aspirations and their historical traditions, of the natural setting, and of the complicated functions and movements of the city world."*⁷³

Experiential-filtret handler om, hvilke fulte kvaliteter et sted har, og hvilke følelser vi gerne vil fremkalde for både medarbejderne og borgerne. I *Mera Möllan*'s tilfælde har vi at gøre med et allerede eksisterende fysisk rum, som man må forholde sig til. Derudover kan man arbejde aktivt med de dele af rummets oplevelse, der har at gøre med vores sanser. Her tænker Brecknock på det taktile, lugt og lyd i interaktion med andre mennesker, rum, planter og materialevalg.⁷⁴

Betydningen af sanseligheden illustreres af Brecknock i forskellen mellem at komme ind på et travlt, lugtende og højlødt marked i forhold til et velorganiseret supermarked med aircondition. Indretningen af både *Muhabet* og *MindLab*, som beskrives i afsnit 6.1, er eksempler på, hvordan man aktivt og bevidst kan arbejde med sanseindtryk og de signaler, man formidler til gæsterne i lokalet.

⁷³ Brecknock, Richard [2006] s 101-102. Citat: Lynch Kevin [1994]

⁷⁴ Ibid.: 103



Illu. 15: Eksempel på halvhjertet indretning i Aktivitetsportens nuværende lokaler der påvirker indtrykket af stedet⁷⁵

5.2 Det kulturelt betingede sanseapparat

Mennesker fra forskellige kulturer har ikke nødvendigvis samme oplevelse af samme sansning.⁷⁶ I bogen *The Silent Language* afdækker Hall, at det kan omhandle menneskers helt fundamentale oplevelser af tid og rum. I praksis betyder dette misforståelser kulturerne imellem. Et klassisk eksempel er den Skandinaviske opfattelse af vigtigheden af at komme til tiden, som er langt fra indforstået i andre kulturer. Det er altså ikke uden anledning, at en af *Aktivitetssportens* funktioner er at lære folk at komme til tiden. Et aspekt af forskellige kulturers opfattelse af rum kan f. eks. ses i forskellig indstilling til fysisk berøring. I vesten bruges håndtrykket som en formel hilsen, hvor man i Japan nøjes med at bukke og derved undgå kropkontakt. Dette er bare et aspekt af rumopfattelse, som ikke vil blive uddybet yderligere i denne rapport. Hall's og Brecknock pointe er, at mennesker ikke alene taler forskellige sprog, men at vi også har forskellige sensoriske verdener.⁷⁷

⁷⁵ Medarbejderen der tog initiativ til indretningen gik på pension, og ingen fulgte op på projektet

⁷⁶ Hall, Edward T [1969, 1990]

⁷⁷ Ibid.: Oversat citat "*inhabit different sensory worlds*"

*"Selective screening of sensory data admits some things while filtering out others, so that experience as it is perceived through one set of culturally patterned sensory screens is quite different from experience perceived through another."*⁷⁸

Det kan handle om subtile sansninger omkring alt fra toneleje til kulturen i forhold til øjenkontakt og gestikuleren. At ryste på hovedet betyder f. eks. *nej* i Vesten og *ja* i Indien. Men det kan også være mere udtalte symbolske forskelle som anvendelsen af farver. Farven rød er indernes farve for ægteskab og kinesernes farve for held og lykke.⁷⁹ I Afrika er den røde farve forbundet med døden. Derfor afholdt patienterne sig fra at gå til det rødmaledede lægehus, som en svensk arkitekt i bedste mening havde renoveret.⁸⁰ På *Muhabet* er argumentationen for farvevalget personligt, men samtidigt almengyldigt. Her er væggene gule, fordi man vil have en følelse af solskin, selv på de dage, hvor det regner udenfor.⁸¹

Det vildtvoksende kontor er en refleksion over, hvad – og med hvilke midler – *Mera Möllan* og *Aktivitetssporten* skal kommunikere? Kommunikere skal her forstås i en bred forstand. Det handler om, hvordan *Mera Möllan* og *Aktivitetssporten* koder sig og bliver afkodet af brugerne, som har vidt forskellige kulturelle baggrunde og kommer fra forskellige samfundslag.

⁷⁸ Hall, Edward T [1969, 1990]

⁷⁹ www.visible.dk. Den 27. april 2009

⁸⁰ Herlitz, Gillis [1999]. s 91

⁸¹ Interview med E. Haddar, den 5. aug. 2009

6. Socialt design

“The intercultural city depends on more than a design challenge. It derives from a central notion that people are developing a shared future whereby each individual feels they have something to contribute in shaping, making and co-creating a joint endeavour. A thousand tiny transformations will create an atmosphere in public space that feels open and where all feel safe and valued.”⁸²

Begrebet socialt design bliver brugt i flere forskellige sammenhænge. Den definition, som *Det vildt voksende kontor* tager afsæt i, har rødder i kunstverdenen, hvor den tyske kunstner Josef Beuys dannede skole med begrebet *social plastik* i 1960'erne.⁸³ Den *sociale plastik* har siden hen inspireret 1990'ernes *sociale kunst, relationelle æstetik*⁸⁴ og en *interventionistisk praksis* i samtidskunsten. I de seneste år har mange kunstnere valgt at bruge betegnelsen *socialt design* om deres kunstneriske produkt, der i det store hele er en proces. En proces, der involverer og berører mennesker både fysisk og mentalt – og i gruppesammenhæng såvel som individuelt. (se illustration 1 og 2)

Det vildt voksende kontors sociale design omfatter altså ikke alene valg af interiør og farver på væggene. Med socialt design gennemtænkes måden, hvorpå medarbejderne interagerer, delagtiggør og imødekommer borgerne. Et socialt design er den kulturelle kodning, der skal artikulere *Mera Möllan* og *Aktivitetssportens* fælles værdier. *Mera Möllan* er en ny institution i den offentlige sektor, der repræsenterer en ny måde at samarbejde med borgerne på. Dette er en oplagt mulighed for at tænke ud over rammerne for, hvad man normalt forbinder ved et offentligt institutionsmiljø.

“Encoding and decoding is the basic transaction of all forms of cultural expression, be it a book, a painting or a piece of music. In all art making the artist is striving to imbue the artwork with symbolic meaning of either a personal or societal nature in the effort

⁸² Landry, Charles; Wood, Phil [2008] s 260

⁸³ Bøjer, Bodil Hovaldt; Bosch, Rosan [2006] Tekst af kunsthistoriker Sanne Kofod Olsen

⁸⁴ Den ”relationelle æstetik” er formuleret af den franske kunstteoretiker Nicolas Bourriaud

*to enter into an intercultural and often non-verbal dialogue with the viewer, reader or listener.*⁸⁵

Netop disse ikke-verbale måder at kommunikere med folk på kan med fordel benyttes i et socialt design af *Mera Möllan* og *Aktivitetssporten*. Breknoock anbefaler, at man finder frem til metaforer og symboler, som bliver en universel fællesnævner, der kan aflæses af alle mennesker.

*"In order to create meaning, and dialogue through aesthetics and form of the project the designer needs to consider what will resonate with the cultural elements of place and people."*⁸⁶

Aktivitetssportens målgruppe kommer fra hele Malmö og kan betegnes som en resurcesvag gruppe. (Se illustration 8) *Mera Möllan's* målgruppe er derimod en bred blanding af Möllens borgere. Man kan dog forudse to større grupper: Den ene gruppe er individer, der får coaching for at forbedre deres chancer for at komme i arbejde. Den anden gruppe er resursestærke borgere, der indgår i forskellige netværksgrupper. Det kan altså være alt fra den handikappede i rullestol til den handlekraftige sociale entreprenør. Derfor må designet i princippet forsøge at favne en bred Malmö-identitet. Dette kan blive en svaghed, som gør, at de fleste offentlige institutioner får et udpræget upersonligt design. Dette vil *Det vildt voksende kontors* designkoncept forsøge at modvirke.

6.1 Best practice

Her præsenteres to eksempler på "best practices" som illustrerer socialt design i praksis. De to eksempler er hentet fra to forskellige kontekster med to helt forskellige målgrupper. *Mera Möllan* udgør sammen med *Aktivitetssporten* en helt tredje kontekst, som ligger midt imellem de to eksempler. Begge Best practice eksempler bygger på tydelige værdigrundlag, personligt design og en social involvering af brugerne. De er begge medlem af *Socialøkonomisk netværk*, som er en platform for udveksling af

⁸⁵ Breknoock, Richard [2006] s 68

⁸⁶ Ibid.: s 78

viden, erfaringer og kontakter på tværs af sektorer. Netværket drives af *Center for socialøkonomi*, der blev etableret i 2008 med støtte fra Velfærdsministeriet.⁸⁷

6.1.1 *Muhabet* – det trygge miljø



Illu. 16: Stemningsbilleder fra *Muhabet*s lokaler og miljø. www.muhabet.dk

Muhabet betyder "kærligt samvær"⁸⁸. Det er et værested på Vesterbro i København for psykisk syge med indvandrer- eller flygtningebaggrund og deres pårørende. Socialarbejderne Najib Haddar og Emine Ayildizoglu åbnede stedet for egne midler i 2003. Nu er *Muhabet* støttet af offentlige midler og private donorer.⁸⁹ *Muhabet* blev nomineret til at modtage Integrationsministeriets Integrationspris 2008, for sit unikke arbejde. I 2009 startede *Muhabet*, i samarbejde med *Center for socialøkonomi*, et forløb med BRF Kredit som mentor⁹⁰. Målet er at udvikle det, der startede som et frivilligt socialt arbejde til en socialøkonomisk virksomhed, der kan aflaste det offentlige sundhedsvæsen i fremtidens velfærdssystem.⁹¹ *Muhabet* er en af de første offentlig+privat+frivillig samarbejder, som meget vel kan indlæses i en *Cultural planning* strategi.

⁸⁷ www.socialokonomi.dk, den 4. aug. 2009

⁸⁸ Udtrykket er kendt på mange sprog lige fra Marokko til Indonesien

⁸⁹ Læs mere på www.muhabet.dk

⁹⁰ En socialøkonomisk virksomhed er kendetegnende ved at: 1) socialt formål, 2) ny løsning 3) finansieringsmix mellem offentlige midler, egen indtjening og sponsorering. www.socialokonomi.dk

⁹¹ P1 Morgen 17. februar 2009 kl. 06:09 på P1. Radioindslag: *Der skal tænkes nyt* <http://www.dr.dk/P1/P1Morgen/Udsendelser/2009/02/17/101030.htm>

Muhabet's sociale design er bygget op omkring et gæstebudskoncept. Gæstebudet sætter rammerne for, hvilken kultur der findes på stedet og relationen mellem gæst og vært. Gæster fra alle kulturer kan hermed let forstå sin rolle og plads. Til gæst-vært-relationen knytter sig en række implicite normer og forventninger, herunder at man som gæst må acceptere, at det er værten, der definerer reglerne og rammen for samværet i caféen. Værtens ansvar er til gengæld at sørge for bespisning, beskyttelse samt for sin gæsts velbefindende.⁹² Najib Haddar beskriver sin motivation og sine tanker, som ligger bag dette koncept:

*"Altså det står ikke i biblen, det står ikke i koranen og det står ikke i psykiatrien, at et værested skal være gråt-i-gråt eller grønt-i-grønt og tro mig, sådan ser de ud. Og der stinker, der er ridset i bordene, der er ikke hyggeligt. Altså hér kommer man forbi på gaden, der ser hyggeligt ud, der er mange, som tror det er en café eller restaurant."*⁹³

På hjemmesiden⁹⁴ beskrives, hvordan *Muhabet* forsøger at skabe stemning og stimulans for bl.a. at vække minder om tiden, før "gæsterne" blev syge: "De fysiske rammer skal være indbydende for gæsterne. *Muhabet* er indrettet som en cafe med små sofagrupper, og på bordene står der potpourriblandinger, stearinlys og skåle med nødder. En metode, som værestedet benytter for at skabe kontakt til gæsterne og stimulere deres sanser. Selvom de er psykisk syge, kan de stadig høre, se og lugte. Når gæsterne kommer ind ad døren, kan de høre f.eks. arabisk, tyrkisk eller afrikansk musik. De kan lugte, at der er ved at blive tilberedt et måltid mad, og de kan se, at der er the, kaffe og nødder på bordene."

Værten kan byde en gæst velkommen ved at sætte tyrkisk musik på musikanlægget, hvis en gæst fra Tyrkiet kommer ind. På den måde signaler man, at gæsten er blevet set, og at gæsten er velkommen.⁹⁵

Der er ingen billeder på de gule vægge, fordi billeder diskriminerer. Najib Haddar forklarer, at med et tyrkisk billede ville de signalere, at det er et sted for tyrker, og så ville marokkanerne ikke føle sig hjemme. Musikken skifter hele tiden, det gør billeder

⁹² Jørgensen, Rikke; Parize, Stéphane [2008]

⁹³ Ibid.

⁹⁴ www.muhabet.dk . Den 1. april 2009

⁹⁵ Jørgensen, Rikke; Parize, Stéphane [2008]

på væggene ikke.⁹⁶ For E. Haddar er indretning en hobby i den forstand, at hun altid er på genbrugsjagt efter ting til *Muhabet*.

Jeg har hentet ting med hjem til Muhabet fra genbrugsforretninger i hele Europa. For mig handler genbrug om at tage vare på resurserne. Vi der arbejder her tilbringer mere tid her end hjemme, og har derfor vores sjæl her. Derfor omgive vi os med ting med sjæl og historie.

E. Haddar forklarer, at det samme gælder for gæsternes vedkommende. De bidrager også med møbler og artefakter til *Muhabet*. Det er essentielt for gæsterne at give noget til gengæld for den mad og omsorg de modtager. Dette skaber en stemning af medejerskab og delagtighed, som resulterer i, at gæsterne værner om deres sted. Man giver, hvad man kan, hvad enten det er en hjælpende hånd i køkkenet eller en hjemmebagt kage. På *Muhabet* afvises ingen, og gaver afvises derfor heller aldrig fra gæsterne. Hvis de får noget, de ikke har brug for, eller som på anden vis ikke passer ind, så stiller de det frem på bordet, så de andre gæster kan tage tingene med hjem.⁹⁷ Gennem at modtage ting og mad fra lokale sponsorer udnytter man aktivt alles kontakter. På den måde skaber man ambassadører rundt omkring i byen, der spreder kendskabet om stedet og anerkendelsen af problemerne omkring sindslidende. Dette gør, at *Muhabet* nu har gæster fra 37 forskellige nationaliteter og omkring 60 frivillige medarbejdere. På *Muhabet* har man derfor ikke brug for trykte foldere på forskellige sprog. Hvis de skulle bruge penge på noget ekstra, skulle det ikke blive på interiør fra IKEA. De ville bruge pengene på en udflugt, musik eller noget andet, der giver åndelig glæde. Religion og politik hører ikke hjemme på *Muhabet*. Derfor findes der ingen artefakter med direkte religiøs tilknytning på *Muhabet*.

E. Haddar er meget bevidst om stedets sociale design. Hendes erfaring er, at hvis man ikke laver en tydelig kultur fra starten, bliver den meget svær at indføre siden hen. *Selv om det er mig, der er drivende omkring indretningen, er det ikke mit sted. Det er vores sted, og dermed mener jeg også gæsternes sted. Her kan ingen gøre noget forkert.*⁹⁸

⁹⁶ Bjerborg, Marianne [2007] *Socialpsykiatri, september 2007*, Citat: Najib Haddar

⁹⁷ Citat: E Haddar. Interview den 5. aug. 2009

⁹⁸ Ibid.

6.1.2 MindLab - det innovative miljø



Illu. 17: *MindLab*: Fleksibelt kontorlandskab og et brainstormrum udformet som en hjerne i whiteboardmateriale. Kilde: Bøjer, Bodilm Hovaldt; Bosch, Rosan [2006]

MindLab beskriver sig selv som verdens første idélaboratorium i et ministerium.⁹⁹ Deres opgave er at udvikle den offentlige sektor. Medarbejderne her har baggrund i statsvidenskaben, og deres teoretiske fundament kredser omkring ledelse og innovation. Som i *Cultural planning* handler *MindLabs* felt også om kreativ tænkning, bæredygtighed og resursetænkning. Det, der gør *MindLab* interessant i denne sammenhæng, er deres afprøvning af, hvad de fysiske omgivelser betyder for de innovationsprocesser, de arbejder med på laboratoriet.

MindLabs sociale design er udarbejdet af *Bosch & Fjord*. Kunstnerduoen, bestående af Rune Fjord Jensen og Rosan Bosch, udspringer af et fælles ønske om at gøre kunst til en levende del af vores hverdag. De opfatter kunst som en social og kulturel nødvendighed, der kan øge livskvalitet og skabe frirum i samfundet. *Bosch & Fjord* laver helhedsprojekter med kunst, design og arkitektur. Projekterne udvikles i tæt samarbejde og dialog med brugerne og stedet.

*"Kunsten glider ind i hverdagen som en naturlig del af organisationens og stedets funktion og identitet. Resultatet er projekter, hvor kunst har en funktion og design har en mening...Det handler om at bryde faste vaner og tankegange og åbne op for dialog."*¹⁰⁰

⁹⁹ Bøjer, Bodilm Hovaldt; Bosch, Rosan [2006]

¹⁰⁰ Ibid.

Bosch og Fjord laver altså ikke bare kunst til udstillinger, men har også lavet en lang række projekter for erhvervslivet. MindLab er deres bud på fremtidens arbejdsplads i den offentlige sektor i Danmark.

”MindLab er etableret for at skabe en ramme for innovation i Økonomi- og Erhvervsministeriet. Siden åbningen i 2002 er vi blevet meget klogere på forudsætningerne for innovation. Hvor vi i begyndelsen var meget bevidste om at være anderledes, at have den der provokerende kant, så blev det hurtigt klart, at det mest provokerende ved MindLab er, at det er et rart sted at være. MindLab er en neutral zone i hierarkiernes jungle. Vores vigtigste funktion er at sætte rammerne for møder på tværs af fagligheder, usynlige organisatoriske skel og verdensopfattelser...”¹⁰¹



Illu. 18: Udsnit af kopsamlingen på MindLab. Foto: MindLab

På *MindLab* har man bl. a. en kopsamling, som blev etableret i 2002 af Bosch & Fjord. (se illustration 18) Leder af *MindLab* Christian Bason fortæller, at visse dele af den originale indretning af Bosch & Fjord er blevet re-designet, men kopsamlingen har de valgt at beholde.¹⁰² Bason beskriver kopsamlingen som et identitetsbærende element for *MindLab*. Kopperne artikulerer værdier som mangfoldighed, kontrolleret kaos og sjov. Dette har både en intern og ekstern værdi for medarbejderne, der løbende bidrager til samlingen, med kopper fra forskellige rejser i udlandet. Senest tog en kollega en kop med hjem fra Japan. Samlingen udgør i dag ca. 100 kopper og vokser løbende med nye såvel som gamle kopper.

Kopperne har udover en praktisk funktion en social funktion. Når gæster kommer til *MindLab*, får de lov vælge en kop med en drilsk sidebemærkning; ”vi tænker ikke over

¹⁰¹ Ibid. Citat: Mette Abrahamsen, leder af MindLab 2003 –2006

¹⁰² Interview m. Christian Bason den 30. juni 2009

jeres valg". Denne indgangsreplik er med til at "bryde vægge ned" og gør gæsterne opmærksomme på, at de er på en kreativ platform. Gæsterne kommer fortrinsvis fra erhvervslivet og ministerier, men kopperne er også blevet brugt i forbindelse med andre målgrupper som arbejdsløse og indvandrere.

I hverdagen anvender *MindLab* kopperne ved grupper på op til ca. 30 personer. Ved større grupper bliver kopperne upraktiske pga. opvasken. Bason fortæller, at kopperne – til trods for at være en lille ting – er noget, som gæster refererer til mange år senere.¹⁰³

MindLabs sociale design handler ikke kun om at imødekomme borgeren/gæsten, men også om at skabe gode rammer for medarbejderne. Mette Abrahamsen beskriver *MindLabs* arbejdsmiljø således:

*"For mig, der arbejder i MindLab, er rummet som en dejlig stor kedeldragt. Den er skøn at have på, og der er plads til alle de værktøjer, jeg har brug for."*¹⁰⁴

På samme måde vil *Det vildt voksende kontor* skabe design med mening og trivsel for både medarbejderne og borgerne i *Mera Möllan* og *Aktivitetssporten*.

Muhabet og *MindLab* har meget forskellige målgrupper og resurser at arbejde med. Men et grundlæggende behov for begge virksomheder er: **Vigtigheden af at det er et rart sted at være.** De skaber dette miljø med meget forskellige indfaldsvinkler og metoder. Hvor *Muhabet* har duftene og musikken i centrum for at vække gode minder og tryghed, har *MindLab* et skulpturelt miljø, der skal bryde vanetænkning og stimulere kreativiteten.

Begge projekter er lykkedes, fordi de skaber et miljø ud fra deres kontekst og deres brugeres behov. En anden lighed er, at *MindLab* og *Muhabet* **sætter rammerne, der rummer møder mellem forskellige verdensopfattelser.** Denne ramme er ligeledes vigtig for *Det vildt voksende kontor*. *Mera Möllan* skal også være et rart sted at være og rumme hele Malmös brede befolkningssammensætning af alt fra mennesker langt fra arbejdsmarkedet, bolighajer, miljøaktivister og psykisk syge.

¹⁰³ Interview m. Christian Bason den 30. juni 2009

¹⁰⁴ www.mind-lab.org. Den 1. april 2009

7 Behov og hensyn

I dette afsnit diskuteres forskellige behov og hensyn, som *Aktivitetssporten* og *Mera Möllan* har forudset i forbindelse med sammenflytningen i en fælles workshop. Der tages højde for disse betragtninger i designkonceptet for *Det vildt voksende kontor*.

7.1 Værsgo at tage en kop kaffe

Aktivitetssporten byder altid på kaffe, te, frugt og småkager til møderne. Vil man hellere have vand eller saft, får man det. Det er en vigtig gestus i deres imødekommenhed og en fast indgangsreplik, når borgerne kommer ind af døren. Deres lokale er indrettet med et stort mødebord og en gruppe runde kaféborde. *Aktivitetssporten* vil gerne bibeholde cafémiljøet i deres nye lokale. Erfaringerne viser, at borgerne trives bedst ved de små borde, hvor de lettere falder i snak. Stunden omkring den uformelle morgenkaffe beskrives som et af de vigtigste momenter ved gruppemødet. Her vænner borgeren sig stille og roligt til at være i en social sammenhæng. I den henseende genkender *Aktivitetssporten* behovet for "at skabe et sted, hvor der er rart at være", som er en af *MindLab* og *Muhabets* fælles pointer. *Aktivitetssporten* har et større behov for at byde borgerne velkommen på denne måde end *Mera Möllan*. Forskellen ligger i borgerne, som henholdsvis er *indkaldte* og *frivillige*. Ingen af parterne er interesseret i at brygge kaffen, og derfor er man blevet enig om at anskaffe sig en kaffeautomat.

7.2 Indsyn og udsyn

Vinduer er et konkret behov, som både personale og borgere behøver. Indkaldte borgere med socialfobier eller panikangst, tåler ikke at være i et lokale uden vinduer. Visse medarbejdere behøver et eget kontor, for at foretage følsomme telefonsamtaler. I de planlagte *samtalerum* og kontorer betyder vinduerne derfor *udsyn* for borgerne og *indsyn* for de øvrige medarbejderne for alles sikkerhed og tryghed. Derfor er der indbyggede vinduer i døre og skillevægge til alle samtalerum og kontorer. Vinduer er

et af de allervigtigste vigtige aspekter for rummet, som ligger udover *Det vildtvoksende kontor's* koncept.

7.3 Parallelle aktiviteter

Både *Mera Möllan* og *Aktivitetssporten* kommer til at arbejde med grupper, men på to væsentlige forskellige måder. *Aktivitetssporten* modtager dagligt grupper om formiddagen med op til 20 personer. *Mera Möllan's* netværksgrupper er derimod et frivilligt tilbud. Disse gruppemøder afholdes om aftenen og henvender sig til foreninger og interessenetværk, der forventes at være beskæftigede i dagtimerne. Til disse gruppemøder vil man gerne have plads til omkring 50 personer, i tilfælde af at flere foreninger skal kunne mødes samtidigt.

Aktivitetssporten kommer i visse perioder at have overlappende grupper. Derfor er det nødvendigt at lave et provisorisk grupperum i det ene hjørne af det store fælles areal (se illustration i bilag 11.4). Her diskuterer man muligheden for at sætte et lydisolerende gardin op som rumdeler i det store rum. Alle parter er skeptiske over for denne løsning, da *Mera Möllan* også skal have adgang til caféhjørnet, parallelt med andre aktiviteter. Man har derfor aftalt, at der skal findes en fælles opdateret bookingstavle, for at få undgå flaskehalse i det store fælles areal og dobbelt booking af samtalerummene, som både *Mera Möllan* og *Aktivitetssportens* coaches anvender sig af.

7.4 Atmosfære

På en workshop med samtlige medarbejdere fra *Aktivitetssporten* og *Mera Möllan* den 25. juni 2009 behandlede man problemstillingen; *Hvad behøves, for at alle skal føle sig velkomne i rummet?* Medarbejderne kom frem til, at man vil have et varmt og velkommende rum, som giver et godt førstehåndsindtryk. Dette indebærer, at alle, der kommer ind ad døren, bliver modtaget med et; *Hej og velkommen. Hvad kan jeg hjælpe dig med?* Selve rummet skal have en tydelig og indbydende struktur, så man

forstår, hvor man skal henvende sig til på henholdsvis *Mera Möllan* og *Aktivitetssporten*.

Man blev enige om, at fællesarealerne skal udformes efter borgernes behov. Kontorerne kan derimod indrettes efter medarbejdernes behov. Der er delte meninger om, hvad der forstås ved et varmt og velkommende rum. På den ene side ønsker *Aktivitetssporten* ikke, at det skal blive for personligt, som om man træder ind i en dagligstue. Dette vil kunne opfattes grænseoverskridende og uprofessionelt for borgerne. På den anden side vil *Mera Möllan* ikke have en *myndighedssfære* i det store fællesareal. For deres troværdighed i forhold til målgruppen, vil en *socialsfære* være at fortrække. Forskellen på de to sfærer ligger i måden, hvorpå man forventes at tale med og omgås hinanden.¹⁰⁵ I *myndighedssfæren* kan man behandle ubehagelige problemstillinger med en professionel distance, som beskytter både borger og medarbejder. I *socialsfæren* er der ingen magtforhold mellem borger og medarbejder, hvilket giver en mere ligeværdig kommunikation som *Mera Möllan* efterstræber.

Eftersom at der ikke er penge til indretning af lokalerne, finder man møblerne i kommunens magasiner og tager det med, som man har fra de nuværende lokaler. Man vælger med andre ord at flytte ind for derefter at se på, hvad der mangler. Workshopen afsluttedes med, at man aftalte at afholde et nyt fællesmøde efter sommerferien, hvor den fysiske gestaltning af rummet skal diskuteres. En dato for dette møde blev ikke fastlagt.

En af Emine Haddars erfaringer er, at man skal indføre en tydelig kultur fra begyndelsen, da det ellers bliver svært at forandre en kultur sidenhen. Diskussionerne ved første workshop er et første skridt i retningen af at etablere en reflekteret fælles kultur i lokalerne. Risikoen er nu, at der ikke findes de tilstrækkelige drivende kræfter i *Mera Möllan* og *Aktivitetssporten* til at fortsætte arbejdet med en reflekteret gestaltning af rummet.

¹⁰⁵ Herlitz, Gillis [1999] s 77

8 *Det vildt voksende kontor*

*Most people's difficulties with each other can be traced to distortions in communication. Good will, which is so often relied upon to solve problems, is often needlessly dissipated because of the failure to understand what is being communicated.*¹⁰⁶

8.1 *Kommunikationsjunglen*

Netop fordi kommunikation er en svær proces, er *Det vildt voksendes kontors* strategi at kommunikere med så mange udtryksformer som muligt. *Mera Möllans* og *Aktivitetssportens* medarbejdere er typisk uddannede og trænede i verbal kommunikation. For at understøtte den verbale kommunikation arbejder man med *bemötende*; dvs. måden, man imødekommer borgerne. Her spiller kropssprog, gestik, mimik og stemmeleje en stor rolle, som kommer til udtryk i den enkelte medarbejders performans. *Det vildt voksendes kontor* arbejder udelukkende med andre aspekter af imødekommenhed, der kan understøtte *Mera Möllans* og *Aktivitetssportens* arbejde med imødekommenhed. *Det vildt voksendes kontor* har også til formål at artikulere de to institutioners fælles værdigrundlag.

8.2 *Et socialt designkoncept*

Mera Möllan og *Aktivitetssporten* har ikke endnu været klar til at diskutere eller udvikle tanker om den fysiske gestaltning i lokalerne, udover de hensyn og behov, der er beskrevet i kapitel syv. Designkonceptet bygger derfor på den inspiration, forfatterne har fået gennem empirien og teorierne, der belyses i rapporten. Konceptet for *Det vildt voksendes kontor* bygger på fire grupper af artefakter, som har indflydelse på oplevelsen af imødekommenheden: **Krus, planter, kaffe og stole** (Se bilag 11.3). Konceptet arbejder med brugsgenstandene ud fra en metaforisk og symbolsk tankegang, med inspiration fra *MindLab* og *Muhabet*. Her er artefakter ikke dekorativ "fløds-kum", men "design med mening". Tilfældige IKEA pyntegenstande anses i dette

¹⁰⁶ Hall, Edward T [1973,1990] s 182

koncept som overflødige "tomme kalorier", der skal undgås. Konceptet bygger på lokalområdets identitet og æstetik, som er præget af diversitet og kulturel mangfoldighed. Forudsætningen er, at lokalerne både skal fungere som en inspirerende mødeplads for grupper, og en tryk plads for coaching af individer. Med en gennemgående diversitetstænkning og subtile virkemidler arbejder designkonceptet mod en større forståelse og anerkendelse af diversitet og kulturel forskellighed.

8.3 Koncepttest på Aktivitetsporten

Da *Mera Möllan* og *Aktivitetsporten* først får deres nye fælles lokaler den 30. juni 2009, er det ikke muligt at implementere designkonceptet i fuld skala i den rette kontekst. Derimod har *Aktivitetsporten* testet to miljøforandringer, som er en del af designkonceptet for *Det vildt voksendes kontor*. Til testen er der indkøbt materialer for ca. 200 sek. Testen har til formål at afprøve, hvordan forandringerne påvirker miljøet for medarbejderne og borgerne.

8.3.1 Miljøforandring 1: Krus



Illu. 19: Nye krus i Aktivitetsportens nuværende lokaler

Med inspiration fra *MindLabs* kopsamling har *Aktivitetsporten* fået 23 forskellige kaffekrus i stedet for de sædvanlige plastikkopper. Anledningen til, at *Aktivitetsporten* normalt bruger plastikkopper, er, at de ikke har nogen opvaskemaskine. Efter at have prøvet krusene i en måned konkluderer medarbejderne, at de gerne vil fortsætte med at bruge dem i deres nye lokaler, hvor der er tilgang til opvaskemaskine. Vejleder på

Aktivitetssporten, Ylva Hjalmarson, fortæller at hun har udset sig et favoritkrus. Borgerne har ikke reageret på samme måde. Hjalmarson mener, at borgerne fortrinsvist vælger krus efter størrelse, og konkluderer at de sædvanlige to kander kaffe ikke rækker til. Hun forklarer, at borgere er fuldt optagede af deres egne problemer, og tematikkerne, der behandles på møderne. Derfor er der ingen, der har stillet spørgsmål, ved at krusene er forskellige. Hjalmarson er dog overbevist om, at artefakter som krusene spiller en vigtig rolle for den underbevidste opfattelse af stedets imødekommenhed som helhed.

Udskiftningen af krusene tjener fire formål, som gør det besværet værd at tømme og fylde opvaskemaskinen. For det første signalerer udskiftningen bæredygtighed. Dels ved at bytte plastik ud mod porcelæn, og dels gennem at krusene indkøbt i genbrugsforretninger. For det andet er det en helt anden taktil oplevelse at holde et rigtigt krus frem for en plastikkop. For det tredje er alle krusene forskellige i form, farve og størrelse. Dette signalerer diversitet, som betyder flere muligheder og flere idéer. Krusene visualiserer, at der er plads til forskellighed og giver samtidigt individet valgmuligheder. Til forskel fra *MindLabs* kopsamling findes der ingen spor af tekst, motiv eller mønster på krusene for at undgå eksotisme og stigmatisering af borgerne ud fra etnicitet. Kopsamlingen er derimod baseret på et skulpturelt udtryk, der stimulerer sanserne gennem form og farve. Dette valg er inspireret af Bosch & Fjords tankegang. For det fjerde modvirker krusene en institutionel stemning, og de bidrager til, at lokalet bliver "hemtrevligt". "Hemtrevligt" oversættes bedst til "hyggeligt" eller "et sted, hvor man kan føle sig hjemme". Kort sagt et rart sted at være.

8.3.2 Miljøforandring 2: Planter



Illu. 20: Nye stiklinger i *Aktivitetssportens* nuværende lokaler. Se illustration 7 for den oprindelige indretning af samme vinduskarm

Grønne planter er en anden miljøforandring, der ligesom krusene tjener flere formål. Som krusene gør planterne kontoret "hemtrevligt". For det andet er urtepotteskjulerne indkøbt efter samme diversitetsprincip som krusene. For det tredje kan planterne stimulere sanserne taktilt og gennem duft. For det fjerde kan man udtrykke diversitet gennem udvalget af planter. De fleste indendørs potteplanter i Sverige er "eksotiske" af oprindelse. Det antages dog ikke at blive opfattet negativt som eksotisme, eftersom det har en naturlig forklaring; klimaet. En mangfoldig samling af planter skal med andre ord være med til at skabe et anderledes miljø for øget trivsel og imødekommenhed.

De 23 planter på *Aktivitetssporten* er stiklinger fra en og samme plante. Idéen holdes derved på et gestusniveau for udelukkende at illustrere idéens symbolværdi.

Plantekonceptet kan udvikles med et udvekslingsaspekt. (Se illustration i bilag 11.2)

Tanken er, at plantesamlingen kontinuerligt kan udbygges eller byttes ud i en frivillig planteudveksling med borgerne. Meningen er ikke, at borgerne skal bruge penge på at købe en plante. Snarere at man tager en stikling med hjemmefra og giver eller bytter den mod en anden plante i samlingen. På den måde kan de 23 ens planter med tiden blive til 23 forskellige planter. Ved at åbne op for en sådan gestus får borgerne mulighed for at sætte deres præg på *Det vildt voksendes kontor*. Som på *Muhabet* delagtiggøres borgeren gennem en symbolsk handling, som forstås ud over sproglige og kulturelle grænser. Planterne er en metafor for det levende, foranderlige og voksende. Jo flere planter, jo frodigere bliver miljøet. Kontoret bliver Möllans grønne oase – et anderledes kommunekontor, skabt med hjælp fra borgerne.

Problemerne med et plantemiljø er, at det skal vandes og plejes - også i ferierne. Jo større samlingen bliver, jo mere arbejde kræver pasningen. Jo større diversitet af planter, jo sværere bliver det at vide, hvordan de forskellige planter trives. En begrænsning for diversiteten er hensynet til, at borgerne kan have allergi mod visse planter. Visse planter, som f. eks. den udbredte stuebirk, skal man derfor undgå at have i samlingen. Det kræver uden tvivl involvering og ekstra arbejde for medarbejderne, så medarbejderne skal selv føle, at det er besværet værd. Halmarson kan godt lide planter, men vil ikke påtage sig opgaven at passe dem. Hendes anden forudsætning er, at det ikke bliver en "jungle", der tager lyset fra vinduerne. Sidst, men ikke mindst, er alle enige om, at halvvisne planter skader miljøet mere end det gavner

det. Socialrådgiver, Marlene Frannung, har ikke noget imod at vande planterne og efter at have testet planterne i to uger, vælger *Aktivitetssporten* at beholde dem. Ugen efter blev *Aktivitetssportens* nyansatte projektleder indsat. Hun havde et par planter med sig, som blev byttet ud imod 16 af stiklingerne.¹⁰⁷ En del af de oprindelige pyntegenstande blev sat tilbage i vindueskarmen. På den måde sluttede eksperimentet som et kompromis, hvor medarbejderne selv overtog ansvaret for indretningen af deres lokaler.



Illu. 21: Aktivitetssportens nuværende lokaler efter evaluering af plantetesten

I de nye lokaler kan plantesamlingen blive et "fælles tredje", som knytter *Mera Möllan* og *Aktivitetssporten* ellers adskilte virksomheder nærmere sammen.¹⁰⁸ Byen beskrives i teorierne som en levende organisme, der er afhængig af sine omgivelser.¹⁰⁹ *Det vildt voksende kontors* plantesamling afspejler denne levende proces med sin sårbarhed og vildt voksende kraft.

¹⁰⁷ De havde glemt at vande, så de små planter var allerede lidt halvvisne

¹⁰⁸ På *Mera Möllan* er der også en medarbejder der gerne vil vande, og en der ikke vil

¹⁰⁹ Strand, Ida m. flere [2008] s 6

9 Sammenfatning



Illu. 22 *Guerilla gardening* 2 måneder senere. Det oprindelig skilt er blevet byttet ud med et nyt, hvorpå der står: "Glem ikke at høste! Mykorrhiza" Fotograferet d. 6. aug. 2009

Mens urtehaven ved kirken har vokset sig stor og stolt i sommerens løb, har *Mera Möllan* og *Aktivitetssporten* holdt sommerferie. I dette afsluttende afsnit diskuteres *Det vildt voksende kontors* produktionsmæssige og kommunikative dimensioner i forhold til problemstillingen: Hvordan kan socialt design gavne borgere og ansatte i offentlige institutionsmiljøer som *Mera Möllan* og *Aktivitetssporten*?

9.1 Designkonceptets udformning og funktion

*Det vildt voksende kontor*s koncept er baseret på spørgsmål i stedet for svar. Konceptet er udformet som en reklamefolder med offentlige institutioner som målgruppe. (Se bilag 11.1) Tanken er at vække institutionens interesse for derefter at afholde en workshop med institutionens medarbejdere. Workshopen er en proces, hvor institutionen filtrerer deres værdier og kultur gennem en række kulturelle filtre for større kulturel forståelse. Workshopen munder ud i et materiale, der kan appliceres gennem små ændringer i kulturen og miljøet for at fremme institutionens revitalisering.

9.2 Socialt design i form af en tankegang

Frem for alt er *Det vildt voksende kontor* en tankegang, der skal udfordre billedet og oplevelsen af "det offentlige". Det er en opfordring til at turde skabe et personligt udtryk i det offentlige rum. Det har resulteret i en tankegang, hvor menneskelig

diversitet fejres for fuld udblæsning for at modvirke et anonymt institutionelt udtryk. Et offentligt institutionsmiljø behøver ikke nødvendigvis at være sterilt, og man behøver ikke at tage imod mennesker med "plastikhandsker".

9.3 Miljøforandringer artikulerer interne og eksterne værdier

To miljøforandringer er afprøvet på *Aktivitetssporten* med rigtige krus og levende planter. Forandringerne blev godtaget som positive miljøforandringer, men den langsigtede effekt kræver et længere forløb for at kunne evalueres. En anden positiv effekt ved at arbejde med miljøforandringer er den dialog og refleksion, det medfører. På den måde kan miljøforandringerne blive et samtaleemne, der kommunikerer institutionens værdier både internt og eksternt.

9.4 Kulturel forståelse som et redskab til øget imødekommenhed

Imødekommenhed har været et tilbagevendende tema i dialogen med medarbejderne. Dette bekræfter vigtigheden af at formidle konsekvensen ved en mangelfuld kulturel forståelse. Konceptets konkrete forslag er gradvist blevet overskygget af behovet for at formidle refleksionerne omkring kulturel forståelse, som ligger til grund for den fysiske og mentale kultur, der præger offentlige institutioner generelt. Ved workshoppen den 26. juni 2009 anså samtlige medarbejdere arbejdet med kulturel forståelse som en naturlig del af deres daglige arbejde.

9.5 Socialt design for social inkludering

"[...] It is about people in power learning to let go of some of their power in order to address common good through responsive design."¹¹⁰

Er det medarbejdernes kontor eller borgernes kontor? Personalet i offentlige institutioner må kunne se ud over deres egen personlige stil og i stedet sætte borgeren i centrum for institutionen. Institutionerne er medarbejdernes andet hjem, og de har god tid til at vænne sig til miljøet. Borgeren er på besøg i en time, og behøver

¹¹⁰ Breknock, Richard [2006] s 107

langt hurtigere at finde et identifikationspunkt, hvor hun eller han kan identificere sig og føle sig tryk og velkommen. *Det vildt voksende kontor* er med andre ord en institutionel isbryder for social inklusion.

9.6 Svagheder og styrker

Intentionen var fra starten at besvare problemstillingen ud fra et afbalanceret forhold mellem teori og praksis. Pga. *Mera Möllans* langsomme opstart og forsinkede indflytning i lokalerne er *Det vildt voksende kontor* i stedet blevet et overvejende teoretisk arbejde. Dette er både konceptets svaghed og styrke. Styrken i den teoretiske fordybelse er, at konceptet har fået en karakter, der kan appliceres på flere institutioner. Ofte advares der om, at kunst bliver tilføjet for sent i processen, så den bliver flødeskum på toppen af lagkagen. Dette er ikke tilfældet for *Det vildt voksende kontor*. Her er kunsten snarere kommet for tidligt. Medarbejderne har ikke været klar til at deltage i refleksionerne om gestaltningen af deres fremtidige kontor. Helt konkret har ikke alle medarbejdere tiltrådt deres stillinger, så det har ikke været muligt at afholde den ønskede fælles workshop i kulturel forståelse, som skulle ligge til grund for konkretiseringen af det sociale design. Svagheden er derfor blevet, at konceptet er så bredt, at det savner konkretisering i forhold til, hvordan det udformes som helhed i praksis. *Mera Möllan* har alle tiders chance for at etablere en reflekteret kultur i de nye lokaler. Risikoen er, at der blandt medarbejderne ikke findes den fornødne interesse og energi til at engagere sig i dette arbejde.

9.7 Konklusion

Svaret på problemstillingen kommer an på en prøve. Udfra rapportens teoretiske indfaldsvinkel postuleres der afslutningsvist fire måder, hvorpå socialt design kan gavne forholdet mellem borgere og ansatte i offentlige institutioner som *Mera Möllan* og *Aktivitetssporten*.

- 1) Socialt design fokuserer på kulturel forståelse for øget imødekommenhed
- 2) Socialt design artikulerer institutionens værdier både internt og eksternt (med visuelle, sanselige og taktile virkemidler)

- 3) Socialt design øger social inklusion gennem positiv indstilling til diversitet og kulturelle resurser
- 4) Socialt design er en institutionel isbryder

10 Referencer

10.1 Illustrationer

Forsideillustration: Jungeltapet som man selv kan farvelægge. Tapetet er et konkret forslag til dekorerung af søjlerne i *Mera Möllans* lokaler.

Illu. 1: *Guerrilla gardening*: Majs, jordbær og bærbuske plantet af miljøaktivister ved kirke i Malmö. Eksempel på borgerens eget initiativ til at skabe små forandringer der påvirker udviklingen af lokalmiljøet. Foto: den 2. juni 2009

Illu. 2: Nærbilleder af *Guerrilla gardening*: Eksempel på social design, spontankultur og civil ulydighed

Illu. 3: Skulptur på Möllevångstorvet der symboliserer arbejderne der løfter industrien

Illu. 4: To karakteristiske grafer for Möllevången der illustrere den unge aldersfordelingen blandt beboerne og den store andel "singler" der bor i husstande med én beboer. Kilde: *038.möllevången.pdf*, www.malmo.se, Den 28. april 2009

Illu. 5: Facaden på Mera Möllans og Aktivitetsportens nye lokaler

Illu. 6: Første planlægning af renovering og ruminddeling i de nye lokaler den 13. marts 2009

Illu. 7: Vindueskarm i Aktivitetsportens nuværende lokaler

Illu. 8: Målgruppediagram for Mera Möllan og Aktivitetsporten

Illu. 9: Kilde: Duelund, Peter, *Den danske kulturmodel. En idépolitisk redegørelse*. Århus 1995

Illu. 10: Kilde: Breknock, Richard [2006] *Intercultural City more than just a bridge, planning & designing culturally*

Illu. 11: Dorthe Skot Hansens udlægning af en model af Lia Ghilhardi [2003]

Cultural planning and Cultural Divercity, paper.

Kilde: www.kulturforvalterne.dk

Illu. 12: Stemningsbillede fra den daglige torvehandel på Möllevångstorvet. Maj 2009

Illu. 13: Kilde: Breknock, Richard [2006] *Intercultural City more than just a bridge, planning & designing culturally*.

- Illu. 14: Kilde: Breknock, Richard [2006] *Intercultural City more than just a bridge, planning & designing culturally*
- Illu. 15: Eksempel på halvhjertet indretning i Aktivitetsportens nuværende lokaler der påvirker indtrykket af stedet
- Illu. 16: Stemningsbilleder fra Muhabets lokaler. Kilde: www.muhabet.dk
- Illu. 17: MindLab: Fleksibelt kontorslandskab og et brainstorm rum udformet som en hjerne i whitebord materiale. Kilde: Bøjer, Bodilm Hovaldt; Bosch, Rosan [2006] *Bosch & Fjord*
- Illu. 18: Udsnit af kopsamlingen på MindLab. Foto: MindLab
- Illu. 19: Nye krus i Aktivitetsportens nuværende lokaler
- Illu. 20: Nye stiklinger i Aktivitetsportens nuværende lokaler
- Illu. 21: Aktivitetsportens nuværende lokaler efter evaluering af plantetesten
- Illu. 22: *Guerrilla gardening* 2 måneder senere. Fotograferet den 6. august 2009
Det oprindeligt skilt er blevet byttet ud med et nyt hvorpå der står: "Glem ikke at høste! Mykorrhiza"

10.2 Litteratur

Arvidsson, Adam; Tjäder, Daniel [2009] *Slutrapport – Laboratorium för spontankultur*, Kulturförvaltningen, Malmö stad

Bason, Christian. Knudsen, Sune. Toft, Sørensen [2009] *Sæt borgeren i spil*
Gyldendal Business

Bianchini, Franco; Landry Charles [1994] *The Creative City, Working Paper 3: Indicators of a Creative City A Methodology for Assessing Urban Viability and Vitality*, Comedia

Bjergborg, Marianne [2007] Tidsskriftet: *Socialpsykiatri*, september 2007.
Videnscenter for Socialpsykiatri

Bloomfield, Jude. Bianchini, Franco [2004] *Planning for the Intercultural City*. Working Paper. Comedia

Brecknock, Richard [2006] *More than just a bridge: planning & designing culturally*, Comedia

Bøjer, Bodilm Hovaldt; Bosch, Rosan [2006] *Bosch & Fjord*, www.bosch-fjord.com

Dueland, Peter [1995] *Den danske kulturmodel. En idépolitisk redegørelse*, KLIM/Nordisk Kultur Institut

Evans, Graeme [2001] *Cultural planning. An urban renaissance*, Routledge

Ghilardi, Lia [2003] *Cultural strategies: A UK approach to cultural development, Part 2*
PowerPoint præsentation ved konferencen "Kulturpolitisk planlægning", København
27 November 2003, Noema

Ghilardi, Lia [2003] *Cultural planning and Cultural diversity*. Paper

Herlitz, Gillis [1999] *Kulturgrammatik* Uppsala Publising House

Hall, Edward T [1969,1990] *The hidden dimension*, Anchor Books

Hall, Edward T [1973,1990] *The silent language*, Anchor Books

<http://www.visible.dk/videnom/Farvers-betydning.php>, den 27. April 2009

Jørgensen, Rikke; Parize, Stéphane [2008] *Muhabet en oase i storbyen*, Rapport, Roskilde Universitetscenter

Landry, Charles; Wood, Phil [2008] *The Intercultural City – Planning for diversity advantage*, Earthscan, London

Landry, Charles: [xxxx] *Creativity and the city: Thinking through the steps*, Working Paper, Comedia

Landry, Charles: [1994] *The Creative City, working Paper: Indicators of a Creative City*, Comedia

Landry, Charles [2008] *The Intercultural City- planning for diversity advantage*
Earthscan

Lynch, K [1994] *The image of the city*, MIT, Cambridge

Malmö stad [2007] *14. Malmöbor födda i utlandet, per stadsdel. 1 januari 2007* Excel dokument, www.malmo.se, den 28. april 2009

Malmö stad [2009] *Mera möllan 2009-2012*, Word dokument

Malmö stad [2008] *038.möllevången.pdf*, www.malmo.se, den 28. april 2009

Malmö stad [2006] *Utvecklingsplan för Möllevångens stadsmiljö*

Malmö stad [2008] *Åtgärdsprogram Hej Södra Innerstaden*. Pdf dokument

Matti, Gunnar [2007] *Cultural Planning på svenska*, pdf Rapport fra en konferens i Heby 2007-12-04, Kultur i länet, <http://www.lul.se/upload/18003/cultural-planning-pa-svenska-rapport-GM.pdf>, den 8. april 2009

Nilsson, Sven [2003] *Kulturens nya vägar*. Polyvalent

Pagh, Christian; Vesterdal Ida [2008] *Changing Metropolis*. Via design

Sir John Egan [2003] *The Egan Review: Skills for Sustainable Communities*

Skot-Hansen, Dorthe [2007] *Byen som scene- kultur- og planlægning i oplevelsessamfundet*. Bibliotekarforbundet

Strand, Ida m. flere [2008] *10 principles for sustainable citygovernance*. Huset mandag morgen

Wood, Phil [2006] *Planning and engaging with intercultural communities*, Comedia og Academy for Sustainable Communities

10.3 Hjemmesider

www.dr.dk/P1/P1Morgen/Udsendelser/2009/02/17/101030.htm

www.kulturforvalterne.dk

www.lul.se (Landstinget i Upsala Län)

www.malmo.se

www.mind-lab.org

www.muhabet.dk

www.regeringen.se

www.socialpsykiatri.dk

www.socialokonomi.dk

www.tryggamollevangen.se

www.visible.dk

11 Bilag

11.1 Folder: Det vildt voksende kontor

11.2 Konkret designforslag til *Mera Möllans* plantesamling

11.3 Illustrationer baseret på *Mera Möllans* værdisætning

11.4 Planløsning og rumfordeling

11.1 Folder: Det vildt voksende kontor

11.2 Konkret designforslag til Mera Möllans plantesamling

Illustration på et konkret forslag til hvordan en fremtidig plantesamlingen på *Mera Möllan* kan opstilles på reoler fritstående i lokalet som skillevæg. Reoler og urtepotteskjulere bliver indkøbt i genbrugsforretninger.



11.3 Illustrationer baseret på Mera Möllans värdisætning

Fire illustrationer lavet på baggrund af Mera Möllans værdier, som er udvalgt i dialog med *Mera Möllans* medarbejdere. Dette er eksempel på, hvordan man kan kommunikerer med artefakter og brugsgenstande.



11.4 Planløsning og rumfordeling

