



# Dialogmodellen

för ungas inflytande och delaktighet i kulturlivet

## **UTGIVEN AV REGION VÄRMLAND**

Faktasammanställning och text: Alma Hallgren och Marie Persson,  
Kulturstaben, Region Värmland

Frågor om innehållet: [kultur@regionvarmland.se](mailto:kultur@regionvarmland.se)

Foto framsida: Linn Malmén

## **REGION VÄRMLAND**

Regionens Hus  
651 82 Karlstad

Rapporten är producerad av Region Värmlands kommunikations-  
avdelning i juni 2019.

# Innehåll

Varför en dialogmodell? _____	5
Hur gjorde vi? _____	5
Dialogmodellen _____	7
Hur kan ni nå ungdomar? _____	7
Hur ofta ska ni ses? _____	8
På mötet – hur ska ni ses? _____	9
Och efter mötet då? _____	10
Ungdomar vill vara med – tillåt dem _____	10
Checklista _____	13
Referenslista _____	14



# Varför en dialogmodell?

Kultur med, för och av barn och unga är ett prioriterat område inom kulturpolitiken.

Att barn och unga får möjlighet att använda sin kreativitet och sina kulturella uttrycksätt bidrar till engagemang och innovationskraft även inom andra samhällsområden.

Offentliga aktörer, kulturverksamheter, studieförbund och andra verkar för att barn och unga ska kunna ta del av ett varierat kulturutbud av hög kvalitet och få möjlighet till eget skapande.

Men hur ska kulturverksamheterna skapa möjligheter för barn och unga att bli delaktiga och få inflytande över kulturlivet? Hur ska de unga kunna komma till tals?

Ungdomar besitter kompetens, kunskap och erfarenheter som kulturverksamheterna skulle kunna dra mycket större nytta av när de planerar och utvärderar sin verksamhet.

Att på ett fördjupat sätt inkludera ungdomar ligger också i linje med FN:s barnkonvention, som blir svensk lag från år 2020. Konventionen fastställer att konventionsstaterna ska respektera och främja barnets rätt att till fullo delta i det kulturella och konstnärliga livet och uppmuntra tillhandahållandet av lämpliga och lika möjligheter för kulturell och konstnärlig verksamhet.

För att bidra till att öka ungas delaktighet och inflytande har Region Värmland tagit fram en dialogmodell som kan användas av kulturverksamheter.

## Hur gjorde vi?

För att få underlag för en dialogmodell inleddes ett samarbete med Värmlands Museum. Våren 2018 genomfördes satsningen *Unga experter*. Syftet var att tillsammans med en grupp ungdomar utforma och ge innehåll till museets nya utställningar.

Erfarenheterna från *Unga experter* låg till grund för det fortsatta arbetet med att ta fram modellen. Alma Hallgren, som själv tillhör målgruppen, projektanställdes på Region Värmlands kulturstab. Hennes fokus har legat på att möta kulturintresserade ungdomar samt representanter för kulturverksamheter som på något sätt möter unga. I arbetet har det också ingått en workshop för unga och en enkät. Totalt har ett 60-tal personer medverkat i arbetet.

Är ni intresserade av *Unga experter* och hur arbetet med att ta fram dialogmodellen gått till? Den informationen hittar du på [regionvarmland.se/kultur/kulturplan](http://regionvarmland.se/kultur/kulturplan).



### DELAKTIGHET

Hur drar vi nytta av ungdomars kunskap i kulturlivet?

Foto: Øyvind Lund





# Dialogmodellen

Ska ni arbeta med ungdomar? Då finns det flera frågor din organisation behöver ställa:

- Varför vill och ska ni arbeta med ungdomar?
- Vilka ungdomar vill ni nå? Är det ungdomar i en särskild ålder, med ett särskilt intresse eller ungdomar i allmänhet?
- Vad förväntar ni er att ungdomarna ska bidra till? Hur kan de utveckla verksamheten?

Grundinställningen hos er som mottagande organisation måste vara att ungdomar är en resurs med kompetens, kunskap och erfarenhet. De ska inte kvoterats in på grund av sin ålder.

## Hur kan ni nå ungdomar?

Många ungdomar är kulturintresserade – rekrytera efter intresse och värdesätt kompetens.

- Prata med unga om det som direkt berör dem, som till exempel ert utbud.
- Var konkret och tydlig.

- Använd sociala medier – helst flera stycken.
- Rekrytera på platser där ungdomar finns.
- Anpassa tider för möten, lokaler och kommunikationssätt efter målgruppen.
- Använd unga för att nå unga.

Och kom ihåg: Ni kan aldrig nå alla.

Att ha unga representerade i en verksamhet är värdefullt. Det är de som är proffsen när det kommer till sin egen målgrupp.

Ungdomar pratar helst om utbud och frågor som direkt berör dem. Vill ni få input av ungdomar för att utveckla verksamheten? Börja med det konkreta och tydliga!

Ungdomar är ingen homogen grupp. En mindre grupp kan inte representera hela sin generation. Därför är det viktigt att värdera vilken slags kompetens eller vilka intressen hos ungdomarna ni letar efter, snarare än att fokusera på hur

gamla de ska vara. Rekrytera utifrån intresse om ni vill starta ett ungdomsråd för er organisation, vare sig det gäller löpande verksamhet eller ett projekt.

Starta en kampanj på sociala medier för att få spridning och uppmärksamhet hos den åldersgrupp ni vill nå. Ungdomar använder flera sociala medier, och olika grupper använder olika sociala medier, så var synlig på flera. De vanligaste sociala medierna för ungdomar i åldern 13–25 år är Facebook Messenger, Snapchat, Instagram och Twitter.

En vanlig myt är att ungdomar inte använder mejl. Det stämmer inte. Ungdomar använder mejl, främst i professionella sammanhang som i kontakter om skola eller jobb. Och de använder hellre mejl än telefonsamtal, sms och sociala medier i de kontakterna. Men för att hålla kontakten mellan möten vill många helst använda Facebook Messenger.



Var på plats där ungdomar finns! Vilka arrangemang finns planerade just nu för ungdomar med de intressen ni söker? Besök skolor och evenemang som är riktade till ungdomar. Använd till exempel Ung Kultur Möts-festivaler, idrottsföreningar, Livekarusellen, musikfestivaler, fritidsgårdar och andra arenor och evenemang där ungdomar finns och där ni kan nå dem direkt.

Ska ni bjuda ungdomar till möten? Anpassa då mötestiderna så de passar så många som möjligt. Kolla upp när lov och studiedagar planeras i den/de kommuner ni vill nå och eventuella tentamenstider på universitetet. Använd lokaler som de unga lätt kan ta sig till. Många åker kollektivt, hur ser det ut med buss-och tågtider? Finns det en busshållplats nära?

Använd ungdomar för att nå ungdomar. Kan-ske finns någon yngre medarbetare som kan användas i marknadsföringen, som kan leda gruppens möten och vara kontaktperson. Att prata med någon som befinner sig nära en själv i ålder är lättare och kan öppna upp för friare samtal. Använd de kontakter som finns för att locka fler, nya och andra målgrupper än de som vanligen nås av verksamheten.

Tänk på att *alla* inte är en målgrupp, utan att ni har flera målgrupper. Fokusera på dem ni vill nå och värdesätt deras närvaro. Vill ni nå fler kan ni utöka efter hand.

## Hur ofta ska ni ses?

- Viktigt att ses i verkligheten och digitalt.
- Fyra gånger fysiskt och fyra gånger digitalt per år.

Den som är ung idag har levt med det digitala hela sitt liv. För dem är det lika självklart att ses fysiskt i ett rum med bord och stolar, som att hålla kontakten på olika digitala plattformar. Utöver att ha kontakt digitalt är det fortfarande viktigt att träffas fysiskt – in real life, IRL – för att få hälsa och veta vilka har att göra med.

Ska ni ses återkommande? Fyra fysiska möten på ett år kan vara lagom. De kan gärna kompletteras med fyra digitala möten.

Digitala mötesrum är viktiga för att hålla igång motivation mellan möten och för att kunna diskutera. Digitala möten hålls helst via Skype eller Discord. Telefonmöten är inget som ungdomar föredrar.



## På mötet – hur ska ni ses?

- Ta gärna i hand.
- Fika är viktigt.
- Lägg tid på presentation.
- Värdesätt närvaro.
- Tydliga ramar, mål och struktur.
- Skapa levande möten.
- Dokumentera.
- Återkoppla.

Skapa en välkomnande och inkluderande miljö. Börja gärna med att ta i hand och uppmärksamma alla som kommit till mötet, och lär dig alla namn. Fika och informella samtal är alltid ett bra sätt att börja ett möte och skapa en relation till deltagarna. Tänk på att de har kommit dit frivilligt. Ställ frågan om varför de är där. Svaret ger dig nycklar att arbeta vidare med för att utveckla engagemanget.

Alla i rummet känner förmodligen inte varandra, lägg därför tid på presentation. Det finns olika sätt att presentera sig, kanske kan alla intervjua sin bordsgranne och presentera varandra, lyfta fram tre viktiga saker om sig själv eller presentera sig med en teckning. Ett udda sätt att presentera sig skapar en lättare stämning.

Värdesätt de som är där. Kanske hade ni hoppats få en grupp på 20 personer, men fick sju? Eller hade planerat för

tio, men fick ansökningar från 50? De som kommer och är på plats är de viktiga. Fokusera på de som är aktiva och få dem att känna sig värdefulla.

Presentera verksamheten och vad ungdomarna gör där, vad de förväntas bidra med och formulera ett tydligt mål och förväntat resultat av ungdomarnas närvaro och engagemang. Utgå ifrån att ni tillsammans är på samma nivå fast med olika kompetens och erfarenheter. Det möte ni tillsammans har valt att ha ska skapa ett utbyte. Ge ungdomarna ansvar och inflytande på riktigt. Gör inte saker **åt** dem, utan **med** dem. Och glöm inte att ha en allmänt positiv och öppen inställning till de idéer och den input som kommer fram. Det skapar en trygg miljö för alla att kunna tänka fritt.

Det är viktigt med levande möten. Det innebär att mötet mellan de intresserade ungdomarna och kulturverksamhetens vuxna inte ska vara ett vanligt ”vuxet” möte kring ett tomt bord. Lägg in interaktivitet och kreativa diskussionsövningar. Att ha en aktivitet tillsammans, workshops, olika sätt att samtala med hjälp av post-it lappar, färgglada pennor, stora pappersark och övningar öppnar upp mötet och gör att ni aktivt kan arbeta tillsammans. Delta på samma villkor i alla övningar – led dem inte bara.

Tänk på att skapa möjlighet till att spåna fritt men samtidigt ha konkreta saker att tycka till om. Återkom och återkoppla till målet ni formulerat för att se hur ni förhåller er till det. Bidrar



### VÄLKOMMEN!

Det är viktigt att skapa en inkluderande miljö på mötet.

Foto sid. 6: Linn Malmén  
Foto sid. 8: Øyvind Lund

förslagen som kommit fram till att uppfylla mål och skapa resultat? Behöver något göras om? Hur?

Dokumentera det som händer och sägs på era möten, fysiska såväl som digitala. Återkoppla nästa gång ni ses om vad som hänt med ungdomarnas idéer. Och om ingenting har hänt än – förklara då varför.

## Och efter mötet då?

- Ersättning är ett måste – men kan se ut på olika sätt.
- Dela ut arbetsintyg.
- Visa uppskattning för nedlagd tid.
- Återkoppla vad arbetet leder till – smått som stort.
- Behåll kontakterna.

Att ungdomarna får ersättning för nedlagd tid är viktigt. Det skapar motivation och gör det till något som är på riktigt. En ersättning kan se ut på olika sätt och det viktigaste är inte ekonomisk ersättning, även om det också kan vara bra, då unga ofta har begränsad inkomst. Arbetsintyg är det som väger tyngst. Att få en ekonomisk ersätt-

ning kan i värsta fall skapa negativt engagemang, då det blir ett måste och inte längre intresse- och engagemangsbaserat. Betalningen riskerar då att ta bort en del av motivationen.

Också reseersättning kan vara viktigt, speciellt om ni vill nå unga i olika kommuner och från fler boendemiljöer. Det viktigaste för engagemanget är att visa uppskattning för den nedlagda tiden och att det sker en återkoppling kring vad arbetet leder till. Smått som stort är av betydelse. Värdet i processen är att se resultat, uppleva och känna att man gör skillnad.

Utöver arbetsintyg, pengar och reseersättning kan ni visa uppskattning genom att bjuda på mat eller fika, göra en gemensam aktivitet eller erbjuda ungdomarna en förmån till kulturverksamheten. Kanske i form av biljett till en föreställning, gratis inträde eller liknande. Om det finns möjlighet till praktikplats eller jobberbjudanden i någon form – kanske sommarjobb eller vikariat? – är det viktiga förmåner att kommunicera ut.

Se till att behålla de kontakter ni har fått och använd dem. De kommer också att vara ett hjälpmedel när ni behöver finna nya kontakter. Ungdomar lockar andra ungdomar och om någonting

är bra kommer de att vilja vara med igen, rekommendera det till vänner och bekanta och sprida det de varit med om.

## Ungdomar vill vara med – tillåt dem

Många ungdomar vill vara med och påverka kulturen på olika sätt och helst vill de tillsammans med en kulturverksamhet arrangera evenemang. Men det är också efterfrågat att själv få utöva kultur på valfritt sätt och att kunna påverka de större kulturaktörerna.

Kulturpolitiska mål och FN:s barnkonvention slår fast att ungdomar ska inkluderas och ges möjlighet till delaktighet, inflytande, engagemang och kunna utveckla sina kulturella och kreativa förmågor.

Förhoppningen är att denna dialogmodell kan bidra till att kulturintresserade ungdomar och kulturverksamheter kan mötas. I korta och långa projekt, i framtagande av nya koncept och utveckling av etablerad verksamhet, här och nu. Eller som en deltagare på workshopen uttryckte det: ”Ungdomar är inte framtiden – framtiden och vi är nu.”



**SÄTT IGÅNG!**

Våga testa dialogmodellen i din verksamhet.

Foto: Øyvind Lund







# Checklista

## Frågor att ställa sig innan arbetet börjar:

- Varför vill och ska ni arbeta med ungdomar?
- Vilka ungdomar vill ni nå? Är det ungdomar i en särskild ålder, med ett särskilt intresse eller ungdomar i allmänhet?
- Vad förväntar ni er att ungdomarna ska bidra till? Hur kan de utveckla verksamheten?

## Hur kan ni nå ungdomar?

- Många ungdomar är kulturintresserade – rekrytera efter intresse och värdesätt kompetens.
- Prata med unga om det som direkt berör dem, som till exempel ert utbud.
- Var konkret och tydlig.
- Använd sociala medier – helst flera stycken.
- Rekrytera på platser där ungdomar finns.
- Anpassa tider för möten, lokaler och kommunikationssätt efter målgruppen.
- Använd unga för att nå unga.

## Hur ofta ska ni ses?

- Viktigt att ses i verkligheten och digitalt.
- Fyra gånger fysiskt och fyra gånger digitalt per år.

## På mötet – hur ska ni ses?

- Ta gärna i hand.
- Fika är viktigt.
- Lägg tid på presentation.
- Värdesätt närvaro.
- Tydliga ramar, mål och struktur.
- Skapa levande möten.
- Dokumentera.
- Återkoppla.

## Och efter mötet då?

- Ersättning är ett måste – men kan se ut på olika sätt.
- Dela ut arbetsintyg.
- Visa uppskattning för nedlagd tid.
- Återkoppla vad arbetet leder till – smått som stort.
- Behåll kontakterna.



### CHECKLISTAN

Använd gärna checklistan för att skapa meningsfulla möten.

Foto: Øyvind Lund

# Referenslista

## Litteratur

- Demokratihandboken – prata, lyssna, förändra! (Arvsfonden 2019)
- För och med unga – Handbok om att integrera ett ungdomsperspektiv i verksamheten (Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor 2016)
- Inflytandeguiden – Anna Edlund & Erika Lindqvist (Amatörkulturens samrådsgrupp 2016)
- Så gjorde vi, lärdomar från kulturplanens dialogprocess (Region Jönköpings län 2018)
- Värmlands Kulturplan 2017–2020 (Region Värmland)
- Värmlands Kulturplan - Utvecklingsplan 2018 (Region Värmland)
- Värmlands Kulturplan - Utvecklingsplan 2019 (Region Värmland)

## Möten

- Johannes Nyqvist, UKM Sverige, 2019-02-07
- Malin Landberg, tidigare projektledare för Unga Experter, 2019-02-14
- Therese Olsson Hugosson, Riksförbundet Unga Musikanter Värmland, 2019-02-18
- Fredrik Sjöstedt, Wermland Opera, 2019-02-19
- Gustav Nordansjö, Liza Hermansson, Dan Spegel, Värmlands Museum, 2019-02-22
- Helena Gärdt, Sverok Svealand, 2019-02-22
- Stefan Westling, Region Värmland, 2019-02-22
- Sofi Bertilsson, UNO – Ungdomens Hus i Karlstad, 2019-03-13
- Åsa Ranung, Region Värmland, 2019-03-25
- Anders Lund, Region Värmland, 2019-04-01
- Lisa-Marie Monsén, Jenny Moström, Region Värmland, 2019-04-10



**LYCKA TILL!**

Nu är det dags att  
göra det – tillsam-  
mans!.

Foto: Linn Malmén



[regionvarmland.se](http://regionvarmland.se)