



EN KUL TUR - 60 ÅR AV KULTUR



Innehåll

1.0	INLEDNING	3
1.1	Robertsfors kommun	3
1.2	Kulturens Robertsfors	3
1.3	Identitet och platsmarknadsföring	4
2.0	Kultur som utvecklingsfaktor	5
2.1	Kreativitet	6
2.2	Vad är musik?	6
2.3	Kulturhuvudstad 2014	6
3.0	Varför vi vill genomföra projektet	6
3.1	Syfte	7
3.2	Mål	7
4.0	Aktiviteter	7
4.1	Workshops	7
4.2	Musikens vecka och synliggörande av de ideella krafterna	8
4.3	Dokumentation	8
4.4	Gatumusikanter	8
4.5	Strategier	8
4.6	Aktivitetsplan	8
5.0	Erfarenheter och resultat som lever kvar	9
5.1	Delaktighet och påverkan	9
5.2	Förståelse och respekt för alla människors lika värde	9
5.3	Jämställdhet	9
5.4	Erfarenhet – spridningseffekt vidare till andra	9
5.4.1	Stjärnors påverkan på spridningseffekten	9
6.0	BUDGET	10
6.1	Förfrågan	10

1.0 INLEDNING

1.1 Robertsfors kommun

Som ni alla vet är Robertsfors är en traditionell bruksort som idag har ca 6 700 invånare. Näringslivet är starkt dominerat av tillverkningsindustri och småföretagande. Även jordbruksnäringen är betydande i kommunen.

Dagens Robertsfors är kommunens centralort med en grundläggande samhällsservice. I kommunen finns två till större samhällen: Ånäset i norra delen och Bygdeå i södra. Ortens näringsliv domineras av en omfattande industriell verksamhet. Ett flertal större industrier ger idag arbete åt en betydande del av samhällets innevånare. Flera företag är världsledande inom sina fackområden. Deras produkter, kontakter och kompetenser sprids över hela världen.

Sina rötter har dock företagen i den industriella historia som har föregått dagens situation. Under den gångna 250-årsperioden, sedan den första masugnen startades i Robertsfors, har ett stort antal industriella verksamheter bedrivits här.

Genom tiderna har förändringens vindar blåst över orten och industrier har lagts ned, nya har startat eller avknoppats. Gjuteriverksamheten lever dock än idag vidare genom Norrlandsgjuteriet som är det största gjuteriet norr om Dalälven.

Robertsfors kommun har en uttalad vision att växa befolkningsmässigt för att år 2020 ha 7 500 innevånare och vara "Sveriges bästa kommun". Nuläget pekar i den riktningen en trend som vi alla hoppas ska hålla i sig!

1.2 Kulturens Robertsfors

Robertsfors kommun har en lång tradition som kulturkommun med sin topp under 1970-1980-talen. Kommunen bedrev en engagerad kulturpolitik och kulturen sågs då som en verklig utvecklingsfaktor och här fanns en mängd olika aktiva aktörer med bland annat en mängd aktiva konsthantverkare.

Musiken har en lång tradition i Robertsfors. I slutet av 1800-talet bildades Robertsfors Hornmusikkår och 1958 fattades ett avgörande beslut. En musikledartjänst inrättades och Västerbottens första musikskola startade. Robertsfors Musikskola som varit verksam mer än 50 år är alltså en av Sveriges äldsta musikskolor. Under åren har ett stort antal elever fått sin första musikaliska utbildning här t.ex. Sahara Hotnights, Frida Hyvönen, Jimmy Källqvist, Fredrik Wännman och många fler. Av de "gamla eleverna" finns också ett flertal som driver studio, jobbar som ljudtekniker eller på andra sätt livnär sig på musik. Musikskolan har idag fem lärare (tre heltidstjänster) och drygt 60% (248 st) av eleverna i årskurs 4-9 (totalt 409 st) går i musikskolan.

Robertsfors Musiksällskap har under mer än 40 år varit aktiva och genom stora mängder ideellt arbete producerat ett 20-tal musikaluppsättningar. Uppsättningar som satt Robertsfors kommun på "kulturkartan". Robertsfors Teater & Musik är Riksteaterns lokalavdelning och möjliggör boende i kommunen att få ta del av ett brett utbud av föreställningar av varierande slag. Robertsfors konstföreningen ordnar en handfull högkvalitativa utställningar varje år i Gallerie Blickpunkten.

Under 2013 uppmärksammade vi Robertsfors Kommunala Musikskola och skrev en bok om musikskolans 55 år. I den föddes då också till att göra något större och som uppmärksammar skolans 60 år både lokalt, regionalt, nationellt och internationellt.

Ovanstående har gett Robertsfors ett rykte som en levande kulturkommun och vi anar en positiv "kulturbris" som förhoppningsvis kan öka. Det finns ett stort ideellt engagemang och allt fler inom det lokala näringslivet ser också kultur som en utvecklingsfaktor, något som bidrar till att skapa tillväxt.

De kreativa näringarna i vid bemärkelse ses idag som intressanta för kommunens utveckling. Detta gör att det finns en god grund att utgå från och därigenom nå visionen om att bli "Sveriges bästa kommun" utifrån ett kulturellt och kreativt perspektiv. Att få kulturbrisen att övergå i full kulturorkan. Genom denna satsning vill vi ge näring åt gamla traditioner och skapa förutsättningar för en ny och framåtsyftande kulturellnäringsdel.

1.3 Identitet och platsmarknadsföring

Människors identitet har vanligtvis en koppling till en plats som man känner att man tillhör. Känslan för platsen är inte bara den enskilda individens känsla utan handlar mer om en tolkning av olika sociala sammanhang. Identitet har också ofta starka band med historien. Identitet kan också sägas utgöra en produkt av social handling och en konstruktion av hur människors representerar sin plats.

Här finns också begreppet kulturell identitet som kan ses som en gemensam kultur som delas av människor med en gemensam historia. Det handlar om en allmän historisk erfarenhet och delade kulturella koder. Den kulturella identiteten kan sägas ha lika stark koppling till framtiden som till historien.

Med tanke på det snabbt föränderliga samhälle vi har idag är det lätt att hävda kulturens betydelse utifrån att den står för kontinuitet och trygghet. Kulturen har också många gånger en viktig sammanhållande roll – den utgör ett "socialt kitt" i ett samhälle.

Kulturen kan också ses som en näringsgren som skapar sysselsättning och har en växande ekonomisk betydelse. Utöver detta finns en samhällelig roll som handlar om att kultur och kulturmiljö starkt påverkar en plats image och rykte. Undersökningar har gjorts som visar att kulturaktiviteter och kulturmiljö är viktiga variabler i det som skapar en positiv bild av en plats.

När det gäller tillväxt och regional utveckling har diskussionen i mångt och mycket handlat om resurscentrering, triple helix-modeller, riskkapital o s v. Efter hand har dock något som benämns faktor X kommit in allt mer i diskussionen. Faktor X - den lokala kulturen och identiteten – uppmärksammas alltmer som viktig för tillväxt och regional utveckling. En tydlig identitet bidrar till att göra en plats/region attraktiv och att dra till sig besökare, inflyttare och företag.

I en attraktiv region har människor tillit till varandra och känner stolthet och identifierar sig med själva platsen. Att en region är rik på historia, kultur och aktiviteter ses av de flesta som ett mervärde som starkt bidrar till en "platskänsla" – som ger en lokal/regional identitet och formar en plats image. Aktiviteter och evenemang skapar också möten och bygger sociala nätverk. Exemplet på storstadsregioner som använt stora internationella arrangemang för platsmarknadsföring och stadsutveckling är många. Många orter har återkommande evenemang som starkt förknippas med staden och bidrar till dess identitet, t ex "Pamplonas tjurussningar" och "Roskildefestivalen". På lokal nivå – i den mindre orten – kan återkommande evenemang/aktiviteter ha en stor betydelse för platskänslan. En region eller

plats med tydlig identitet – där historia och nutid vävs samman - blir ofta en attraktiv och självklar mötesplats.

Att marknadsföra en plats – ett samhälle eller en kommun som Robertsfors – är en svår uppgift. Vad ska marknadsföras, vems önskemål ska hänsyn tas till, vilken är målgruppen etc? Platsmarknadsföring innebär i praktiken att konstruera – att bestämma vad man skall lyfta fram och vilken bild man vill förmedla. Det handlar om att bestämma vilken information besökare ska få tillgång till.

2.0 Kultur som utvecklingsfaktor

Kultur och kulturarv har på senare år successivt kommit att ses som en utvecklingsresurs och en betydelsefull ingrediens i den upplevelseindustri som växer fram. Karaktäristiskt för upplevelsemarknaden kan sägas vara att upplevelserna ger oss något nytt, att de sker i kontrast till vår vardag. Under de senaste decennierna har intresset för kulturarv ökat inom den turistiska näringen. Denna bredare tolkning av kulturarv är alltså mycket mer än det som bevaras i arkiv och olika museer. Det handlar om en process där dåtid och nutid vävs samman.

En plats med ett rikt kulturliv, en positiv kulturell identitet och en attraktiv kulturhistorisk miljö har större förutsättningar för ekonomisk utveckling. Det finns en rad samband mellan kultursatsningar och samhällsutveckling genom att kultur skapar turistattraktioner, lokal stolthet och att det är en källa för kreativitet. Kulturarvsturismen är en del av kulturturismen och betraktas som en växande marknad som innebär möjligheter att sprida turismen säsongsmässigt och geografiskt.

Att inlemma kulturarv i upplevelseindustrin innebär att lyfta fram kommersiella intressen och värderingar. Annorlunda uttryckt handlar det om att göra handelsvara av kulturarvet – att få till stånd en produkt som kan säljas.

I Dagens Samhälle 19 maj 2010 konstaterar Lisbeth Lindeborg Marburg, Fil dr i statsvetenskap och Lars Lindkvist PH d och Dr merc, professor i företagsekonomi att satsningar på kulturen har visat sig lönsamma. De anser att kulturen har en grundläggande betydelse för människor i en regionen och säger: *"Utan att överdriva kan man hävda att kulturen är samhällets själ, vår stolthet, självkänsla och värdighet"*. De skriver vidare att kultur som utvecklingsfaktor fungerar både på små och stora platser och konstaterar att varje plats måste hitta sin speciella profil.

Lisbeth Lindeborg skrev redan 2004 i Aftonbladet att de flesta städer som ingick i den studie hon gjorde på 1990-talet idag finns kvar på kulturkartan. Hon konstaterar att i Sverige har städer som Umeå, Norrköping och Trollhättan och regioner som Norrbotten ritat in sig på kulturkartan. En undersökning i Dalarna visar att satsningen på "Dalhalla" givit rejäla spin-off-effekter hela Siljansbygden. Lindeborg konstaterar vidare att i de få fall som floppat så är en betydande orsak en kulturpolitik som inte är förankrad i den egna historien och traditionerna parat med kortfristiga spektakulära satsningar och oengagerade kulturpolitiker. Vidare menar hon att misslyckande inte går att knyta till en orts litenhet och avskilda lokalisering. Detta görs med hänvisning till byn Monticchiello i Toscana. Byarna runt omkring började dö ut, men invånarna i Monticchiello började spela teater om sin egen verklighet. Av byns kvarvarande 280 invånare stod 50 på scenen och i slutändan blev teaterspelet en lokaliseringsfaktor och avfolkningen stoppades.

2.1 Kreativitet

Enligt Bonniers svenska ordbok (1997) är kreativitet skaparkraft eller idérikedom. En annan definition är "en kognitiv förmåga" som alla har och är självständigt från begreppet intelligens. Ytterligare ett sätt att beskriva begreppet är att den kreativa individen ser oväntade relationer, likheter och samband mellan saker, upplevelser och fenomen. Kreativitet handlar till viss del om ha en öppen, positiv, självmedveten och engagerad attityd till livet. Det handlar om ett visst sätt att tänka parad med modet att våga se saker ur ett annorlunda perspektiv.

Richard Florida som skrivit boken "The rise of the Creative Class (2002) för fram teorin att en stads och regions framtid är beroende av dess förmåga att dra till sig och hålla fast människor i det han kallar "den kreativa klassen". Företag som vill ha konkurrensfördelar måste nyttja den kreativa förmåga som finns i varje människa och regioner som strävar efter ekonomisk tillväxt måste kunna dra till sig människor med utvecklad kreativa förmåga. Florida menar alltså att kreativitet har en ökande betydelse för ekonomisk tillväxt och att regioner lyckas till stor del tack vare att kreativa människor vill bo där. En plats måste erbjuda ett "integrerat system" där alla former av kreativitet – artistisk, kulturell, teknisk och ekonomisk – kan få utvecklas. Det krävs att man vårdar kreativiteten – både som individ och som samhälle – om man vill uppnå ekonomisk tillväxt.

2.2 Vad är musik?

Musik är både produktion och konsumtion, den är ett konstnärligt, emotionellt och kulturellt uttryck. Musik är något som på ett eller annat sätt angår och berör oss alla. Musik kan vara väldigt personlig men också vara något som för människor samman. Musik kan idag också betraktas som en industri med såväl inhemsk marknad som en betydande exportmarknad.

Musik som bransch handlar inte bara om de artister vi ser framföra musik, utan här finns en stor och viktig kringindustri med studios, ljudtekniker, studiomusiker, låtskrivare, förlag, skivbolag, internetjänster etc.

2.3 Kulturhuvudstad 2014

Robertsfors kommun är en del av Umeåregionen. Umeå har varit Kulturhuvudstad 2014 och hela regionen deltog i detta arbete. Tanken var då att steg för steg – år för år – tillsammans stärka och utveckla kulturprofilen med inspiration hämtad från de åtta samiska årstiderna. Årstiderna har sin karaktär och sina särdrag – precis som aktiviteterna under det europeiska kulturhuvudstadsåret.

3.0 Varför vi vill genomföra projektet

Vi vill under 2018 bygga vidare på den grundläggande "infrastruktur" som finns och utveckla möjligheterna för unga att hitta inspiration och vägar att utveckla, inte bara sin kreativitet utan även sina möjligheter inom musikkivet. Tanken är att utveckla befintliga strukturer och nätverk för att synliggöra kulturens och musikens betydelse i samhället Robertsfors; i Umeåregionen; i Västerbotten; i Sverige; i Världen.

3.1 Syfte

Efter möte mellan sektor Tillväxt och Barn- och utbildning vill vi att årets syfte ska ha följande:

- Syftar till att visa på olika möjligheter att nå ut med musik och att musik är en del av näringslivet.
- Syftet är vidare att skapa bättre nätverk, ökad samverkan mellan ungdomar och lokala kulturaktörer samt mellan ungdomar och etablerad
- Syftet är också att få dagens ungdomar i Robertsfors medvetna om de möjligheter som finns med musikskolan och att belysa den attraktiva möjligheten.
- I ett större perspektiv handlar syftet om att visa att Robertsfors kommuns satsningar har betydelse för Sverige som musikland och musikexportör.

3.2 Mål

Projektets övergripande mål är att:

- synliggöra och profilera Robertsfors kommunala musikskola genom att lyfta den lokala kulturen och musikkivet.
- skapa förutsättningar för utveckling av kulturella mötesplatser mellan olika aktörer och mellan olika generationer under 2018.
- stimulera till eget skapande och utveckling av kreativitet genom tillgång till kulturupplevelser både som deltagare/artist och publik.
- att öka ungas delaktighet och medvetenhet om/i det lokala kulturlivet

4.0 Aktiviteter

4.1 Workshops

- **Sång-/instrumentbaserade clinics ska genomföras**, t ex för el-gitarr, bas, klaviatur och trummor samt för sång. Syftet med dessa work-shops (clinics) är att ge unga musiker/intresserade ungdomar en inblick i olika tekniker och skapa kontakt med etablerade musiker.
 - **Berätta en historia** - workshop för dig som vill prova på hur det är att göra musik eller vill skriva och producera din egen låt – inspelning av låtar.
 - **Ensemblesång** –workshop kring ensemblesång riktat mot ungdomar initialt. Finns intresset utanför den målgruppen skapar vi den möjligheten också. Inspelning av körlåtar av kända artister från Västerbotten.
 - **Projektgrupp 9 år** – Syftet att 100 % av elever som går i årskurs 3 deltar i projektet under 2018. Dessa genomför workshop i:
 - Olika instrument, ensemblespel, sång i kör.
 - Slutkonsert vid terminsslut för elevernas familjer
 - Låtskrivning

4.2 Musikens vecka och synliggörande av de ideella krafterna

I projektet ska arrangeras ett antal konserter med såväl lokala förmågor som med gamla elever från musikskolan som idag är verksamma på andra håll. Tanken är att skapa en vecka med konserter inom olika genrer – en vecka med något för alla, kyrkomusik, pop, rock, brass, visor. I projektet ingår också att arrangera en Världens Barn konsert. Som avslutning på denna aktivitet planeras att genomföra en gala med inbjudna gäster och artister för att synliggöra och lyfta de ideella krafternas betydelse för ett aktivt och levande kulturliv.

4.3 Dokumentation

En dokumentärfilm om musikskolan i Robertsfors betydelse för musikens utveckling i Sverige. En film som utgår från den dokumentation som samlades in 2013 och som beskriver musiklivets utveckling i Robertsfors kommun och musikskolans 60 åriga verksamhet. En dokumentation som tar avstamp i historien men som får med nutidens musikverksamhet och hur stora artister har påverkats av den lilla musikskolans betydelse och hur Västerbotten som norrländsk region är grunden för ett hållbart musikliv. En attraktiv spegling av då – nu – framtid. Hur har Umeå? Skellefteå? Stockholm? Paris? Påverkats av Robertsfors....

4.4 Gatumusikanter

Under sommaren 2018 ges ett antal ungdomar chansen att arbeta som gatumusiker och även framföra musik vid t ex kommunens äldreboende och andra strategiska platser. Kanske även i Umeå Skellefteå osv. Ett sätt att visa på hur en kommunalmusikskola kan jobba med denna fråga.

4.5 Strategier

Idag har vi en musikskola som är vår kulturskola. För att skapa ytterligare bredd och spets utreds det kring att skapa kulturklasser på Tundalsskolan. Ex. musikklass, musikproduktionsklass. Utredning + se goda exempel både regionalt och nationellt.

4.6 Aktivitetsplan

Årstider	Karaktär	Aktiviteter	Huvudaktörer
Vinter 1 dec – 28 feb	"Skogsbrukets tid"	UPPSTART MUSIKSKOLAN 60 ÅR kontakter tas med externa aktörer	Robertsfors kommun - söks extern finansiering
Vår 1 mar – 31maj	"Flottnings tid"	Insamling av material till film. Planering kulturveckan. Musikcamp. 9 ornas rockkonsert, vårkonsert. Rekrytering gatumusikanter m.m.	Robertsfors kommun Lokala kulturföreningar Region Västerbotten? Film i Västerbotten? Studieförbund? Kulturrådet?
Sommar 1 juni – 31 aug	"Växandets tid"	Workshops Intervjuer/foto Sammanställning material	Robertsfors kommun + se ovan
Höst 1 sept – 30 nov	"Skördetid"	Sammanställning material Musikens vecka genomförs. Utvärdering. Återrapport.	Robertsfors kommun + se ovan

5.0 Erfarenheter och resultat som lever kvar

5.1 Delaktighet och påverkan

Robertsfors kommun är en landsbygdskommun med en centralort som till stora delar fortfarande är ett brukssamhälle där industrijobb bland föräldrarna dominerar. Antalet högskoleutbildade är låg. För ungdomarna skulle detta projekt visa att de kan påverka samhället positivt och att de kan lyckas även om de bor i ett mindre samhälle i Västerbotten. I en förlängning handlar det om att "bredda" synen på vad som utgör landsbygdsutveckling och få fler ungdomar aktiva och intresserade av att delta.

5.2 Förståelse och respekt för alla människors lika värde

Att möta människor från andra kulturer är alltid en utmaning. Kanske ännu mer om man bor i ett gammalt brukssamhälle. Via musiken har alltid någon form av förbrödring ägt rum och vi vill skapa förståelse och respekt över åldersgränser och nationaliteter.

5.3 Jämställdhet

Projektet ska sträva efter att aktiviteter genomförs på ett sådant sätt att både flickor och pojkar har möjlighet att delta, och att innehållet är sådant att det intresserar och attraherar såväl flickor som pojkar.

Styrgrupp och eventuell referensgrupp ska ha en representation där en likafördelning mellan kvinnor och män eftersträvas.

5.4 Erfarenhet – spridningseffekt vidare till andra

Spridningseffekten blir rätt naturlig då vi kommer att arbeta för att just synas - via hemsida, bloggar, filmvisningar, foton, artiklar etc. Genom att lyfta fram de goda exemplen – våra stora stjärnor - får vi stor genomslagskraft.

Kulturveckan sänds live på nätet så hela Västerbotten, Sverige och Världen kan ta del av musiken.

5.4.1 Stjärnors påverkan på spridningseffekten

Vi ska inte ägna oss åt namedropping men vill ändå, för den oinsatte, bara kort beskriva vad vi har:

Frida Hyvönen – sing/songwriter (Paris/Flarken)

Sahara Hotnights – grupp (Stockholm)

Maria Andersson - soloartist (även sångerska i Sahara Hotnights). Bisittare/musiker Pluras Kök

Josefin Forsman – trumslagare (Sahara Hotnights, Casablanca). Programledare för Låtarna som förändrade musiken.

Jenny Holmgren - soloartist (Stockholm)

Fredrik Wännman – soloartist men också producent/studio i Stockholm. Melodifestivalen 2002.

Kajsa Bergsten – basist INVSN men också spelar i melodifestivalen m.m. (Umeå)

Jimmy Källqvist – basist åt kända artister i hela världen. (Stockholm)
Hansa Berg – studiomusiker i Stockholm.
Ola Johansson – ljudtekniker/chef TV4. (Skellefteå)
Jonas Bergsten – soloartist (Umeå) aktuell 2017 november med Honungsvägen.

Listan kan göras nästan hur lång som helst, fast utan att överdriva, så har vi idag ca 70 stycken som gått igenom musikskolan som också jobbar professionellt med musik. Vilket torde vara ett världsrekord i en så liten kommun och som verkligen sätter Västerbotten på kartan. Dessa i sig torde innebära att projektet får en gratisskjuts i medievärlden.

6.0 BUDGET

Idag finns inte några medel avsatta till en sån här satsning. Tanken är med denna skrivelse äska till att genomföra detta år och om möjlighet ges även söka externa medel. Vi har haft möte med flera externa aktörer och har gjort en preliminär budget.

6.1 Förfrågan till Kommunstyrelsen

Förstärkt tjänst musikskolan

30 % under 2018 inklusive sociala avgifter och arbetsgivaravgifter
151 000 kr

Film

20% under 2018 inklusive sociala avgifter och arbetsgivaravgifter
100 800 kr

Övriga kostnader musikens vecka m.m.

100 000 kr

Totalt föreslår vi att

351 800 kr avsätts från 2017 års resultat till 2018 Musikskolan 60 år.

I tjänsten

Magnus Hansson
Tillväxtchef
Robertsfors Kommun