

Introduktion

Tillåt mig presentera mig själv, jag heter Thuur Caris. Jag är här för att representera min hemstad Groningen i Nederländerna, i samband med Creative City Challengeprojektets utbytesprogram.

Tiden rinner iväg och det finns mycket så mycket som vi skulle kunna prata om. Jag har därför fattat ett beslut. Jag skulle kunna prata om min hemstad Groningen, om dess lokala ekonomi och policys kring innovation och kreativt företagande. Jag skulle även kunna introducera mig själv genom att prata om de saker jag sysslar med, dvs. att jag leder vår miljö för innovation, som är delar av det världsomfattande Fablabnätverket. Jag jobbar även för Hansa university of applied studies, där jag utvecklar organiseringen till the Academy of popular culture and Arts, och hjälper till med att sätta up forskningscentret för "Art and Society". Eller så skulle jag kunna prata om mitt arbete som ny mediakonstnär, eller som en nybörjarforskare där jag studerar (sub-)kulturellt inflytande på samhälle och offentliga rum. Det kanske även skulle vara intressant att dela med mig av mina erfarenheter av att sätta upp en inkubator för kreativt företagande i Groningen. På det stora hela skulle jag kunna presentera ett väldigt "seriöst tal".

Men det tänker jag inte göra. Varför?

Främlingen

Därför att jag tycker att dagens presentationer var utmärkta och att ni inte behöver ytterligare en expert, jag skulle hellre vilja presentera mig som en "främling". Jag tror att en "främling" kan spela en annorlunda men viktig roll i den process ni befinner er just nu. Tillåt mig således att betrakta Falköping från ett opartiskt perspektiv och ge en åsikt som en slags "främling". Om ni skulle fråga mig "hur står det till?" tolkar jag inte det som "vad sysslar du med?" utan som "hur mår du/hur känner du dig".. tja, jag anlände igår, ganska sent på kvällen, till Göteborg. Det var en lång resa och jag gick och lade mig ganska tidigt eftersom jag skulle gå upp halv sex för att kunna vara här i tid. Jag kan inte språket, jag känner ingen. Jag är en främling, känner mig ganska ensam, och för att vara helt ärlig; just nu känner jag inte för "seriösa tal". Om sanningen ska fram så är jag i behov av lite "småprat" för att få mig att känna mig väl till lagds.

Jag väljer att tillbringa min timme på konferensen med att grubbla på skillnaden mellan "seriösa tal" och "småprat", för jag tror det summerar dagens samtalsämnen, så väl som den allmänomfattande utmaningen som varje lokalt samhälle står inför inom globaliseringens ramar. Vad kan ni göra som region för att positionera er på världsmarknaderna och den globala teknologiska utvecklingens arena?

Angående "seriösa tal" och "småprat"

"Seriösa tal" kanske hjälper oss att handskas med praktiska problem på ett rationellt sätt, men det kommer inte vägleda oss genom livet. Därför behöver vi "småprat". "Småprat" kommer från vår personliga röst. Det är den röst som hörs när vi pratar under "kvalitetstiden" som vi tillbringar med våra nära och kära. Det är sättet vi pratar på med en nyfödd, så väl som när vi befinner i det moment då vi lämnar livet. Det skulle vara absurt att bruka rationella, emotionellt distanserade "seriösa tal" under dessa kritiska intima stunder. "Småprat" handlar om att släppa våra försvarsmurar och öppna sig och lyssna på våra inre röster.



Igår hade jag tillräckligt med tid för att kunna promenera genom Göteborg innan jag gick och lade mig. Vid hotellreceptionen hittade jag en typisk turistkarta. Jag tog med den för inte gå vilse. Utöver det var inte kartan till någon större nytta, för som en främling var jag ensam och det fanns inga människor på kartan. Det var fylld med funktioner, erbjudanden och institutioner – allt utifrån en rationell och kommersiell mall à la "seriösa tal". Det fick mig att känna mig ännu mer ensam.

Det är underligt hur varje stad presenterar sig till besökare med dessa typiska hotellkartor. Jag reser till många olika städer och har en hel del av deras hotellkartor. En gång hamnade jag i Tallin och av misstag använde jag Hamburgs hotellkarta som jag fortfarande hade i min resväska från en tidigare visit. Alla dessa kartor ser likadana ut och framställer staden som ytterligare en H&M-McDonalds-whatever-franchise outlet, som vi, som Atle Johansen citerade "roar oss till döds med". Hur underbart skulle det inte vara ifall man kunde ha en karta som är fylld med "småprat"; skvaller, urbana myter, lokala tokstollar och vanliga människor som pratar om sina

passioner. Hur underbart skulle det inte vara ifall man som främling skulle kunna gå på en krog eller affär och fråga efter någon (som man inte känner) som heter Pelle för att "jag förstod utifrån kartan att han jobbar här och att han är en mästare i att skära bonsaiträd. Jag skulle vilja visa honom en bild från min Bonsai jag har hemma".

Hållbar PR

"Seriösa tal" använder sig av handelns, vetenskapens och teknologins objektiva språk. Det är inte viktigt vem det är som pratar utan vad som sägs. Varje person som använder "seriösa tal" representerar dessa institutioner, för vidare dess logik, och är inte involverad som privatperson – och därför – blir socialt disponibel. Den "seriösa talaren" misstänks ansvara endast över sitt egenintresse. Jag skulle vilja argumentera för att de relationer som baseras på "seriösa tal" inte är hållbara, och inte heller av värde. Vi behöver en viss mängd "småprat" för att göra en relation personlig och i sin konsekvens, mer hållbar och värdefull.

"Småprat" är vårt subjektiva språk som innefattar vårt vardagliga, lokala och personliga liv. I vårt vardagliga liv är vi alla unika och ingen kan bytas ut mot någon annan. Personliga relationer är värdefulla och hållbara. Här är det viktigare att man säger någonting överhuvudtaget så länge man gör det som en ärlig människa med en annan och turas om att ömsesidigt visa uppmärksamhet. Med "småprat" kommunicerar vi vårt intresse för en annan person och vår vilja att vårda, att tillskriva värde.

Som samhälle fokuserar man kanske sina offentliga relationer på kommersiella, disponibla tillfälliga och ansiktslösa kontakter i en större skala. Man kan också välja att stärka personliga hållbara offentliga relationer. Min åsikt är att det senare inte är "ytterligare en valmöjlighet", utan det är ännu bättre.



Vår tids stora utmaning är att skapa en bro mellan det seriösa talets logik och småpratets logik, detta gäller såväl inom urban planering, marknadsföring, företagande, och utbildning som i vårt privat liv. Vi behöver harmonisera det globala med det lokala. Vi behöver skapa ett utrymme inom det abstrakta och generella för att det specifika och genuina ska kunna gro, och för att våra sociala och offentliga relationer inom och utanför samhället ska bli personligare – dvs. hållbara och värdefulla. Seriösa tal kan ses som praktiserandet av det stora berättandet, den moderna tidens 'stora ideologier'.

I dessa senmoderna eller postmoderna tider har alla dessa "stora berättelser" kända brister och exponerades för allmänheten; vittrande väggar, kraschande marknader och politiska skandaler. Allmänheten "förlorade sin religion" och sin naivitet. Man skulle kunna hävda att i postmodernismens tidsålder återstår inget annat än "stora lögner", "slogans", "snicksnack" och "populism". Ska man komma bort från denna defaitistiska period i historien måste vi göra oss av med den arroganta modernistiska uppfattningen att det finns en dikotomisk hierarki i vårt tal och tänkande, att "ju större, desto bättre".

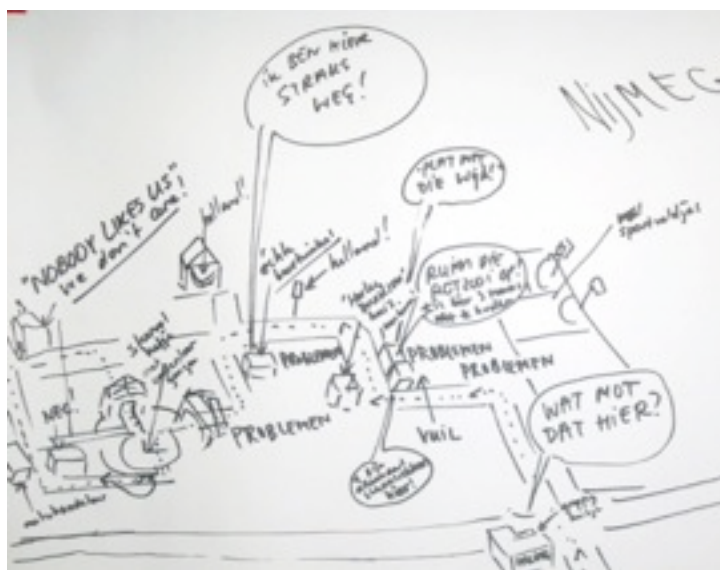
Vi måste transkribera de "stora mänskliga projekten" till "småprat" innan "småprat" förvandlas till en ideologi; tänk globalt, agera lokalt och viceversa. City Branding, inom dessa tankebanor handlar om att upptäcka ens egen unika outbytbara lokala identitet å ena sidan, å andra sidan handlar det om att strategiskt kunna positionera denna identitet inom en global kontext. När man lyckas ställa det lokala på samma linje som det globala, kommer kraften av en sådan identitet att vara enorm. Den (kraften) kommer inte bara baseras på institutionernas logik och fakta (lögner, stora lögner och statistik) men också stöddas av mun-till-munmetoden, det 'verkliga livets' bekräftande, personlig hängivenhet och socialt omvårdande.

Det lokala och det globala

Lars Lindström förklarade för oss denna morgon hur hans företag lyckades få en inblick i den lokala kulturen och hur detta hjälpte företaget att visa sitt mänskliga ansikte, skapa offentlig good will, såväl som stolthet och motivation bland arbetarna. Detta resulterade i en häpnadsväckande ökad produktivitet. Jag tycker han gav oss ett bra exempel på hur konst och samhällsutveckling kan gå hand i hand med profit och ekonomisk tillväxt. Johan Belin i sin tur visade "småpratets" kraft genom sociala medier, hur ett simpelt enstaka vittnesmål från ett vardagligt personligt perspektiv kan upphäva ett miljarddollarsföretags image. Evelina Wahlqvist förklarade att

framtidens ekonomi inte består av maskiner eller fastigheter utan av människor och idéer. Conny Svenson och Eleonor Björnfot yrkade för att inte följa metropolens snabba takt utan att motsätta sig den med det lantliga livets långsamma kvalitéer.

Jag skulle vilja argumentera för att det genomgående temat i alla dessa presentationer är våra samhällens och företags utmaning som skall överbygga klyftan mellan "det stora, korporativa och rationella" och "det lilla,



personliga och intuitiva". Dagens huvudfråga är "Hur skall vi få dessa separata världar – vi kan summera dem i det lokala och globala – att mötas?".

Om vi inte lyckas förvandla denna dualism till en ömsesidig lärande process, kommer den förvandlas till ett dödläge eller ett strypgrepp som leder till likgiltighet och vårdslöshet.

Kreativitet

Kalkyl och retorik hjälper oss inte att lösa denna fråga. Vi misstänker att kreativitet kanske gör det, och jag tror det, MEN vi behöver klargöra vad som menas när det talas om "kreativitet". Vad betyder det? Till att börja med: "Att skapa" (to create) betyder "att skapa/forma/göra någonting". Men alla typer av produktion är inte kreativa. När vi använder ordet "kreativ" menar vi att något särskilt skapas. Och när vi talar om "kreativt företagande" eller kreativa städer fokuserar vi på kreativitet som en kompetens som bidrar till ett autentiskt värde för våra produkter, vår service, våra organisationer och samhällen. "Att vara kreativ" innebär att "göra en autentisk och värdefull skillnad". När någon eller någonting gör en "autentisk och värdefull skillnad" inom ramen för hur vi jobbar, tänker, lever, då säger vi "Det där är kreativt!". Jag vill alltså bli av med de missuppfattningar som finns kring kreativitet. För det första: "att vara kreativ" betyder inte att vara uppseendeväckande, underhållande eller artistisk. Att bygga en opera är inte en kreativ handling i sig. Arkitekturen kan göra en autentisk och värdefull skillnad, likaså föreställningarna. Men det kan lika gärna vara "ytterligare ett operahus" som spelar upp "ännu en föreställning", utan att göra en autentisk betydelsefull skillnad. För det andra: "Att vara kreativ" är inte ett privilegium för artister eller kosmopoliter. Alla kan vara kreativa i vad de nu ägnar sig åt och det kan ske var som helst, även på avlägsna små platser. Man skulle kunna vara en kreativ bonde i en kreativ by genom att göra genuin betydelsefull skillnad i byn. Men – och detta är den tredje missuppfattningen, fastän vi måste erkänna kreativitet som en viktig mänsklig kompetens, behöver vi inte förvänta att varje person i en industri eller samhälle skall vara "så kreativa". Det räcker gott och väl att uppskatta kreativiteten och värdera de möjligheter som det genererar. I slutändan behöver vi ändå en robust och pålitlig grund som skyddsåtgärd för våra "kreativa experiment". Det handlar om att kombinera kompetenser.

Att göra autentisk värdefull skillnad

Hur gör man då "autentisk värdefull skillnad"? Vilka kompetenser behöver vi för att vara kreativa? Jag tror att detta är en typexempel på "tyst kunskap": Alla känner igen kreativitet när det uppstår, men det är svårt att definiera processen i ord. Låt mig göra ett försök; "att vara kreativ" – eller i detta fall – "att göra autentisk värdefull skillnad":

För att nå våra mål att tänka sidleds, upptäcka omvägar, vända på rutiner och undvika förhållande behöver vi vara mottagliga, känsliga, experimentella, lekfulla, smarta och fyndiga medan vi fokuserar på det annorlunda, den andra, det ouppmärksammade och det oväntade. Detta leder mig in i mitt sista uttalande som jag skulle vilja göra kring kreativitet. Eftersom vi

föddes i en tid som präglas av rationalitet, mekanik och uträkning, kanske vi tenderar att sträva mot just en rationell, mekanisk och beräknande förståelse för kreativitet. Jag tror inte det kommer funka. Vi borde betrakta kreativitet inom som ett komplement till det rationella, analytiska angripssättet. Vi föds som artister. Som barn observerar vi och experimenterar med naturen. Och vi tycker om vad detta gör med våra sinnen. Det är på detta sättet som vi lär oss saker och utvecklar vår identitet. Men jag förstår inte varför vi upphör att vara kreativa vid en viss ålder. Om du precis nu tar en kamera, bli av med dina skrupler och börja observera på plats genom kameran, och ställer dig frågan "vad ser jag egentligen?" så kommer du inse att det finns så mycket mer än vad du föreställde dig för bara en minut sedan.

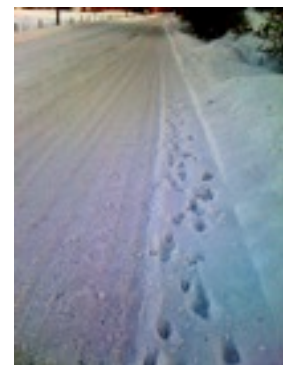
Att spåra

Jag gillar att gå omkring som en spårhund och fokusera på de detaljer som kanske försummas vid första anblick. Jag försöker hitta spåren och fantisera kring dess mening. Detta är några bilder jag tog medan jag vandrade genom Groningen, och detta är några bilder som jag tog imorse utanför konferensrummet. Jag hittade dessa spår och började tänka på de djur som finns här i Falköping. Sedan såg jag en staty på en räv utanför entrén och tänkte "Räven skulle vara en utmärkt maskot för 'kreativa Falköping!'" Räven är en duktig observatör. Den förstår inte bara terrängens egenskaper utan även dess bytes rädsla (t ex. en kyckling) och dess fiendes karaktär (jag föreställer mig en envis bonde). Rävar sysslar inte med geometri eller statistik. De förlitar sig på den tysta kunskapen och platsbundna visdom. En räv har inte bara en överblick över situationen utan är även kapabel att föreställa sig dess möjligheter. Räven är en väldigt kreativ entreprenör!

Efter att ha hört presentationen av Citta Slow, dök bilden av en räv upp igen. I min fantasi föreställde jag mig en affisch med bilden på en räv som smög upp bakom en kyckling, och en text som löd: "Ta det varsamt, den som väntar på något gott väntar aldrig för länge". Jag samlade ihop lite material från nätet för att presentera just denna idé. Det är så här kreativitet fungerar för mig: Öppna ditt sinne och observera, lyssna, ta in, återhämta, kombinera och blanda om.

Kartlägga Falköping

Så vem är jag?(Jag håller fortfarande på att presentera mig själv), tja, om du letar efter den där "bohemiska intellektuella typen som



gjorde nytta för sitt samhälle" – så har du mig här. Och jag är här som en professionell utomstående för att berätta för dig hur kreativitet kan fungera i ett samhälle ifall man använder sig av "det lilla berättandet". Om du nu skulle fråga mig: "Hur kan jag stå dig till tjänst, främling?" så skulle jag svara – "Rita upp en karta över ditt samhälle som inte är fullproppat med en massa "seriösa tal" om funktioner och handel, men fylld av "småprat", det "lilla berättandet", lokalbefolkningens röst. En sådan karta skulle få mig att kunna relatera till dig och få mig att känna mig hemma. Och ifall jag känner mig hemma i lokalsamhället, kommer jag värda det och värdesätta det, liksom vem som helst annan.

För att nu göra en karta som består av "småprat" betyder det att man måste hämta in berättelser. Här några bilder från min samling av berättelser som jag gjorde i Groningen och andra städer. Jag har några tips.

Tips #1 – Följ inga vanliga vägar. Detta är några bilder från ett stadssafari vi organiserade; Vi genomkorsade igenom staden, tog och in genom fönster och bakdörrar.

Vi undvek den allmänna vägen och lyssnade på lokalradio. Vi deltagare sände mobilsamtal och liveupptagningar från händelsen.



Tips #2. Använd saker som kan användas för att skapa konversation. Detta är någonstans i östra London där vi gick ut på gatan med hattar som symboliserade våra personliga identiteter. När vi sprang på någon annan som hade hatt på sig inledde vi en konversation, och föreslog att vi kunde byta hattar för att våra perspektiv.



Tips #3. Visa ett personligt intresse.

Genom att gå genom områden och rita, ta bilder eller föra anteckningar kommer du locka till uppmärksamhet och folk kommer fråga vad du håller på med. När du visar uppriktigt intresse för dem och deras samhälle kommer du bli förvånad över den gästvänlighet och öppenhjärtighet du får som gensvar. "Seriösa tal" är allergiska mot NIMBY (not in my backyard)-attityden, dvs. den attityd som säger "du får gärna ordna dina projekt, men inte på mitt område". Om du däremot bemöter du folk med "småprat" är du välkommen in till bakgården/trädgården.



Tips #4. Gör ingripande i tröga rutiner. Upplös den allmänna tristessen med en lekfull gest. Det kommer glädja människor och öppna upp för fantasin. Här är ett exempel på "konstnärligt ingripande".

En måndag morgon placerade vi femtio sängar framför stadshuset i Groningen, och förvandlade det allmänna torget till en gigantisk sovsal. Vi bjöd in folk till att få ligga ner och drömma om deras samhälles framtid. Vi samlade in drömmarna och levererade dem till stadshuset.



Det finns inget universellt recept för en lyckad insamling av berättelser. När du samlar in egna berättelser för att för att kunna göra kartan, måste du hitta på dina egna strategier. Jag är väldigt nyfiken på de strategier som du kan komma på. Och om du skulle skicka mig denna karta, så lovar jag att återvända och använda den för att hitta min väg genom denna vackra region.

Jag skulle vilja be dig att börja samla berättelser nu på en gång. Tiden är knapp så ni skulle även kunna sitta ner tillsammans i små grupper och dela era personliga berättelser kring regionen. Jag hoppas det kommer inspirera er till att bygga en personlig, mänsklig bild av Falköping; en bild som skapar sympati och stöd för hållbar PR.

Å Groningens vägnar hoppas jag att ni har uppskattat mitt bidrag till detta Creative City Challenge utbytesprogram. För mig har det varit väldigt inspirerande att dela era visioner och erfarenheter. Vi borde göra det oftare.

Då kör vi.

Tack.

Thuur Carin